

تقابل با فیک نیوزها  
و مسئولیت اجتماعی  
رسانه هادر بحران



# عصر ارتباط

EsfahanErtebat.IR No.954 JUL2020 Vol.17

سال هفدهم تیر ۱۳۹۹ شماره ۹۵۴ ۸ صفحه

جعفر مطلب زاده مدیر کل  
اداره فناوری اطلاعات اصفهان

مشکل پیاده سازی  
دولت الکترونیک  
عدم اعتقاد مدیران  
به سامانه های  
فناوری اطلاعات  
است



دلار و کرونا  
نفس بازار  
آی تی را  
گرفت

مهران کرمی مدیر هاب اصفهان: مهمترین مشکلات استارتاپ ها حقوقی و قانونی است

شرکت  
آسمان فراز  
سپاهان



نماینده شرکت ارتباطات ثابت پارسیان دارنده مجوز FCP  
به شماره ۲۴-۹۴-۱۰۰ از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی



خدمات میزبانی  
Web , Mail



سرورهای مجازی  
اختصاصی



سرویس  
Co-LOCATION



خدمات  
دیتاسنتر

اصفهان، خیابان امام خمینی، ابتدای خیابان شریف شرقی، کوچه جهان فولاد (۶۸)، بن بست پارسیان، ساختمان آسمان فراز  
www.asmanfaraz.com info@asmanfaraz.com تلفن: ۰۳۱ - ۳۵۱۱۱

# تقابل با فیک نیوزها و مسئولیت اجتماعی رسانه ها در زمان بحران



مهدی قربانی - مدیر مسئول پایگاه خبری اصفهان ارتباط

شده است. امروز اگر خبری را منتشر نکنیم، به این معنا نیست کسی از آن مطلع نخواهد شد بنابراین راه تقابل با رسانه های خارجی، تقویت، هوشمندی و عملکرد صحیح در رسانه های داخلی است. سوالی که میتوان از متولیان حوزه رسانه و ارتباطات داشت این است که تاکنون کدام اتفاق سیاسی یا اجتماعی بوده است که توانسته مخفی بماند؟ مگر میشود در عصر شبکه های اجتماعی و ارتباطات، مردم را از دانستن منع کرد؟

اگر موضوع کرونا را مورد بررسی قرار دهیم روال اطلاع رسانی در ایران از تکذیب، سپس قبول و در نهایت اطلاع رسانی در خصوص پیشگیری و در نهایت اعلام آمار روزانه بود که گاه حتی اعلام آمار روزانه در دستور کار قرار نمیگرفت. در اوج نگرانی و وحشت مردم، شاهد اظهارنظرهای تعدادی چون نمایندگان مجلس، کادر درمان و حتی فرمانداران برخی شهرها بودیم که به سرعت پس از انتشار، تکذیب میشد

. تمامی این عوامل فقط یک خروجی داشت و آن بی اعتمادی مردم به رسانه های داخلی بود؛ فرقی هم نمیکرد که این رسانه خصوصی باشد یا دولتی یا حتی رسانه ملی.

موضوع دیگری که باعث عقب ماندن رسانه های داخلی از رسانه های خارجی و فضای مجازی شده است اعمال انواع محدودیتهای قانونی است که با آن مواجه هستند، پشت اصحاب رسانه میلرزد وقتی میخواهند خبری را تحلیل و منتشر کنند و باید مراقب تک تک کلماتشان باشند. به طور خلاصه، ذهن روزنامه نگار ایران حین انجام مأموریت، بیشتر معطوف به نهادهای ناظر است تا مخاطب! همین دلیل کافی است که مخاطب رسانه های داخلی ترجیح میدهد حتی آمار دروغ و غیرواقعی را باور کند تا کلی گویی رسانه های داخلی را. نبود سامانه واحد اطلاع رسانی بحران در ایران و عدم برنامه ریزی برای ایجاد یک کانال رسانه ای تمام عیار برای آموزش و اطلاع رسانی در خصوص این بحران، کاربران فضای مجازی در ایران را به سمتی حرکت داده تا کرونا به جای آنکه به عنوان بحرانی نمود پیدا کند که توانسته ظرفیتهای تازه های در راستای تقویت حس همدلی و وحدت عمومی را در جامعه جاری کند، مبدل به پدیده های شده است که روز به روز بیشتر در حال انزوای مخاطب و مبدل کردن او به عنوان یک پذیرنده خبر بدون تحلیل است.

است واردات کالاها از مبادی غیر رسمی به کشور یا افزایش قاچاق و کالاهای غیراصلی و تقلبی در بازار می باشد.بعلاوه اینکه شاهد افزایش ورود دستگاه های کار کرده یا استوک در بازار هستیم که کاربران با توجه به افزایش انفجاری قیمت مجبور به تن دادن به خرید چنین محصولاتی میشوند که فاقد هر گونه گارانتی و پشتیبانی می باشد

.علاوه بر این افزایش فروش دستگاه های سرقتی در فروشگاه های زنجیره ای و مشکلاتی که برای برخی خریداران بوجود می آید را نباید فراموش کرد. تمامی این موضوعات باعث رکود شدید در بازار خرید و فروش می شود که منجر به تعطیلی فروشگاه ها و بیکاری زیادی از فعالان این حوزه می گردد.

به جز بازار سخت افزار که متاثر از نوسانات نرخ ارز می باشد، در حوزه نرم افزار و سایر خدمات نظیر هاستینگ، خدمات نیروی انسانی و نیز به طور یقین بازار، متاثر از این تغییرات خواهد شد.

مطالعات اقتصادی نشان می دهد که نوسانات نرخ ارز بر رشد تولید، سرمایه گذاری و همچنین رشد صادرات و واردات تاثیر می گذارد علاوه بر این در اثر تنزل ارزش پول داخلی به دلیل افزایش نرخ ارز هرچه خالص صادرات افزایش پیدا کند به همان شکل نیز هزینه های تولید بالاخص در مورد سخت افزار افزایش می یابد. در ایران هم به دلیل اینکه عرضه ارز در انحصار دولت و بانک مرکزی است به ناچار قیمت ارز بر اساس عرضه و تقاضا تعیین نمی شود و در این بین نوسانات نرخ ارز در رشد تولید و تقاضاهای کشور و متغییر های دیگر اثر گذار است. اما آنچه انتظار می رود این است که با توجه به اینکه بخش خصوصی در ایران چیزی کمتر از بیست درصد از کل اقتصاد را در اختیار دارد. به طور طبیعی با انحصار دولت در کسب ارزهای خارجی و سپس انحصار عرضه آن به بازار بخش خصوصی، فعالان اقتصادی باید در قالب انجمن ها و سازمان های مردم نهادی که جایگاه قانونی دارند نسبت به اعلام نظرات خود به دولت تلاش بیشتری در جهت احقاق حقوق خود صرف کنند.

نهادهای متولی بایستی در کنار سیاست گذاران موارد لازم را با دو هدف پوشش نیازمندی های کشور و تضمین منافع فعالان حوزه آی سی تی را که در واقع در یک راستا و هدف است را گوشزد کنند. ارتباطات صحیح و کارشناسانه در جهت رفع نواقص و ابهامات دستگاه های اجرایی چون گمرک، بانک مرکزی، وزارت صنعت و معدن در شناسایی کالاهای فن آوری اطلاعات، ارزش گذاری و تخصیص ارز به مدل های مختلف سخت افزارها و تجهیزات و نرم افزار و تخصیص ارز و واردات، با توجه به نبود فرآیند مشخص، این موارد را مرتفع کند.

خبر در فضای مجازی، تشخیص خبر واقعی و تحلیل صحیح، نیاز به درک و سواد رسانه ای بالایی دارد، این در حالی است که مردم با توجه به شرایط موجود (که در ادامه به آن میپردازیم) اکثرا در دام اخبار جعلی قرار میگیرند و حتی وقتی جعلی بودن یک خبر اثبات میشود به اندازه خبر جعلی باز نشر نمیشود

بحران کرونا بار دیگر نشان داد که فیک نیوزها و رسانه های خارج نشین در ایران از قدرت بالایی در نشر محتوای مورد نظر در جهت اهداف خود دارند، این در حالی است که در طی چند سال اخیر به واسطه تجربه بحرانهای گوناگون، هنوز شاهد شکل گیری و آموزش اصولی سواد رسان های در کشور نیستیم و فعالان این حوزه با پراکندگی صدا نمیتوانند به قدرت فضای مجازی و سایر رسانه های خارج نشین برسند. بحران کرونا در ماههای اخیر بار دیگر نشان داد که جریان سازی رسانه ای در ایران نه بر عهده رسانه ها که در اختیار فیک نیوزها بود.

فیک نیوزها تنها با هدف بحران سازی یا تشدید بحران و البته با اسم افشاگری دست به انتشار یا باز نشر اطلاعاتی میزنند که گاه خود نیز از صحت آن خبر ندارند. اما دسته دوم رسانه ها آنهایی بودند که سعی کردند ابعاد سیاسی، اقتصادی و اجتماعی بحران در حال وقوع را مورد تحلیل قرار داده و از این منظر اطلاعاتی به مخاطبان خود ارائه دهند. وجه اشتراک هر دو دسته نیاز به اطلاعات است؛ امری که در بحران کرونا در ایران نه مرجع صدور واحدی داشته و نه عملکردهای منجر به صدور آن، اطمینان و باور عمومی نسبت به صحت آن ایجاد کرده است

. قبل از فراگیری فضای مجازی، مدیریت بحران به شکل مقتضی و حتی در بیخبری محل وقوع بحران صورت میگرفت اما این روزها کافی است در روستایی دورافتاده اتفاقی رخ دهد تا شاهد بازتاب آن در فضای مجازی و حتی رسانه های خارجی باشیم. اما آنچه مغفول مانده است ارتباطات بحران در عصر رسانه های مجازی و دیداری در میان ارتباط مثلث گونه میان بازیگران سیاسی، رسانه های جمعی دولتی و خصوصی و شهروندان است.

اما آنچه در عصر ارتباطات عجیب به نظر میرسد آن است که برخی مسئولین عقیده دارند که میتوانند مانع رسیدن اخبار و مطالب به مردم شوند، این در حالیست که دسترسی مردم به رسانه خارجی خیلی راحت



عرصه رسانه و حوزه خبر در ایران در حال تبدیل شدن به بحران است و حال خود یک بحران است چرا که با وجود تعدد رسانه ها و بازیگران

## اقتصاد کرونا زده بازار آی تی را متلاطم کرد



ماندانا داودی - مدیر مسئول پایگاه خبری بازار فناوری

خرید و فروش کالا در حوزه آی تی تحت تاثیر مستقیم قیمت دلار است فعالان صنف اعلام می کنند که در حال بررسی وضعیت و چانه زنی در معاملات هستند تا نرخ ارز دوباره به ثبات برسد.

بعلاوه امروزه استفاده از دستاوردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات به گونه ای با روند توسعه و پایداری کشور و نیز زندگی مردم مانوس شده که دیگر عدم وجود و یا حتی کاهش خدمات مبتنی بر این بستر باور پذیر نیست و نارضایتی گسترده مردم را به همراه خواهد داشت. از دیگر سو رشد و گسترش این فناوری یکی از شاخص های مهم توسعه پایدار بوده و سرعت بخشیدن به رشد این صنعت موجب ارتقا موقعیت کشور در مقایسه با سایر کشورها خواهد شد. از ابتدای سال ۹۹، بانک مرکزی ارزی به تولید کنندگان و وارد کنندگان حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات تخصیص نداده و تغییر اولویت ارزی بدون اعلام قبلی، فعالان این حوزه را نسبت به مسئولین بی اعتماد و ناامید کرده است. بر همین اساس به دلیل اخذ تصمیمات غیر کارشناسی و نسنجیده و به تبع آن عدم امکان انتقال ارز برای تامین کنندگان خارجی، به اعتبار تامین کنندگان و تولید کنندگان داخلی تجهیزات خدشه های جبران ناپذیری وارد شده است. از سوی دیگر شاهد اعمال جریمه های سنگین از بابت تاخیر در تحویل تجهیزات، ضبط ضمانت نامه های بانکی و عدم پرداخت مطالبات توسط بهره برداران نهایی و سازمان های دولتی هستیم.

موضوع افزایش نرخ ارز از چند دیدگاه قابل تامل است که در این نوشتار سعی میشود بصورت خلاصه به آنها اشاره شود.

یکی از موضوعات مهم و کلیدی که بایستی نهادهای متولی و دستگاه های حاکمیتی به آن توجه کافی داشته باشند تا فعالان این حوزه بیش از این تحت فشار قرار نگیرند موضوع مالیات است. با توجه به نظرات فعالان این حوزه، وقتی کالایی با نرخ دلار مثلا بیست هزار تومانی فروخته میشود و برای جایگزینی آن با دلار بیست و یک هزار تومانی اقدام میکنند بایستی اداره دارایی این موضوع را در محاسبات مالیاتی خود قرار دهد. چرا که با فروش کالایی با دلار بیست هزار تومانی عملا سودی نصیب فروشنده نمیشود و حتی برای جایگزین کردن کالا بایستی از محل سود فروش کالای فروخته شده استفاده کنند و به صورت کلی به معنای ضرر می باشد

موضوع دیگری که تاثیرش با افزایش نرخ دلار در بازار آی تی قابل مشهود



در یکی دو ماه اخیر کسب و کار فعالان صنعت آی سی تی با نوسانات نرخ ارز و تصمیمات غیر کارشناسی برخی مسئولین دچار مشکلات عدیده ای شده است فراموش نکنیم در ایامی هستیم که شیوع ویروس کرونا به خودی خود باعث رکود کسب و کارها و ضررهای هنگفت به مجموعه هایی شده است. باید توجه داشت که صنعت آی سی تی کشور در حوزه سخت افزار بصورت ویژه وارداتی بوده و تاثیر افزایش و نوسان نرخ ارز بر قیمت تمام شده کالاها منجر به کاهش درآمد شرکت های این حوزه می شود تا حدی که برخی فعالان این حوزه معتقدند که اگر کالایی را امروز حتی با سود مناسب به فروش برسانند برای جایگزین کردن همان کالا باید بهای بالاتری پرداخت کنند. نوسان نرخ دلار بار دیگر فعالان حوزه فناوری اطلاعات را ناگزیر به تصمیماتی کرده که با تغییر سیاست های فروش سعی در حفظ کسب و کار خود کنند در شرایطی که بازار

## سید حمیدرضا ابطی مدیرعامل سازمان فاوا شهرداری اصفهان در گفتگو با عصر ارتباط

# مهمترین دغدغه ما در زمان حاضر پرداخت مطالبات تمامی پیمانکاران فاوا است

یکی از موضوعاتی که فاوا بروی آن تمرکز دارد، هوشمندسازی شهر است. چه اقدامات واقعی صورت گرفته است؟ به طور کلی در خصوص هوشمند سازی، در شهرداری اصفهان با تامین زیرساخت های ارتباطی اقدامات بسیار خوبی انجام شده است. تامین زیرساخت های مورد نیاز به همراه نرم افزار های هوشمند و سامانه های نظیر شهروند سپاری و میز خدمت، باشگاه شهروندی، سامانه (App) جامع اصفهان، پروفایل شهروندی که این پروژه ها ان شاء ... در سال ۱۳۹۹ به بهره برداری خواهد رسید، گام مهمی در حرکت به سمت شهر هوشمند خواهد بود. ناگفته نماند، شهرداری به عنوان یک نهاد عمومی و خدمت رسان و با وظایف متعدد خود، تنها یکی از دستگاه های اجرایی شهر است و برای هوشمند سازی شهر و تحقق شهر هوشمند بایستی تمامی دستگاه ها و نهادهایی مرتبط به صورت یکپارچه و هماهنگ عمل نمایند.

### شهر هوشمند نیاز به شهروندانی هوشمند دارد، برای ارتقا سطح هوشمندی شهروندان چه اقداماتی انجام شده است؟

در خصوص ارتقاء سطح دانش و آگاهی شهروندان برای پروژه های نظیر میز خدمت شهرداری، کاربران میز خدمت در ورودی مناطق حضور فعال خواهند داشت و نحوه ارائه سرویس های الکترونیکی را به شهروندان را آموزش خواهند داد. در رابطه با پروژه هایی نظیر باشگاه شهروندی با اعطای امتیاز به شهروندان نمونه که در زیست پذیر بودن شهر نقش ایفا می کنند و همچنین ارائه خدمات در آراء این امتیاز ها به شهروندان؛ هدف ارتقاء سطح دانش و فرهنگ شهروندان خواهد بود. در پروژه هایی نظیر اپ اصفهان، شهروندان در اداره شهر در کنار شهرداری بوده و در این مهم سهیم خواهند شد. به عنوان مثال موارد مشکلاتی که در سطح شهر مشاهده می شود از طریق این اپ قابل ارسال به شهرداری و پیگیری خواهد بود.

ضمن آنکه در سال های گذشته مرکز آموزش این سازمان که از اولین و معتبرترین مراکز آموزشی حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات در شهر اصفهان بوده و هست، برنامه هایی برای آموزش شهروندان در دستور کار قرار گرفته و اقبال مختلف مخاطبان از کودکان تا بزرگسالان از این آموزش ها به صورت رایگان یا هزینه اندک بهره برده اند.

در سال ۹۸ سازمان فاوا برای تحقق این مهم اقدام به راه اندازی سامانه شهر یادگیرنده برابر با استانداردهای بین المللی شهرهای یادگیرنده دنیا نمود که در بهمن ماه گذشته رونمایی و هم اکنون به نشانی Lcity.ir در اختیار شهروندان قرار دارد. همانطور که اطلاع دارید شهر یادگیرنده مفهومی بین المللی است که سازمان جهانی یونسکو به جهت ایجاد ارزش افزایی از مشارکت گروهی شهرهای با این هدف شبکه ای ایجاد کرده است و در جهت تحقق اهدافی مانند دستیابی به شهر خلاق و هوشمند پایدار، افزایش کارآفرینی نقش آفرینی کند. در این راستا قرار است در سامانه شهر یادگیرنده اصفهان بیست و شش حوزه عمومی و تخصصی مورد نیاز شهروندان آموزش داده شده و سواد کاربردی فناوری اطلاعات شهر ارتقا یابد.

در پایان ضمن تشکر از شما که این فرصت را در اختیار ما قرار دارید، جا دارد از همراهی مدیریت ارشد شهرداری، اعضای محترم شورای اسلامی شهر و تمامی معاونین و مدیران گرانقدر مجموعه بزرگ شهرداری اصفهان که با وجود مشکلات موجود در حوزه تامین منابع مالی، در حمایت از مهندسان و کارکنان این سازمان از هیچ کوششی فروگذار نکردند، و نیز کارکنان عزیز سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات که به حق سرمایه های ارزشمند ما در این زمینه هستند صمیمانه قدردانی بنمایم. همچنین شایسته است یک قدردانی ویژه هم از پیمانکاران و شرکت هایی داشته باشیم که علی رغم داشتن مطالبات مالی، باز هم خدمات رسانی به سازمان فاوا و در مجموع شهرداری اصفهان و شهروندان این شهر را متوقف نکردند.

این اطمینان را به ایشان می دهم که مهمترین دغدغه ما در زمان حاضر، پرداخت تمامی مطالبات ایشان است که اگرچه این مطالبات، تماماً در زمان مدیریت فعلی شهرداری اتفاق نیفتاده اما به طور قانونی اکنون ما باید پاسخگوی این عزیزان باشیم که هستیم و تمام تلاش خود را به کار گرفته ایم تا در سال جاری این مطالبات پرداخت و ان شاء ... رضایت این شرکت ها عزیز نیز کسب شود. ما مجبوریم برای ادامه حیات سازمان و عمل به تعهداتمان، روند اجرای پروژه های جاری را متوقف نکنیم و با کسب منابع جدید، مطالبات پیمانکاران محترم را تسویه نماییم. به نظر می رسد با پروژه های اجرا شده و در دست اجرا، و نیز افق های سرمایه گذاری که در چشم انداز این سازمان و شهرداری مشاهده می شود، در آینده شاهد اقدامات موثرتری در این زمینه باشیم. ان شاء ...

بودجه سال گذشته و سال جاری سازمان فاوا چقدر بوده و چه میزان از آن محقق شده است؟

اصلاح بودجه سال ۱۳۹۸ این سازمان بالغ بر ۳۵۹،۷ میلیارد ریال بود که با وجود مسائل و مشکلات فراوان سال گذشته، خوشبختانه به میزان ۸۰ درصد تحقق یافت. بودجه سال جاری (۱۳۹۹) نیز بالغ بر ۶۲۹ میلیارد ریال پیش بینی شده که امید است با تحقق آن گام مهمی در پیشبرد اهداف فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری اصفهان و خدمت به شهروندان برداشته شود.

### تجاری سازی فیبرنوری به کجا رسید؟

همانطور که قبلاً عرض کردم، این سازمان در دهه گذشته با راه اندازی شبکه فیبر نوری شهرداری، یکی از زیرساخت های مهم و حیاتی این حوزه را برای شهرداری فراهم نمود که اگر چنین آینده نگری و تدبیری صورت نگرفته بود، اکنون ایجاد شبکه های با این وسعت، عملاً بسیار سخت، غیرممکن و هزینه بر بود. در همان زمان در کانال مورد استفاده شهرداری، در کنار داکت مورد استفاده شهرداری، یک کانال ذخیره نیز قرار گرفت تا در صورت نیاز به عنوان پشتیبان این شبکه مورد استفاده قرار گیرد.

با گذشت زمان و با توجه به اینکه کانال دوم هیچ وقت مورد نیاز مستقیم شهرداری نبود، پیشنهاد شد با تجاری سازی آن و واگذاری این ظرفیت مازاد به یک سرمایه گذار بخش خصوصی به عنوان یک پروژه مشارکتی، ضمن توسعه خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات در شهر اصفهان، از منابع درآمدی آن نیز در جهت توسعه برنامه های ICT شهرداری استفاده شود که در این زمینه با انجام مکاتبات مختلف با مراجع ذیصلاح، مجوز اجرای این امر از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی اخذ شد. ناگفته نماند با توجه به اینکه تجربه مشارکت در چنین پروژه ای در کشور ما وجود ندارد، مدل های تجاری و درآمدی مختلفی به سازمان پیشنهاد شد که سال گذشته مجموعه شهرداری در یک مدل به جمع بندی رسید، اما متأسفانه در فراخوان برگزار شده با استقبال سرمایه گذاران مواجه نشد و عملاً هیچ شرکتی در مرحله نهایی فراخوان شرکت نکرد.

پس از آن در بهمن و اسفند سال گذشته مجدداً با اعمال تغییراتی، مدل جدید مشارکت و همکاری سازمان با متقاضیان به فراخوان گذاشته شد که در این زمینه ۷ شرکت FCP فعال در کشور در آن شرکت کردند و در حال مذاکره و کسب نظرات هستیم. هم اکنون مدل جدید همکاری این پروژه در مرحله تدوین و تایید شرح خدمات فنی است و ان شاء الله به زودی پس از هماهنگی با سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی با ابلاغ به سرمایه گذاران و متقاضیان، وارد مرحله اجرا و انعقاد قرار داد می شود.

### نقاط ترافیکی متصل به شبکه فیبرنوری چه تعداد است و آیا افزایش پیدا می کند؟

تا پایان سال ۹۸ تعداد ۱۵۰ نقطه ترافیکی به شبکه فیبر نوری شهرداری متصل شده بود. در حال حاضر ۱۶ نقطه دیگر در مراحل پایانی اتصال است که امید است ظرف مدت ۲ تا ۳ ماه آینده به طور کامل به این شبکه متصل شود. به گفته برخی شرکت ها، مطالبات آنها در ازای انجام پروژه ها از سال گذشته پرداخت نشده که گویا شرکت ها را با مشکل روبرو کرده است. برخی از عنوان تهاثر خدمات شهرداری با بدهی فاوا صحبت کردند. در این خصوص شفاف سازی بفرمایید.

این سازمان از سال ۱۳۹۴ وارد زبان شده و این زبان در هر سال با رشد دو برابری نسبت به سال قبل تا سال ۹۷ ادامه داشته است. در سال ۱۳۹۷ با تلاش و مدیریت بهینه معاونین، مدیران، کارکنان و مهندسان سازمان این رشد متوقف شده و در سال ۹۸ علاوه بر توقف کامل زبان سالیانه، با سود اندک وارد سال ۹۹ شدیم.

در این زمینه از اواسط سال قبل با تامین منابع مالی مورد نیاز نسبت به جبران این زبان انباشته اقدام کردیم. البته اولویت ما در این چند سال اجرای پروژه های جاری و اختصاص بودجه برای این پروژه ها بود تا بتوانیم از محل درآمدهای کسب شده، زبان قبلی را جبران نماییم. از طرف دیگر به دلیل کمبود منابع مالی و نقدینگی از سال گذشته تا کنون پرداخت مطالبات پیمانکاران را به صورت تهاثر با ملک یا خدمات شهرداری در دستور کار قرار دادیم که این روش مورد استقبال پیمانکاران قرار گرفته و به طور کلی فرایند تسویه مطالبات سازمان شرکت ها در حال انجام است.



سیدحمیدرضا ابطی متولد ۱۳۵۳ به عنوان هشتمین مدیرعامل، سخنان سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری اصفهان است. وی دانش آموخته کارشناسی مهندسی کامپیوتر گرایش سخت افزار از دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد و کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی گرایش برنامه ریزی استراتژیک از دانشگاه علوم تحقیقات تهران است. ابطی از سال ۱۳۸۴ تا کنون مسئولیت های مختلفی در شهرداری اصفهان از جمله: مدیر اجرایی سازمان مدیریت پسماند، معاون اداری مالی سازمان مدیریت پسماند، رئیس اداره آموزش شهرداری، عضویت در کمیسیون تحویل سازمان آرامستانها، معاون اداری مالی سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی و مسئولیت بازرسی سازمان پسماند شهرداری اصفهان بر عهده داشته است. وی همچنین در خارج از مجموعه شهرداری، مدرس دروس مدیریت دانشگاه های غیرانتفاعی و موسسات آموزشی اصفهان و مولف کتب مدیریت اجرایی و مهندسی صنایع بوده و در گذشته به عنوان کارشناس شبکه پژوهش و فناوری استان اصفهان، عضو هیات مدیره و معاون آموزشی مرکز فرهنگی امام صادق (ع) و مدیرعامل شرکت رایه پژوه سپاهان فعالیت نموده است. مهندس سیدحمیدرضا ابطی با حکم دکتر قدرت اله نوروزی، شهردار اصفهان از تاریخ ۱۳۹۷/۱۰/۱۰ فعالیت خود در سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری اصفهان را آغاز نمود.

### با شیوع کرونا، وضعیت استفاده از خدمات الکترونیکی شهرداری به چه صورت بوده است؟

قبل از پرداختن به موضوع کرونا باید گفت، این سازمان پیش از شیوع ویروس کووید ۱۹ اقداماتی به منظور ارائه خدمات غیرحضوری و الکترونیکی به شهروندان انجام داده و زیرساخت های آن را فراهم نموده بود که با آغاز بحران، این زیرساخت ها با جدیت بیشتری در مدار استفاده قرار گرفت. در این راستا پروژه های شهروند سپاری و میز خدمت شهرداری با اولویت بالاتری در دستور کار قرار گرفت و با راه انداز آن وضعیت استفاده از خدمات الکترونیکی شهرداری با رشد قابل توجهی روبرو شد و سازمان نیز در خصوص الکترونیکی کردن بیشتر خدمات منابع بیشتری را اختصاص داد. در گذشته هر یک از معاونت ها و سازمان های شهرداری، خدمات خود را از درگاه های مختلف ارائه می کرد که با راه اندازی این سامانه به نشانی my.isfahan.ir تمامی خدمات الکترونیکی مورد نیاز شهروندان به صورت یکپارچه ارائه می شود. همچنین از ابتدای تیرماه نسخه اول میز خدمت جهت سرویس دهی بهتر به شهروندان راه اندازی شده که در آن حدود ۹۰ خدمت الکترونیکی قابل ارائه است.

### آیا زیرساخت موجود پاسخگوی نیاز شهروندان بود؟

در سال های گذشته زیرساخت ما با توجه به نیازهای شهرداری پیش بینی و توسعه یافته بود. به طور مثال در بیش از یک دهه سازمان فاوا نسبت به ایجاد شبکه فیبر نوری اختصاصی شهرداری اصفهان اقدام نموده بود که این شبکه در حال حاضر بالغ بر ۲۰۰ کیلومتر مسیر کانال کشی و بیش از ۳۴۰ کیلومتر کابل کشی است و بیش از ۱۰۰ ساختمان شهرداری را در راستای خدمات رسانی سریع و بهنگام به یکدیگر متصل نموده است.

ارتقاء و بهسازی مرکز داده شهرداری اصفهان مطابق استانداردهای روز دنیا و افزایش ظرفیت این مرکز داده متناسب با نیازهای روز شهرداری نیز مهمترین اقدام صورت گرفته در این حوزه بوده است. به نظر اینجانب در حال حاضر زیرساخت های مورد نیاز برای خدمات رسانی سریع و آسان به شهروندان در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری، فراهم شده و با تسهیل زمینه دسترسی و تبدیل فرایندهای فیزیکی شهرداری به الکترونیکی، زمینه تحقق شهر الکترونیکی و در مرحله بعدی شهر هوشمند بیش از پیش فراهم شده است.

# کرونا بسیاری از پارادایم ها را در حوزه های مختلف تغییر داده است



دکتر جواد امیدوی در سال ۱۳۷۷ در رشته الکترونیک از دانشگاه تورنتو کانادا

فارغ التحصیل شد و سپس دوره فوق دکتری خود را در همین دانشگاه در زمینه مخابرات سیستم به پایان رساند. وی از بنیان گذاران چند شرکت موفق در زمینه های مختلف همچون تجارت الکترونیک و طراحی سیستم های الکترونیکی و مخابراتی در ایران، کانادا و آمریکا بوده است. از سوابق اجرایی دکتر امیدوی علاوه بر مدیریت شرکت ها در بخش خصوصی می توان به مواردی هم چون ریاست مرکز فناوری اطلاعات دانشگاه صنعتی اصفهان، مشاور فناوری اطلاعات و ارتباطات استانداری اصفهان، ریاست دانشکده برق و کامپیوتر دانشگاه صنعتی اصفهان، معاونت توسعه فناوری شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان و مدیر کل ارتباطات و فناوری اطلاعات استان اصفهان اشاره نمود. در حال حاضر دکتر امیدوی عضو هیئت علمی و دانشیار دانشکده برق و کامپیوتر دانشگاه صنعتی اصفهان و قائم مقام رئیس دانشگاه صنعتی اصفهان در روابط بین الملل و توسعه فناوری است و مدیریت موسسه دفتر منطقه ای آیریس وابسته به یونسکو را نیز به عهده دارد. در این گفتگو نظرات ایشان را در مورد آموزش عالی دوران کرونا و پسا کرونا می خوانیم.

## دانشگاه صنعتی اصفهان در حال حاضر در حوزه ی فناوری اطلاعات

در چه زمینه هایی بصورت حرفه ای فعالیت می کند؟  
مراکز و واحدهای فناور مختلفی در حوزه ی فناوری اطلاعات در دانشگاه صنعتی اصفهان مستقر هستند. مرکز فناوری اطلاعات دانشگاه وظیفه مدیریت شبکه دانشگاه و کلیه نرم افزارهای مورد استفاده با قریب به ده هزار کاربر را در انواع حوزه های کاربردی به عهده دارد. علاوه بر آن می توان به مرکز تخصصی آپا اشاره کرد که در حوزه ی امنیت سایبری خدماتی مانند رسیدگی به حوادث شبکه های رایانه ای، امن سازی اتوماسیون صنعتی، تحلیل آسیب پذیری و بدافزار و ارزیابی امنیتی ارائه می کند و در حوزه ی ارائه خدمات آموزشی و برگزاری کارگاه ها و رویدادهای ملی در حوزه امنیت مانند برگزاری جشنواره ملی افتخار و مسابقات ملی فتح پرچم نیز فعال است مرکز ابررایانش ملی شیخ بهایی که با استفاده از ابر کامپیوترهای پر قدرت امکان اجرای محاسبات حجیم و پیشرفته را برای صنعتگران و پژوهشگران فراهم کرده است از دیگر مراکز فعال مستقر در دانشگاه است که در نوع خود در کشور منحصر به فرد است

پژوهشکده فاوا که قدمتی بیش از ۳۰ سال دارد در حوزه ی طراحی و نظارت سامانه های صنعتی مختلف، تهیه و ارائه امکانات و تجهیزات پیشرفته تحقیقاتی و ارائه خدمات آموزشی فعالیت دارد. همچنین با توجه به نیاز گسترده کشور و پیشرفت سریع علوم حوزه ی فناوری اطلاعات، واحدهای فناور مختلفی در بخش تجاری سازی و مدیریت نوآوری دانشگاه فعال هستند.

## ایجاد شهر هوشمند در پردیس دانشگاه ، یکی از برنامه های آینده این دانشگاه است. در این خصوص توضیحاتی بفرمایید.

ایجاد شهر هوشمند اصولا مبتنی بر تکنولوژی اینترنت اشیا است. در حال حاضر دانش و توانمندی بسیار خوبی در دانشگاه برای اجرای این طرح وجود دارد و پروپوزال هایی تهیه شده است. لکن متاسفانه به دلیل عدم جذب منابع مالی لازم برای اجرای این پروژه هنوز تلاش منسجمی در سطح دانشگاه برای اجرای آن شروع نشده است و صرفا پروژه های مستقلی انجام شده اند که در صورت تامین مالی و تشکیل تیم مدیریتی قابل استفاده و پیاده سازی در سطح دانشگاه خواهند بود.

## با شیوع کرونا ، شیوه ی اکثر فعالیت ها تغییر کرد. از تاثیر کرونا بر آموزش بگویید.

آموزش از اولین و بزرگترین فعالیت هایی بود که با شروع کرونا با تعطیلی دانشگاه ها به حالت تعلیق درآمد. در ابتدای امر و با توجه به نامشخص بودن وضعیت شیوع بیماری و مدت زمان تعطیلی ها وقفه کوتاهی داشتیم، اما سپس با سرعت فعالیت های آموزش مجازی در همه رده ها آغاز شد. با توجه به عدم وجود تجربه گسترده در آموزش مجازی در ابتدای کار چالش های زیادی داشتیم اما در ادامه تولید محتوای و ارائه ی آموزش ها بر بستر آنلاین شتاب خوبی گرفت. طبیعتا پوشش دادن بعضی از دروس عملی و کارگاهی از طریق آموزش مجازی عملا امکان پذیر نیست. اما در خصوص دروس نظری کار تولید محتوا با شتاب و کیفیت خوبی در دانشگاه ها در جریان است. انطباق پذیری و دسترسی دانشجویان به محتوای آنلاین نیز از دیگر چالش های این روش است که با توسعه زیرساختی و پشتیبانی منظم سعی در برطرف کردن مشکلات آنها داریم.

## با توجه به عدم زیرساخت های لازم در آموزش مجازی در کشورمان وضعیت مراکز آموزش عالی در اصفهان چگونه بود؟

با توجه به ضرورت ادامه آموزش در همه سطوح، مراکز آموزشی هر یک سعی کردند از کلیه ابزارهای در اختیار استفاده کنند. اگر چه کاستی هایی در بسیاری از ابعاد مشاهده می شد، اما در مجموع تلاشی که آموزگاران و اساتید از خود نشان دادند شایسته تقدیر بود. بسیاری از این مدرسین تجربه ای در آموزش از راه دور نداشتند و محتوای آموزشی آماده ای هم در دسترس شان نبود اما نهایت تلاش خود را کردند، و باید بگویم چندین برابر شرایط عادی کار کردند و زحمت کشیدند تا آموزش لازم را ارائه دهند. حاصل این تلاش تا کنون تولید حجم بسیار بالایی از محتوای آموزشی دیجیتال ارزشمند است که شاید هنوز مدرسین برنامه خاصی برای آن ندارند و جمع آوری و ارائه آن در یک بستر مناسب میتواند فرصت کسب و کار خوبی برای بخش خصوصی باشد.

## در دوران کرونا دانشگاه صنعتی اصفهان ، فعالیت آموزشی خود و ارتباط با دانشجویان را چگونه انجام داده است؟

تمامی اساتید با حداکثر تلاش در حال تولید محتوای آموزشی آنلاین هستند. سامانه آموزش مجازی دانشگاه با پشتیبانی منظم دروس را ارائه می کند و راه های ارتباطی متعددی جهت رفع اشکال تعریف شده است. اساتید تمامی تلاش خود را کردند که سرفصل های آموزشی را پوشش دهند. آموزش های مجازی به دو صورت آنلاین و آفلاین در اختیار دانشجویان قرار گرفته است که برای همه قابل استفاده باشد. تمامی تلاش دانشگاه بر این است که دانشجویان حتی الامکان ترم تحصیلی خود را حفظ کنند و به دلیل مشکلات به وجود آمده مجبور به حذف ترم نشوند اما برای دانشجویانی که امکان بهره مندی از آموزش مجازی را نداشته اند تسهیلاتی جهت حذف ترم در نظر گرفته شده است.

## در سایر کشورهای دنیا ، وضعیت به چه صورت بوده است؟

یکی از کارهایی که با شروع شیوع کرونا، توسط مرکز روابط بین الملل دانشگاه صنعتی اصفهان انجام گرفت بررسی نحوه برخورد سیستم های آموزش عالی در کشورهای پیشرفته مختلف با وضعیت ایجاد شده بود. در این بررسی ها چهارده کشور از قاره های آسیا، اروپا و آمریکای شمالی مورد بررسی قرار گرفت. استفاده از شیوه آموزشی آنلاین و برگزاری کلاس ها بصورت مجازی، به تعویق افتادن پروژه هایی که نیازمند حضور دانشجویان بوده است، ارائه خدمات روانکوی توسط موسسات آموزش عالی برای دانشجویان و تنظیم پروتکل هایی برای نحوه ارزیابی دانشجویان مانند استفاده از شیوه رد یا قبول به جای نمره دهی و یا برگزاری آنلاین امتحانات از راهکارهایی بود که توسط این دانشگاه ها اتخاذ شده بود، چالش های ایجاد شده برای آموزش عالی و راهکارها به صورت دسته بندی شده در این گزارش بررسی شده و در وب سایت مرکز روابط بین الملل دانشگاه صنعتی اصفهان قابل دسترسی است

## آیا کرونا میتواند پایه گذار آموزش آنلاین در ایران شود؟

پیش از شیوع بیماری کرونا تجربیاتی در زمینه ی آموزش آنلاین در دانشگاه ها و مراکز آموز عالی وجود داشت اما هیچ زمان به این وسعت و کثرت از آموزش مجازی استفاده نشده بود و از این نظر تقریبا این شرایط در تمام جهان حاکم بود. چالش اصلی که فعلا ما با آن درگیر هستیم، تا حدی ضعف بسترهای زیرساختی مانند سرعت اینترنت و دسترسی به آن در سطح کشور است. اما باید بگویم تا کنون شرایط کشور علیرغم افزایش شدید ترافیک در این دوران تا حد زیادی قابل قبول بوده است، اما به هر حال

نیاز به ارتباط سریعتر و مطمئن تر تمام نشدنی است. ما تا به اینجای کار پیشرفت بسیار خوبی داشته ایم و به نظر می رسد می توان آینده خوبی برای آموزش آنلاین در کشور متصور بود. این می تواند شروع فعالیت های بسیار گسترده و نو در عرصه آموزش در کشور گردد و به عنوان مثال می توان با استفاده از ابزارها و بسترهای آنلاین دوره های آموزشی کوتاه و بلند مدت بین المللی را با همکاری اساتید دانشگاه های معتبر جهان به سادگی تعریف کرد و پیش برد.

## نقدهای فراوانی از سوی برخی کارشناسان به آموزش آنلاین میشود. آیا آموزش آنلاین میتواند جای آموزش حضوری را بگیرد یا هر دو لازم و ملزوم یکدیگرند؟

قطعا آموزش آنلاین و آموزش حضوری هر یک مزایایی دارند. در شرایط کنونی و با در نظر گرفتن همه ی محدودیت ها انتخاب روش آنلاین خصوصا برای دروس نظری بهترین و تنها انتخاب بود. اما در شرایط ایده آل، همراهی این دو روش با یکدیگر می تواند امکان بهره برداری صد درصدی را فراهم سازد. باید این موضوع را در نظر داشت که تنها کارکرد فضاهای آموزشی، انتقال مطالب علمی نیست. دانشجویان و دانش آموزان با حضور در فضاهای آموزشی گذشته از تحصیل و کسب علم، مهارت های گوناگونی را کسب می کنند که برای موفقیت و پیشرفت در آینده ضروری و لازم است. تعاملات اجتماعی و فعالیت های فوق برنامه فرهنگی و ورزشی تأثیر به سزایی در رشد هوش اجتماعی دانشجویان دارد. علاوه بر این آموزش آنلاین در بعضی از دروس و رشته های عملی کارایی ندارد. در نهایت به نظر می رسد استفاده به جا و درست از هر دوی این راهکارها در کنار هم می توانند بسیار کارایی و بهره وری اساتید و دانشجویان را ارتقا بخشد و زمینه ساز تحولات مثبتی در حیطه آموزش باشد.

برای من نیز به عنوان یک مدرس بسیار سخت است وقتی ارتباطات رو در رو با دانشجویان کم میشود و هر دانشجو صرفا با یک آدرس ایمیل جایگزین میشود! این ارتباطات نزدیک و دوستانه با دانشجویان همیشه زمینه ساز بسیاری از فعالیت های علمی مشترک بود که الان از آن محروم هستیم.

## از چالش های این دوران بفرمایید

کرونا بسیاری از قالب های پیش فرض و پارادایم ها را در حوزه های مختلف تغییر داده است. چالش های مختلفی در حوزه های آموزش و پژوهش، مدیریت منابع انسانی، اقتصاد و درآمدهای مراکز آموزش عالی به وجود آمده است که همچون بسیاری از شرایط دیگر این چالش ها می تواند فرصتی برای تغییرات مثبت و پیشرفت ایجاد کند. شرایط ایجاد شده و لزوم بهره مندی از پلتفرم های ارتباط آنلاین توجه سیاست گذاران آموزش عالی را به اهمیت زیرساخت های سخت افزاری جلب کرد که لازم است در این حوزه با سرمایه گذاری مناسب و بررسی دقیق هزینه ها و تسهیلات لازم، امکانات قوی تری ایجاد شود.

به عنوان مثال در گزارش اخیر مرکز روابط بین الملل دانشگاه که در خصوص شیوه های مناسب برگزاری آنلاین امتحانات انجام شده است اطلاعاتی در خصوص به کارگیری هوش مصنوعی در پلتفرم های برگزاری آزمون آنلاین وجود دارد که نمونه ای از زمینه های متعددی است که توسط محققان داخلی می تواند توسعه داده شود و به تقویت زیرساخت ها کمک کند. از سوی دیگر در این دوران ضرورت یادگیری مهارت های نرم همچون کار تیمی بصورت دور کاری، یادگیری آنلاین و تدریس آنلاین، مهارت های مدیریت منابع انسانی بصورت غیر حضوری و... بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است که دانشگاه صنعتی اصفهان با تکیه بر حضور اساتید قوی و دانشجویان علاقمند و همچنین همراهی و همکاری پرسنل توانسته است به شکل قابل قبولی از این چالش برای توسعه ی زیرساخت ها استفاده کند.

## در شرایط سیاسی کنونی ، ارتباطات علمی با سایر کشورهای دنیا به چه صورت است؟ آیا فشار حداکثری بر روابط علمی تاثیر گذاشته است؟ از همکاری های دیگر با سایر کشورهای دنیا بگویید. آیا اینگونه همکاری ها منجر به انتقال فناوری شده است؟

بروز این شرایط، موجب شد برخی مشکلاتی که در حوزه روابط بین الملل داریم کمتر شود. قبل از دوران کرونا با محدودیت اتباع خارجی برای سفر به ایران از سوی آمریکا روبرو بودیم و به دلیل افزایش قیمت ارز نیز هزینه مسافرت ما را محدود می کرد. با شرایط حاضر به راحتی و مانند هر کس در هر جای دیگر دنیا می توان با دانشگاه های خارج از کشور تماس گرفت و زمینه همکاری و ارتباط بین المللی را ایجاد نمود. مردم جهان این شرایط را قبول کرده اند و برگزاری جلسات از راه دور دیگر غیر عادی نیست و به عنوان تنها راه ممکن محسوب می شود. این موضوع باعث کم رنگ شدن محدودیت های قبلی شد.

# مهمترین مشکلات استارت‌آپ‌ها، حقوقی و قانونی است

مشخص و سرمایه‌انسانی است که متأسفانه تنها بدنبال شو و بریدن روبان هستند تا در پی ایجاد فرآیند پیاده‌سازی و اداره کردن باشند. هنگامی که مرکز نوآوری افتتاح شد انگار کار تمام شده است و عکس‌ها گرفته می‌شود و دیگر هیچ...

**مهمترین مشکلات استارت‌آپ‌ها را در چه می‌بینید؟**

مشکلات حقوقی و قانونی چه درون تیمی مانند قراردادهای هم‌بنیانگذاران، قرارداد تسهیم سهام و... و چه در راستای ارتباط با سایر مجموعه‌ها با توجه به اینکه استارت‌آپ‌ها شرکت‌های ثبت شده نیستند و نمی‌توانند بسیاری از درخواستهای قانونی و استفاده‌ها را داشته باشند. با توجه به چرخه و مراحل رشد استارت‌آپ مشخص است که هر استارت‌آپی برای موفقیت نیاز به سرمایه دارد و بدون شک یکی از عوامل مهم موفقیت در استارت‌آپ جذب سرمایه مناسب در زمان و مرحله مناسب است. از فعالیت‌های کلیدی سرمایه‌گذار نیز شناسایی، ارزیابی، ارزش‌گذاری و راستی‌آزمایی استارت‌آپ‌های موجود در بازار است. اما سوالی که وجود دارد این است که چه نوع استارت‌آپ‌هایی ارزش سرمایه‌گذاری دارند؟ یا به نوعی استارت‌آپ باید چه ویژگی‌هایی داشته باشد تا از منظر سرمایه‌گذاران جذاب باشد؟

در ایران نیز سرمایه‌گذاری روی استارت‌آپ‌ها هرچند در حال توسعه و رشد می‌باشند اما توجه به این نکته ضروری است که حلقه‌ای از این اکوسیستم به نام سرمایه‌گذاری خطرپذیر است. در صنعت سرمایه‌گذاری خطرپذیر آسیب‌هایی وجود دارد که می‌توان به ناقص بودن زنجیره تأمین مالی استارت‌آپ‌ها، نبود فرهنگ سرمایه‌گذاری خطرپذیر، برخورد با استارت‌آپ‌ها شبیه به کسب و کارهای کوچک و متوسط توسط سرمایه‌گذاران، عدم وجود فرشتگان سرمایه‌گذاری، تغییر و ناپایداری مدیریت و سیاست‌های دولتی و برخورد یکسان با طرح‌های متفاوت اشاره کرد، که با توجه به جدید بودن این اکوسیستم در ایران، نقش این مشکلات پررنگ تر است. لذا امروزه شاهد پدیده‌ای به نام جذب سرمایه‌گذار هستیم که تمام استارت‌آپ‌ها بیش از آنکه به دنبال جذب مشتری باشند تمام تمرکز و برنامه کسب و کارشان معطوف به جذب سرمایه‌گذار و شرکت در جلسات ارائه به سرمایه‌گذار و ارائه به داوران در مسابقات مختلف کسب و کار گشته است، پس شاید بزرگترین فعالیت یک استارت‌آپ در این قسمت باید شناسایی، جذب و نگهداری مشتری و کاربرانش باشد و بدون شک استارت‌آپ پرمشتری، سرمایه‌گذار فربه پیدا خواهد کرد. لذا مرز بین شکست و موفقیت یک استارت‌آپ یک راهکار است، که شما چقدر خوب می‌دانید مشتری شما چه مشکلاتی دارد، دردها و نیازهای مشتری را درست شناسایی کرده‌اید.

برای اینکه استارت‌آپ شما ارزش سرمایه‌گذاری داشته باشد شاید نیازی نباشد که در زمینه دانش استارت‌آپی و حوزه مربوطه متخصص شوید، اما باید در مورد کاربران و مشتریانانتان متخصص شوید.

این نکته مهم است که محصول یک استارت‌آپ، سایت یا اپلیکیشن یا یک محصول فیزیکی نیست بلکه محصول استارت‌آپ یک مدل کسب و کار است، مدل کسب و کاری که موفق، تکرار پذیر و گسترش پذیر باشد. پس مهمترین فعالیت استارت‌آپ جستجو است و چیزی که در استارت‌آپ مهم است این است که بتواند به سرعت رشد کند. بدون شک سرمایه‌گذاران به شکل مثبتی تحت تأثیر کارآفرینانی قرار می‌گیرند که از اطلاعات کافی برخوردار بوده و هنگام درخواست سرمایه، آمادگی لازم را دارند. هنگام تلاش برای تضمین تأمین منابع مالی از یک سرمایه‌گذار مخاطره پذیر یا سرمایه‌گذاران خصوصی، طرح کسب و کار مکتوب همیشه به عنوان فرصتی برای ملاقات چهره به چهره مورد استفاده قرار می‌گیرد. نوعاً زمان یک کارآفرین برای ارائه طرح کسب و کار کاملاً محدود است. هنگام ارائه این طرح به یک کمیته سرمایه‌گذاری، زمان تخصیص یافته معمولاً بیش از ۱۵ تا ۲۰ دقیقه نیست و در بعضی از مجامع، این محدوده زمانی فقط پنج یا شش دقیقه است. لذا هنگام به وجود آمدن این فرصت، یک کارآفرین باید آمادگی کافی را در این زمینه داشته باشد. بسیار مهم است که تمرین، تمرین و تمرین بیشتری در این زمینه صورت گیرد. نباید مخاطبین را درگیر یک توضیح طولانی درباره تکنولوژی‌هایی که کالا یا خدمت مذکور بر آن استوار است نماییم. ظرف چند دقیقه، بخش اعظمی از مخاطبین و به همین ترتیب، شانس کارآفرین برای تأمین منابع مالی مورد نیاز برای سرمایه‌گذاری جدید از بین خواهد رفت.

**طرح نوآفرین با هدف حل مشکلات استارت‌آپ‌ها راه‌اندازی شد. اجرای این طرح در سایر استان‌ها و شهرستان‌ها بجز تهران را چگونه ارزیابی می‌کنید؟**

از نظر من تعریف مدیریت عبارت است از اجرای درست تصمیمات درست، طرح نوآفرین از تصمیمات درست بود که اکوسیستم استارت‌آپی و تیم‌های استارت‌آپی و شتابدهنده‌ها و فضاهای کار اشتراکی شدیداً به آن نیاز داشتند اما متأسفانه به خوبی اجرا نشد و زمان زیادی می‌برد که در شهرستان‌ها به صورت کامل و صحیح و با کمترین بروکراسی پیاده‌سازی شود.

**مهران کرمی کارشناسی کامپیوتر دانشگاه اصفهان، ارشد مدیریت استراتژیک دانشگاه تهران و دکترای کارآفرینی گرایش کسب و کار جدید از دانشگاه تهران، از اسفند ۱۳۹۸ به عنوان مدیرعامل هاب اصفهان مشغول به فعالیت شدند، پیش از آن به مدت ۴ سال مدیر شتابدهنده سریر در تهران بودند که از سال ۹۵ الی ۹۸، در استارت‌آپ لند سریر ۱۲۳ تیم مستقر شدند و بیش از هفتاد رویداد مختلف در حوزه کارآفرینی برگزار کردند و تقریباً بیست درصد این استارت‌آپ‌ها موفق به جذب سرمایه شدند و سی درصد آنها موفق شدند بدون جذب سرمایه به کار خود ادامه دهند. با رویدادهای استارت‌آپ و یکند در سال ۹۱ وارد فضای استارت‌آپی کشور شدند و تسهیلگر و برگزارکننده استارت‌آپ و یکند در کشور بودند، اکنون به عنوان رئیس هیئت مدیره شرکت توسعه تراکنش دال (استارت‌آپ دنگی پال در حوزه فینتک)، مشاور مرکز نوآوری تکسترا و هم‌بنیانگذار رسانه اکوسیستم مشغول فعالیت هستند.**

توسعه کسب و کار در استارت‌آپ استودیو است. با توجه به اینکه تمرکز اصلی هاب اصفهان استارت‌آپ استودیو است انتظار می‌رود با توجه به زیرساخت‌ها و ظرفیت لازم و به خصوص نیروهای با استعداد و جوان در دانشگاه صنعتی اصفهان و سایر دانشگاه‌های استان اصفهان و ظرفیت و تجربه شهرک علمی تحقیقاتی اصفهان در راستای تجاری‌سازی پروژه‌ها و محصولات موجود در استارت‌آپ استودیو انتظار می‌رود این فرآیند موفقیت آمیز باشد.

با توجه به شبکه شرکای کلیدی و پتانسیل‌های هاب اصفهان می‌تواند در حوزه‌های زیر فعالیت نماید و حداقل سالانه دو پروژه در هر کدام از این حوزه‌ها را به سرانجام رساند و موفق به بهره‌برداری درصد مشخصی از پروژه براساس مذاکره و طبق موبه‌هیت مدیره شود.

علاوه بر همراه اول که می‌تواند بهره‌بردار و سفارش‌دهنده بسیاری از محصولات باشد، هاب اصفهان قادر است از ظرفیت سایر مجموعه‌های دیگر، استفاده کند. از طرفی با توجه به ظرفیت سخت‌افزاری و نرم‌افزاری موجود در دانشگاه صنعتی اصفهان و شهرک می‌توانیم این موارد را پوشش دهیم.

**ارتباط شما با سایر بازیگران اکوسیستم کارآفرینی همچون سایر شتابدهنده‌ها، مراکز فضای کار اشتراکی به چه صورت است؟ آیا در این عرصه با سایرین هم‌افزایی دارید؟**

همانطور که مشخص است اکوسیستمی پویاست که توانایی ایجاد ارتباط بین حلقه‌های تکمیل‌کننده از جمله مراکز حمایتی و نوآوری را ایجاد کند، هاب اصفهان در این راستا به دنبال ایجاد شبکه‌ای از همکاران و شرکاست از جمله فضاهای کاری اشتراکی، شتابدهنده، منتورها و مشاوران تا بتواند به خوبی توانایی و پتانسیل اکوسیستم استارت‌آپی شهر را پررنگ نماید. با توجه به نیاز موجود در اکوسیستم استارت‌آپی که عدم تعادل بین سرمایه‌گذار و سرمایه‌پذیر است، هاب اصفهان در نظر دارد با انجام اقداماتی برنامه‌ریزی شده، اعتماد سرمایه‌گذاران پیشرو در اکوسیستم استارت‌آپی کشور را بدست آورد و طی مدت حداکثر دو سال شبکه‌ای ارزشمند از سرمایه‌گذاران را در ارتباط با خود تشکیل دهد. اقدامات پیش‌بینی شده جهت شبکه‌سازی با سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی که با رویکرد شبکه‌سازی انجام می‌شوند شامل موارد زیر چون برگزاری رویدادها جهت تسهیل ارتباط بین استارت‌آپ‌ها و سرمایه‌گذاران، انتشار وایت‌پیپرهای سرمایه‌گذاری جهت ایجاد ادبیات مشترک با فعالان حوزه‌ی سرمایه‌گذاری، برگزاری کارگاه‌ها، سمینارها و همایش‌ها با موضوع سرمایه‌گذاری، شبکه‌سازی مستقیم می‌باشد.

**با توجه به سابقه‌ی فعالیت شما در فضای استارت‌آپی، وضعیت اصفهان را چگونه می‌بینید؟**

با وجود حدود پنج استارت‌آپ استودیو فعال و چهل شتابدهنده فعال در اکوسیستم استارت‌آپی کشور که اکثر آنها در شهر تهران مشغول به فعالیت هستند، در اصفهان نیز تأمین‌کنندگان خدمات مختلفی ایجاد شده است، تأمین‌کنندگان را می‌توان کلیه بازیگرانی دانست که می‌توانند در ارائه خدمات به استارت‌آپ‌ها تأثیرگذار باشند. این بازیگران عبارتند از: شتابدهنده‌های فعال در استان، ارائه‌دهندگان زیرساخت، منتورها و ارائه‌دهندگان خدمات جانبی می‌باشند. از دیگر تأمین‌کنندگان اصلی دانشگاه‌های مطرح موجود در استان اصفهان و صنعت است. با توجه به عدم ثبات در شرایط اقتصادی و فضای کسب و کار و تعداد بسیار کم استارت‌آپ و کسب و کار موفق که از شتابدهنده و مراکز حمایتی فعلی خارج شده باشند و عدم وجود دانش و تجربه لازم در این راستا اکوسیستم اصفهان در شروع فعالیت و کار است، در کنار آن علاقه‌مندی به ایجاد مراکز نوآوری و تنها تأسیس آنها بدون داشتن برنامه و ظرفیت لازم انسانی و زیرساختی در بلندمدت موجب شکست آنها خواهد گشت. امروزه شاهد این پدیده هستیم که هر مغازه یا شرکت کوچکی نیز به دنبال ایجاد مرکز نوآوری و شتابدهنده و فضای کاری اشتراکی است و به دنبال جذب تسهیلات مختلف از صندوق‌های سرمایه‌گذاری و دولت بدون داشتن برنامه



**مرکز کارآفرینی و نوآوری هاب اصفهان با هدف حمایت و سرعت**

بخشیدن به رشد و تجاری‌سازی استارت‌آپ‌ها فعالیت می‌کند تا استارت‌آپ‌های ارزشمند و آینده‌دار را کشف و بر روی آنها سرمایه‌گذاری کند. مرکز نوآوری هاب اصفهان در دو بخش شتاب‌دهنده و استارت‌آپ استودیو فعالیت می‌کند که در این دو بخش، هاب اصفهان برای حمایت و سرعت بخشی به رشد و تجاری‌سازی استارت‌آپ‌ها در حوزه IT و TELECOM، سرمایه‌گذاری نامحدود بر روی آنها، افزودن به جذابیت بازار آنها و پیدا کردن ایده‌ها، تیم‌ها و رهبران ارزشمند اقدام می‌شود. ماموریت این مرکز جذب ایده‌ها و تیم‌های استارت‌آپ و قرارداد آنها در فضای مناسب کاری با امکانات مناسب، حمایت مالی و در اختیار قراردادن سرمایه اولیه، ارائه خدمات آموزشی و رصد حرفه‌ای در راستای انتقال تجارب موفق کارآفرینی و در نهایت تجاری‌سازی این ایده‌ها و عرضه به سرمایه‌گذاران است. فضای کار اشتراکی هاب اصفهان، فضای کاری در مرکز تجاری-اداری و گردشگری اصفهان است با دسترسی آسان و با شرایط ویژه جهت برگزاری رویدادهای کارآفرینی و ایجاد امکانات زیرساختی مناسب برای فعالیت تیمی و کسب و کارهای نوپا فراهم شده است. همراه اول، دانشگاه صنعتی اصفهان و شهرک علمی تحقیقاتی اصفهان با مشارکت شهرداری اصفهان با هدف ایجاد فضای بزرگ و متمرکز جهت توسعه فضای کارآفرینی استان در مرکز شهر اصفهان، با برگزاری مزایده در نهایت، قرارداد واگذاری بخشی از ارگ عظیم جهان نما را به هاب اصفهان امضا کردند تا این شهر شاهد راه‌اندازی بزرگترین مرکز نوآوری و کارآفرینی باشد. در این گفتگو نظرات و صحبت‌های آقای مهران کرمی مدیریت جدید این مجموعه را با هم می‌خوانیم.

**از وضعیت فعلی هاب اصفهان و برنامه‌های سال ۹۹ بگویید.**

هاب اصفهان با هدف شناسایی، جذب و ارتقاء نخبگان صاحب ایده و دارایی فکری به وسیله حمایت و همکاری همراه اول، شهرک علمی تحقیقاتی اصفهان، دانشگاه صنعتی اصفهان و بهره‌بردار از پتانسیل موجود در سایر اجزا و نهادهای موجود در اکوسیستم استارت‌آپی اصفهان و نهادهای دیگر از جمله (شهرداری اصفهان، صندوق پژوهش و فناوری استان اصفهان، شهرک سلامت اصفهان، دانشگاه اصفهان و دانشگاه علوم پزشکی اصفهان)، جهت فعالیت در قالب استارت‌آپ استودیو و راه‌اندازی کسب و کار موفق طی ۳ سال آتی برای ذی‌نفعان و بهره‌برداران در قالب استارت‌آپ‌هایی با تأکید بر حوزه‌ها و جریان‌های روز دنیا از جمله اینترنت اشیا و شهر هوشمند، بازی و چند رسانه‌ای‌ها، سلامت دیجیتال و تکنولوژی‌های مخابراتی است. به نوعی حوزه‌های فعالیت هاب اصفهان حمایت، راه‌اندازی و استقرار استارت‌آپ‌ها (کسب و کارهای نوپای) موفق مرتبط، با حوزه‌های فعالیت همراه اول با توجه به پتانسیل موجود در اکوسیستم استارت‌آپی و کارآفرینی شهر اصفهان و زیرساخت‌ها و ظرفیت‌های موجود در دانشگاه صنعتی اصفهان و شهرک علمی تحقیقاتی اصفهان می‌باشد. در این راستا تلاش هاب اصفهان بر این است تا با بکارگیری نیروهای جوان و خلاق، خدمات متعدد و مناسبی در جهت تکمیل و بهره‌برداری حداکثری از ظرفیت‌های موجود ارائه نماید.

**هاب اصفهان با کشف ایده‌ها و سرمایه‌گذاری بر روی آنها معرفی شده است. چقدر در این تعریف موفق بوده‌اید؟**

امروزه استارت‌آپ‌ها به یک پدیده همه‌گیر تبدیل شده‌اند و هر فرد یا سازمانی به نوعی به دنبال بهره‌برداری از فرصت‌هایی است که این نوع کسب و کارها می‌توانند فراهم بیاورند. معمولاً میزان سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌ها کم ولی بازده سرمایه‌گذاری آنها بالا است که این باعث شده است جذابیت سرمایه‌گذاری آنها بسیار بالا باشد. یکی از چالش‌هایی که در زمینه موفقیت استارت‌آپ‌ها وجود دارد مشخص نبودن مسیر توسعه آنها است. بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌ها معمولاً دانشجویان رشته‌های فنی هستند که با مهارت‌های لازم برای راهبری و اداره کسب و کار آشنایی ندارند. از طرفی سرمایه‌گذاران نیز با توجه به اینکه معمولاً بنگاه‌های بزرگ اقتصادی هستند انعطاف‌پذیری لازم برای هدایت استارت‌آپ‌ها را ندارند. هسته کسب و کار هاب اصفهان، جذب نیروهای با استعداد و جوان با هدف ایجاد تیم‌های

## مهندس جعفر مطلب زاده مدیر کل فناوری اطلاعات استان اصفهان:

# مشکل پیاده سازی دولت الکترونیک، عدم اعتقاد مدیران سازمانها به سامانه های فناوری اطلاعات است

ظرفیت آنها استفاده نمی شود، افزود: در سال های اخیر سیاستی بر ایجاد دیتاسنترهایی در هر استان در راستای پیاده سازی دولت الکترونیک و مراکز IX بود که با بررسی و تغییر سیاست ها و مطالعات بیشتر، این موضوع منتفی شد و به این نتیجه رسیدند که پیاده سازی مرکز IX استانی مناسب نیست و این موضوع به سمت IX ملی رفت و به این نتیجه رسیدند از ظرفیت همین دیتاسنترهای موجود برای ایجاد فضای ابری استفاده کنند.

وی در خصوص پیاده سازی دولت الکترونیک گفت اقدامات زیادی در این حوزه صورت گرفته است، در همین راستا سایت [iran.gov.ir](http://iran.gov.ir)، درگاه ملی خدمات دولت هوشمند با ۶۶۴ خدمت الکترونیکی تا این لحظه آماده بهره برداری است که هر روز به تعداد آن اضافه می شود.

ولی آنچه انجام و پیاده سازی دولت الکترونیک را با چالش روبرو کرده است عدم استفاده نهادها و سازمان های دولتی از سرویس های آنلاین این سامانه است.

به عنوان مثال بسیاری از مراجعات حضوری برای پیگیری نامه ها و استعلام از اداره ی دیگر، بصورت آنلاین در این سامانه وجود دارد یا به عنوان مثال اگر نهادی نیازمند کپی مدارک شخصی باشد، می تواند به درگاه ثبت احوال متصل و مدارک مدنظر را دریافت کند و شخص متقاضی بدنال کپی کردن کاغذی نباشد. موضوعی که وجود دارد این است که وزارت ارتباطات باید دسترسی میان این دستگاهها و سازمان ها با سرویس های موجود در سی استان را فراهم کند در صورتی که هنوز مدیران نهادها و سازمان ها ذهنیت استفاده از این سرویس ها را ندارند. بعنوان مثال با الزام استفاده از درگاه ملی مجوزهای کشور بسیاری از مراجعات و کاغذ بازی ها حذف شد. تمام تلاش ما این است که در تمامی جلسات و ادارات این سامانه را به مدیران معرفی و نحوه ی استفاده از آن را گوشزد کنیم.

شهروشمند، مردم قادر به استفاده از آن باشند.

وی در این خصوص گفت: در این راستا کمک به ثبت پروژه شهر یادگیرنده در اتحادیه مخابرات آسیا و اقیانوسیه، همکاری در پروژه سامانه تعاملی دولت الکترونیک بر بستر شهر یادگیرنده و همکاری مشترک در زمینه توسعه اقتصاد دیجیتال شهروندی و حمایت از کسب و کارهای نوپا از دیگر موضوعات مورد توافق در این توافق مشترک می باشد.

وی افزود: یکی از شرکت دانش بنام پیشرو اندیشه پرداز سی پل مستقر در شهرک علمی تحقیقاتی دانشگاه صنعتی اصفهان در بهمن ماه سال گذشته با شهرداری در زمینه ی آموزش قراردادی را امضاء کردند.

مطلب زاده همچنین به همکاری در اشتراک گذاری زیرساخت های ارتباطی با اپراتورهای ارتباطی نیز اشاره کرد و افزود: در این تفاهم نامه مشترک قرار است ضمن همکاری در ایجاد تجمیع کننده اینترنت اشیا جهت ایجاد خدمات و زیرساخت های شهر هوشمند، محتوای آموزشی مرتبط نیز در این حوزه تخصصی تهیه و در اختیار علاقه مندان قرار گیرد. محتوای آموزشی توسط دستگاه های ارایه دهنده خدمات آماده سازی میشود تا مردم به آنها دسترسی داشته باشند.

مطلب زاده در خصوص ایام کرونا و وضعیت ظرفیت ارتباطی استان گفت: در اوایل کار و اسفند ماه بواسطه اعلام هدیه ی صدیگی اینترنت توسط وزارت ارتباطات، بار سنگینی بر روی شبکه ی ایجاد شد که ارتباطات را دچار اختلال کرد اما با اقداماتی که در خصوص پهنای باند انجام شد مشکل اختلال برطرف شد و حتی اگر تقاضا افزایش پیدا کند مشکلی نخواهیم داشت.

مدیر اداره کل فناوری اطلاعات و ارتباطات استان اصفهان در خصوص عدم استفاده از دیتاسنترهایی که در سال های قبل افتتاح شده بود و از



در ایامی که کرونا بر تمامی ابعاد زندگی تاثیر گذار بوده و هست، نقش فناوری اطلاعات و ابزارهای آن به خوبی محسوس شد. در این گفتگو نظرات جعفر مطلب زاده مدیر اداره کل فناوری اطلاعات و ارتباطات استان اصفهان را در خصوص فعالیت های صورت گرفته در حوزه زیرساخت و ظرفیت های موجود را جویا شدیم.

مدیر اداره کل فناوری اطلاعات و ارتباطات استان اصفهان در خصوص شهر هوشمند اعلام کرد: شهر هوشمند مدینه فاضله ی اکثر مسئولین استانداری و شهرداری و استانی است اما هیچکدام تعریف جامعی از شهر هوشمند نداریم و هر نهاد تعریف خاص خود را دارد. در هفته های اخیر تفاهم نامه ای مشترک با سازمان فاوای شهرداری در خصوص توسعه و حمایت از شهر یادگیرنده و ارائه خدمات موثرتر به شهروندان در شهر و استان منعقد شد. در این طرح قبل از پیاده سازی شهر هوشمند، بایستی به شهروندان مفاهیم فناوری اطلاعات و استفاده از آی تی آموزش داده شود تا پس از اجرای

## نگاهی دیگر به سیاهی اقتصادی دوران پسا کرونا



را با آنچه در عمل انجام می دهند مقایسه می کنند. مصرف کنندگان با دقت تعهدات سازمان ها را در قبال مسئولیت های اجتماعی آنان، چه در حوزه بازاریابی و مشتریان داخلی (کارکنان و نحوه برخورد با آنان) و چه در زمینه بازاریابی و مشتریان خارجی (مشتریان و مصرف کنندگان)، زیر نظر دارند و در مورد آنچه نه فقط برای ارائه ی خود یا فروش محصولات خود انجام می دهند، که در مورد فعالیت های انسان دوستانه و آنچه در قبال جامعه انجام می دهند قضاوت می کنند. نمونه ی این حساسیت ها را می توان در خشم مردم از سازمان هایی که در این دوران به مصرف کنندگان اجحاف کردند یا تعریف و تمجید همراه با رضایت آنان از نیکوکاری برندهایی که به مردم خدمت کردند، یافت. آنچه سازمان ها بایستی در این دوران انجام دهند روایت داستان های واقعی و پایبندی به تعهداتی است که بر پایه روایت ها در ذهن مخاطبین شکل می گیرد.

### ۲. به واسطه ی دسترسی های مجازی و فناوری های برخط به جوامع متصل به هم تبدیل شده ایم

اما ناگفته پیداست که بسیاری از کسب و کارهای آنلاین که تا پیش از کرونا به دلایل مختلف پذیرفته نمی شدند در این مدت مورد استقبال قرار گرفتند. شاید کمتر کسی را بتوان یافت که پیش از کرونا اهمیت فضای مجازی و دسترسی های آنلاین را کتمان کرده باشد اما کم نبودند کسانی که با وجود آگاهی از اهمیت فضاهای مذکور در استفاده از آن اهمال می کردند. کرونا اهمیت فضای برخط و صفحات اجتماعی مجازی را بار دیگر یادآوری کرد و آن را نه در قالب تسهیل کننده ی روابط سازمان ها و مشتریان و صرفاً ابزاری جهت کمک به مبادلات و معاملات روزمره که به عنوان یک ضرورت معرفی نمود. نیاز به ذکر مثال نیست و تنها با نگاهی به پیرامون خود در می یابیم که کسب و کارهایی که پیش از این زیرساخت های لازم را برای بهره برداری اثربخش از این فضا آماده کرده بودند یا در همین زمان اندک سریعاً از این فضا در جهت پیشبرد اهداف تجاری استفاده کردند توانستند از فرصت های ایجاد شده بیشترین منفعت را کسب کنند. از این پس نیز در صورتی که ارائه دهندگان محصولات و مایحتاج ضروری، بتوانند کیفیت محصولات، توزیع مناسب و همچنین ارتباط با مشتریان را حفظ و تقویت نمایند، خواهند توانست با تغییرات رفتاری ایجاد شده در مصرف کنندگان از این فرصت به خوبی استفاده کنند. به علاوه، کرونا باعث شد گروه اندکی از صاحبان کسب و کارها که همچنان باوری به فضاهای مذکور نداشتند، بیش از پیش از اهمیت برخورداری از وبسایت، درگاه های اینترنتی و صفحات اجتماعی فعال آگاه شوند و برای آن برنامه ریزی کنند.

### ۳. در طی سالهای گذشته به واسطه اتصال و دسترسی به منابع آزاد، حجم خبرهای بد و نگران کننده به صورت تصاعدی افزایش یافته است.

اعضای شبکه های اجتماعی، در سراسر دنیا، به صورت روزانه در معرض



دکتر علیرضا عنادلیب  
مدرس و محقق بازاریابی

این روزها خیلی صحبت از سیاهی اقتصادی دوران پسا کرونا می شود اما من پیش رو سیاهی نمی بینم، تغییر می بینم. تغییری که کرونا آن را بوجود نیاورد، فقط به آن سرعت بخشید. تغییری که از مدت ها قبل شروع شده بود و باید با آن همراه می شدیم.

خبر خوش آنکه هنوز دیر نشده است و اگر اهالی کسب و کار، سازمان ها، تولیدکنندگان و فروشندگان با این تغییر و تحولات همراه شوند می توانند از فرصت های ایجاد شده به خوبی استفاده کنند.

در این مدت بسیاری از تحلیلگران، تغییر رفتار مصرف کنندگان در نقاط مختلف دنیا را بررسی و تحلیل کرده اند. واقعیت این است که به دلیل یکپارچگی نسبی که به واسطه دنیای مجازی و کرونا برای مصرف کنندگان در سراسر دنیا ایجاد شده است، این تغییر رفتار با اندک تفاوتی در ایران هم کم و بیش شبیه سایر کشورهاست. آنچه به آن اشاره می گردد برخی از تغییراتی است که می توان در رفتار مصرف کنندگان مشاهده کرد.

#### ۱. داستان های تخیلی جای خود را به داستان های واقعی می دهند.

همواره روایت داستان برندهای یکی از اهرم های قدرتمند جهت معرفی آنان بوده است. هر سازمانی بنا به پیشنهاد مشاورین، سلیقه مدیرعامل یا نظر این مدیر و آن کارمند داستانی روایت می کرد و عمدتاً نامنظم و گهگاهی نظام یافته از کانال های مختلف به سمع و نظر مخاطبین خود می رساند. آنچه اهمیت داشت داستان و روایت آن بود و صحت و سقم آن نه فقط برای رابویان که حتی برای اکثر مخاطبین هم اهمیت چندانی نداشت. نکته اینجاست که در سال های اخیر مصرف کنندگان نسبت به گذشته آگاه تر شده اند و بیش از پیش به آنچه برندها در مورد خود می گویند دقت می کنند و مواز ماست می-کشند. در شرایط کنونی و دوران کرونا این حساسیت ها بیشتر نیز شده است و مصرف کنندگان داستان هایی که برندها برای آن ها تعریف می کنند

اخبار ناخوشایند اقتصادی، اجتماعی و سیاسی نقاط مختلف دنیا قرار می گیرند. به همه ی دل نگرانی ها کرونا را اضافه کنید. بسیاری از کسانی که امروزه به دلیل قرنطینه حال خوش و روحیه خود را از دست داده اند، پس از کرونا به دنبال محصولات، اعم از کالاها و خدماتی خواهند بود، که حال و احوال دوران کرونایی آن ها را بهبود بخشد. پی بردن به چنین نیاز و خواسته ای از طرف مصرف کنندگان کار چندان دشواری نیست. روی خوش، برخورد پرمهر، لبخند، رسیدگی به شکایات و هرآنچه حال و احوال مشتریان را بهبود بخشد نه تنها بخش زیادی از دغدغه های آنان را کاهش می دهد، مزیت رقابتی ویژه ای برای کسب و کارها ایجاد می کند. از سوی دیگر کافی است به گفتگوها و طنزهای صفحات اجتماعی و آرزوهای پسا کرونایی نگاهی بیندازیم. بسیاری از اعضای این شبکه ها در انتظار سفر، رفتن به کافیشاپ ها و رستوران ها، گشت و گذار و خرید هستند. مشکل اینجاست که بسیاری از خانواده ها در دوران پسا کرونا، حداقل در کوتاه مدت، ممکن است شرایط اقتصادی لازم برای استفاده از چنین محصولاتی را نداشته باشند. در صورتی که صنایع، سازمان ها و کسب و کارها (مانند صنایع گردشگری و تفریحی) مشتریان را فراهم نمایند این امکان را خواهند داشت که از این فرصت ها نیز، پس از دوران کرونا به خوبی استفاده کنند.

نتیجه آنکه دوران پسا کرونا سیاه نیست، اندکی دشوار است اما گذر از آن فرمول پیچیده ای ندارد، اندکی برنامه ریزی نیاز دارد. کافی است خودمان باشیم. واقعی عمل کنیم، به ارزش های انسانی پایبند باشیم و بر این اساس برندهای خود را معرفی کنیم. فضای آنلاین و صفحات اجتماعی را به عنوان یک ضرورت برای کسب و کار خود به رسمیت بشناسیم و برای استفاده از آن برنامه داشته باشیم. رابطه ای انسانی با مشتریان خود برقرار کنیم و به آن ها آرامش هدیه دهیم.

# ورود نامتوازن و ناعادلانه دولت در حمایت از استارتاپ ها

بیشتر شرکت های نوآور یا بهتر بگویم نو آرزو آفرین در تهران حضور دارند. از کافه بازار و اسنپ و دیجیکالا که سرشناس می باشند . انباشت تجربه و دانش در تهران بیشتر است. فضای کار اشتراکی و شتابدهنده و به خصوص شرکت های سرمایه گذار خطرپذیر در تهران زیاد است. سازمان های دولتی همکاری بیشتری دارند، مثلا شهرداری تهران اجازه حضور شرکت های دانش بنیان را در ساختمان های مسکونی داده ولی در اصفهان چنین رویکردی وجود ندارد. در تهران داستان موفقیت زیاد است. هر چند آنجا هم آسیب ها و تهدید هایی دارد مثل اینکه تب مهاجرت در تهران داغ تر است ولی در شهری مثل اصفهان، مهاجرت به تهران هم پر رنگ است.

در باره ی تهران گفتم چون زنده بودن اکوسیستم در آنجا مشهود است ولی مثلا استارتاپ های اصفهان و شاید همه شهرهای غیر پایتخت، از سرمایه گذاران تهران جذب سرمایه می کنند. در کل باید بگویم برای رشد اکوسیستم همه ی این بازیگرها، از قانون گذاران و سازمان ها و نهادهای دولتی و دانشگاه ها، از فضاهای کار اشتراکی، شتابدهنده ها، مراکز رشد و صندوق های سرمایه گذاری و دیگران باید در کنار هم رشد کنند. اصفهان رو به رشد است و به نظرم تعامل خوبی بین بازیگران اکوسیستم در حال شکل گیری است.

## وضعیت استارتاپهای اصفهان را در چه سطحی ارزیابی می کنید؟

شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان به عنوان جلودار این مفهوم در ایران از دهه ۷۰ راه اندازی شد و زیرساخت و سخت افزار برای توسعه اکوسیستم کارآفرینی فراهم کرد. امروز این شهرک میزبان تیم های زیادی با سطوح کیفی متنوع است و تیم های توانمند، متمرکز و با پشتکار در شهرک وجود دارد. در فضاهای کار اشتراکی و شتابدهنده ها هم استارتاپ های سرشناسی حضور دارند. ویرگول که از استارتاپ های خوب اصفهان است یا اپچار که قبلتر توضیح دادم، در اصفهان فعالند. ولی راه پیش رو برای رشد طولانی است. چه از نظر کمی و چه از نظر کیفی.

## مهمترین مشکلات استارتاپ ها را بگویید.

به نظرم مهارت های نرم، پایه ای ترین توانمندی است که در تیم ها باید تقویت کرد. از این نظر، هر چقدر یک تیم و اعضای آن توسعه پیدا کنند، کم است. مصداق آن ضرب المثل که میگوید: یکی مرد جنگی به از صد هزار. یک تیم چند نفره، بر اساس انگیزه های درونی، متعهد به رشد فردی و تیمی، مشکلات را مرتفع می کند. در این صورت همه چیز با کیفیت پیش می رود و رشد اتفاق می افتد.

## آینده فضای استارتاپی کشور را چگونه ارزیابی می کنید؟

با توجه به شرایط فعلی کرونا، بعضی حوزه ها دچار رکود شدید شده اند و بعضی موضوعات خیلی رونق گرفته اند. تمامی اینها به تغییر الگوی رفتار و به دنبال آن تغییر نیازها و مسئله های کاربران بر می گردد. مثلا حوزه گردشگری با رکود عجیبی مواجه و آموزش مجازی پر رونق شده است. از طرف دیگر شرایط اقتصادی و سیاسی کشور، بیشتر از گذشته درگیر چالش ها و نوسانات شدید است. خود اکوسیستم استارتاپی یک محیط پر ریسک است. در واقع احتمال موفقیت یک کسب و کار کم است و این ریسک راه اندازی استارتاپ را بالا می برد. ضرب این دو ریسک بزرگ، یعنی ریسک ذاتی اکوسیستم و ریسک های سیاسی و غیره که همه می دانیم، ریسک حوزه را دو چندان و جذابیت آن را کاهش می دهد. معاونت علمی فناوری ریاست جمهوری و صندوق نوآوری شکوفایی تلاش هایی در بهبود شرایط دارند که اگر کلان به آن نگاه کنیم و نقدهای فرآیندی اجرایی را کنار بگذاریم، نگاه خوبی است. چون تلاش دارند که دخالت مستقیم در اکوسیستم را به حداقل برسانند.

## ۳. در این شتابدهنده چه خدماتی به استارتاپها ارائه می شود؟

روی کاغذ خدمات بیشتر شتابدهنده ها مشابه است. اما کیفیت، یعنی چگونگی ارائه خدمت مساله است. فضای کار، سرمایه اولیه کمترین خدمتی است که در دوره شش تا نه ماهه شتابدهی ارائه می کنیم. توجه و تمرکز ما بر منتورینگ و کوچینگ است. هدف کوچینگ بهبود و رشد تیم، کسب و کار و تسهیل گری می باشد. در حوزه منتورینگ نیز مربیان هر کدام در یک موضوع و در یک یا چند کسب و کار صاحب تجربیات هستند که به انتقال ایده های خود به تیم ها مشغول هستند.

## چه تعداد استارتاپ جذب و چه تعداد از آنها موفق شدند؟

تاکنون حدود ۱۵۰ درخواست پذیرش داشته ایم که طی فرآیند غربال ۱۲ تیم پذیرش شد. به عنوان مثال توربو یک سامانه b2b اشتراک گذاری تور بین آژانس های گردشگری است که با توجه به وضعیت صنعت گردشگری به چالش جدی خورده است. اپچار یک اپلیکیشن ساز آنلاین است که برای سایت های وردپرس و بخصوص فروشگاه های ووکامرسی، در چند دقیقه، اپلیکیشن اندروید و iOS می سازد. آن هم با قیمت منطقی. اپچار لیدر این حوزه در ایران است و در کنار مجموعه هایی مثل «اسنپ روم» و «ترب» جزو تیم های شایسته تقدیر جایزه «فناوری اطلاعات برتر ایران» شده است.

## آماري از پویتک بفرمایید

تا امروز بیشتر از سی و پنج هزار ساعت، آمار رویدادهای آموزشی و ترویجی پویتک است. این عدد در اکوسیستم اصفهان موثر و مهم است. یکی از اهدافمان از ابتدا در پویتک توسعه و آموزش اکوسیستم کارآفرینی اصفهان بوده است. برای همین منظور از تابستان ۹۶ مدرسه کسب و کار پویتک را راه انداختیم که در قالب بوتکمپ های ۳۰ تا ۴۰ روزه، تجربه آموزشی عملی راه اندازی کسب و کار را با کمک مربیان توانمند از سراسر کشور، به علاقمندان در منطقه مرکزی ایران منتقل کند. مثلا تابستان ۹۸، نزدیک به ۱۵۰ نفر درخواست ثبت نام داشتیم که بعد از غربال و مصاحبه حضوری، ۴۵ نفر پذیرش شدند و طی دوره ۴۰ روزه در قالب ۱۱ تیم، به تجربه راه اندازی کسب و کار با آموزش و دریافت منتورینگ پرداختند.

## از مشکلات خود بگویید. نگاه به شتابدهنده ها چگونه است؟

ما یاد گرفته ایم مشکلات مان را حل کنیم. برای ما هر مشکل یه فرصت است که می توانیم با حل کردن آن مشکل، جریان درآمدی ایجاد کنیم. به هر حال موضوع عمده ای به عنوان مشکل نمی بینم. بیشترین مشکلی که می بینم و برای ما چیز عجیبی نیست، ورود نامتوازن و بعضا ناعادلانه دولت در حمایت از مجموعه ها در این عرصه است. بعضا هم دیده ام که نقدهایی به شتابدهنده، به عنوان یک مدل کسب و کار می شود. در حالی که شتابدهی به عنوان یک سرویس، در مدل های کسب و کار متفاوتی قابل پیاده سازی است و هر مجموعه بهبودهایی روی این مدل انجام می دهد. خلاصه با تحلیل های کلی و از دور موافق نیستم.

## ۷. با توجه به نوع فعالیتتان با استارتاپ ها، ارزیابی شما از فعالان این حوزه در اصفهان چیست؟

باید فضای نوآفرینی یا کارآفرینی یا استارتاپی را یک اکوسیستم در نظر بگیریم. با این نگاه که در یک اکوسیستم، حضور همه ی عوامل در کنار هم است که آن اکوسیستم را پایدار می کند و پایداری موضوع مهمی است. در مورد اینکه اکوسیستم کارآفرینی تهران، اکوسیستم برتر ایران است مناقشه ای نداریم. در تهران دانشگاه های متعددی وجود دارد که بیشتر دانشجویان از سراسر کشور علاقمند هستند در آن دانشگاه ها تحصیل کنند. دانشگاه هایی که شاید ایده آل نیستند ولی نسبت به دانشگاه های اصفهان به خصوص دانشگاه صنعتی و دانشگاه اصفهان که دانشگاه های سرشناس اصفهان هستند، نگاه همه جانبه تری به دوران تحصیل دارند.

احسان فقیه هم بنیانگذار فضای کار اشتراکی و شتابدهنده پویتک می باشد. وی کارشناسی و ارشد مکانیک خوانده است و آخرین تجربه مهندسی اش، دستیار پژوهش «آزمایشگاه تعامل انسان و ربات» دانشگاه تهران بوده است. از سال ۸۶ فعالیت هایی داشته است که بعدها متوجه شد به آنها استارتاپ می گویند. به غیر از حوزه کسب و کارهای نوپا، به ادبیات و سینما علاقه دارد تا جایی که عضو انجمن سینمای جوانان ایران نیز هست.



## شتابدهنده پویتک از چه سالی و با چه اهدافی راه اندازی شد؟

اول این را بگویم که پویتک فقط شتابدهنده نیست. ما فضای کار اشتراکی و شتابدهنده هستیم. یعنی علاوه بر شتاب دادن تیم ها برای راه اندازی و رشد کسب و کارشان، فضای کار پویا و به صرفه هم در اختیار آزادکارها و همین طور کسب و کارهای کوچک قرار می دهیم. در یک فضای کار اشتراکی، علاوه بر اینکه شما با یک قیمت به صرفه و کم ریسک، یک دفتر کار با اتاق جلسه و میز کار و اینترنت و ... دارید، با جمع افراد تلاشگری تعامل دارید که ممکن است موجب رشد شما را فراهم کند.

پویتک زمستان ۹۵ به طور رسمی راه اندازی شد. هرچند که پیش تر از آن هم فعال بود. آن زمان چند شتابدهنده در تهران فعال بودند و فضای کار اشتراکی فینوا هم در برج فناوری دانشگاه امیرکبیر فعال بود. امروز هشت فضای کار اشتراکی به تایید معاونت علمی فناوری ریاست جمهوری رسیده و شتابدهنده های زیادی به خصوص در تهران فعال هستند.

از ابتدا برای ما یادگیری و رشد یک ارزش بود. برای همین ما همیشه پویتک را بستری دیدیم که همه بتوانند در زمینه کسب و کار استعدادشان را کشف و محقق کنند و در یک کلمه رویاهایشان را زندگی کنند. به این ترتیب با علی صالحی دیگر هم بنیانگذار پویتک، قرار گذاشتیم تا در پویتک با تمرکز بر فناوری و همچنین شکوفایی توانمندی های افراد و تیم ها، ارزش هایی خلق شود تا جهانی و جایی بهتر برای زندگی داشته باشیم.

## پویتک در چه حوزه هایی به پذیرش و حمایت از طرح های پردازد؟

حوزه اقتصاد دیجیتال اولویت ما می باشد. هرچند خود این حوزه بسیار گسترده است. مثلا آنچه ما به تجارت الکترونیک می شناسیم، زیر مجموعه اقتصاد دیجیتال است. صنایع خلاق هم برای ما جذابیت دارد. به هر حال اقتصاد پلتفرمی و همینطور کسب و کارهای دیجیتال برای ما جذاب است.

هاست لینوکس سی پنل ایران  
pouyasazan.org

۰۲۱-۷۵۰۲۹

پویاسازان

# یک کسب و کار موفق در شرایط کنونی چه ویژگی هایی دارد؟

نگارش شده توسط میلاد کوچکیان-علیرضا ورشای

شاید سوالی که در حال حاضر برای خیلی از صاحبان کسب و کارها وجود داشته باشد این است که در شرایط شیوع ویروس کرونا و در شرایط پس از کرونا کسب و کار آنها چگونه خواهد شد و یا اینکه چه استراتژی ها و اقداماتی را می توانند در این شرایط اتخاذ کنند. حقیقت این است که این وضعیت یک زنگ خطر بسیار جدی برای خیلی از کسب و کارها است. آنها که تفکر به روز شدن نداشته اند، آنهایی که تفکر برندسازی نداشته اند. این کسب و کارها در شرایط کنونی باید رویکرد خودشان را مسلما تغییر دهند. پارادایم بازار به شکل عجیب و بی سابقه ای در دنیا عوض شده است و فرصتی برای قدیمی فکر کردن و کار کردن بر اساس روش های سنتی در بازار دیگر وجود ندارد. باید رویکرد سنتی را تغییر داد. صاحبان کسب و کار امروز باید خودشان را به ابزارهای روز بازاریابی و فروش مجهز کنند تا بتوانند به بقای خودشان و کسب و کارشان فکر کنند.

شیوع ویروس کرونا و به دنبال آن تعطیلی خیلی از کسب و کارهای تولیدی و خدماتی یک تلنگر بسیار به جا و مناسب برای خیلی از کسب و کارها در ایران بود که درک کنند شیوه های قدیمی کسب و کار، روش های قدیمی در بازاریابی و فروش را باید کنار بگذارند. فضای بازار عوض شده است. امروز ما در دنیای بازاریابی دیجیتال قرار داریم. تا جایی که می توانیم باید علم و تجربه خودمان را در این حوزه بالا ببریم. دانش بازاریابی سنتی صرف دیگر جوابگوی نیاز بازار امروز نیست. امروز حتی برندسازی هم تبدیل به برندسازی دیجیتال شده است. امروز حجره و فروشگاه ها جای خودشان را به فروشگاه های اینترنتی داده اند.

آنهایی که فلسفه خودشان را از سمت فروش صرف به سمت برندسازی بردند، برای خودشان و محصولاتشان، هویت ساختند، وب سایت خوب ساختند، فروشگاه اینترنتی با کیفیت ساختند، محصولات و خدماتشان را از طریق فضای اینترنت و شبکه های مجازی با محتوای مناسب به مشتری ارائه کردند نشان دادند که راه را زودتر پیدا کرده اند. الان آنها نه تنها دغدغه فروش ندارند بلکه بعضی از آنها بیشتر از قبل درآمد و سود دارند. مسلما این کسب و کارها در شرایط کرونا موفق بوده اند و بعد از آن هم

موفق تر و قوی تر خواهند شد.

حقیقتا باید عنوان کنیم که راه و در اصطلاح استراتژی جدید و راه حل کلیدی همین است. اسمش بازاریابی اینترنتی یا بازاریابی دیجیتال است. یعنی فعالیت کسب و کار ما باید از حال سنتی به سیستم مدرن آن هم بر پایه اینترنت پایه گذاری شود.

این موقعیت به وجود آمده در حقیقت هم فرصت است و هم تهدید می تواند محسوب شود. به هر حال مشتریان فیزیکی که در نمایشگاه فیزیکی، فروشگاه ها و بازارچه ها و به طور کلی انواع بازارهای سنتی محصولات را ببینند و خریداری کنند تقریبا به پایین ترین حد خودش رسیده است. این یک تهدید اساسی است. اما فرصت آنجایی است که در شرایطی که باید در خانه بمانیم می توانیم کسب و کار اینترنتی را تقویت کنیم. روی کیفیت و ارزش محصولات خودمان کار کنیم. اما مهم تر از همه موضوع نمایش، معرفی و بازاریابی و فروش محصولات است که باید برای آن زیرساخت مناسب طراحی کنیم. زیرساخت مناسب یعنی هویتی جدید بر اساس شرایط فعلی بازار که همانگونه که گفته شد بازاریابی و برندسازی دیجیتال است.

در علم برندسازی، محصول خوب و با کیفیت و بر اساس نیاز مشتری طراحی و ساخته شده، تنها یک بال موفقیت یک تولید کننده محصولات تولیدی است، بال دوم و مهم تر، نحوه معرفی و بازاریابی و نهایتا فروش محصول است.

من به عنوان یک صاحب کسب و کار باید رویکرد خودم را از سمت محصول محوری به سمت بازاریابی سوق دهم و خودم و محصولم را بیشتر و بهتر و با کیفیت تر به مشتری معرفی کنم. راه های بهتر برای تبلیغ محصولم در فضای مجازی پیدا کنم. محتوای جذاب تری برای ترغیب مشتری به خرید بسازم و نمایش دهم.

تعداد بسیار بالایی از تولید کنندگان محصول و صاحبان کسب و کارهای تولیدی و خدماتی، هنوز نتوانسته اند برای محصولات خودشان هویت برند خلق کنند. نه لوگویی، نه نشانه ای، نه بسته بندی مناسبی و نه حتی اسم خوبی برای محصولات خودشان دارند. این در عصر برندینگ و بازاریابی که بازاریابی حرف اول را در کسب و کار می زند، خیلی بد است. امروز در کنار

## اکوسیستم استارتاپی از واقعیت تا توهم!

پایدار موثر مخصوصا در خارج از تهران کمتر شده است.

به نظر نگارنده ریشه راندمان کم بازده را در سیاستگذاری دولتی ها و در سیاست فعالیتی جامعه استارتاپی باید جستجو کرد. ارگانهای دولتی فناوری محور به نظر می رسد به جای سیاستگذاری و هزینه در زیر ساختها و ریل گذاری درست در جهت عمق دادن به بازارهای فناوری محور از طریق افزایش زیر ساخت های اینترنتی، بالا بردن ضریب نفوذ اینترنت در کل کشور، بازبینی و حذف فرآیندهای تکراری و خسته کننده مجوزها، حذف دخالت ارگانهای بسیار در حوزه اخذ مجوزها، تسهیل سازی موضوعات مربوط به مالیات و بیمه کسب و کارهای نوپا (به آسانی با طرح تنفس قابل حل هست) فرهنگ سازی کسب و کار اینترنتی به دلیل تعدد ارگانها و امکانات سخت افزاری و نرم افزاری، همچنان در حال آمار سازی و پمپاژ پول از طریق فراخوانهای مختلف اخذ تسهیلات هستند. پر واضح هست تسهیلات به هر روش و طرحی برای کسب و کارهای نوپا به جای روان سازی کارکرد عکس پیدا می کند و هدف نهایی کسب و کارها را که تجاری سازی و افزایش کیفیت و بهره وری و رقابت هست را از مسیر خود منحرف می کند. و به اصل مهم تجاری سازی ایده ها و طرحها آسیب عمیق می زند. تا جاییکه تسهیلات در بخش هایی شاید حتی خارج از محیط کسب و کارها هزینه شده و در نهایت تبدیل به بدهی می شود.

با وجود فعالیت های کارساز و قابل احترام اکوسیستم در قالب شرکتهای موثر، اما با نگاه اجمالی به این اکوسیستم استارتاپی مشکلات بسیاری را می بینیم که گریبانگیر این جامعه پویای فناوری هست، و این مشکلات از عوامل بازمانده مهم در جهت رسیدن به اهداف اولیه گفته شده و پایداری و تعمیق کارآفرینی می باشد.

اینکه در جامعه کسب و کار ما هنوز با معیارهای درست و اصولی کارگروهی و تیمی فاصله داریم بر کسی پوشیده نیست، در واقع روح کار تیمی و گروهی از عوامل کلیدی شکل گیری ابتدایی هر گروه و کسب و کار تیم محور هست. این مورد از چالشهای بزرگ گروههای استارتاپی به شمار می رود تا جاییکه زمان بسیاری صرف تنظیم روابط درست و شکل دهی روح جمعی بین عوامل فنی که اغلب برنامه نویسها هستند با عوامل اجرایی می شود. تا جاییکه بعضی کسب و کارها حتی در این مرحله یا مدت کوتاهی از فعالیت نسبت به حل این چالش ناتوان شده و کل گروه از هم پاشیده میشود. به نظر می رسد حتی در مرحله بلوغ کسب و کار این چالش همچنان بر فضای کسب و کار استارتاپی غالب هست و برنامه های توسعه و سایر موارد مرتبط فنی را تحت تاثیر قرار می دهد. از طرفی تجاری سازی ایده ها و طرحهای نوآورانه یکی دیگر

## اصفهان ارتباط

هفتدنامه خبری، اطلاع رسانی، آموزشی، پژوهشی

صاحب امتیاز: مهدی بکلری

مدیر مسئول: عبدالله افتاده

سرپرست استان اصفهان: مهندس مهدی قربانی

تحریریه: ۰۹۳۶۷۱۰۹۳۱۸ - ۰۹۱۳۸۶۷۱۵۷۵

آدرس پستی: اصفهان - صندوق پستی: ۳۳۶ - ۸۱۴۶۵

تلفن: ۰۳۱-۹۵۰۱۲۲۳۶. تلفکس: ۰۳۱-۹۵۰۱۲۴۲۱

esfahanertebat.ir

telegram.me/esfahanictnews

ictnewsir@gmail.com

داشتن اینها باید محصولات در وب سایت ها، شبکه های اجتماعی و دیگر ابزارهای ارتباط با مشتری به درستی و با کیفیت نمایش داده شود. عکاسی مناسب از محصولات، طراحی محتوای عکسی و ویدیویی به گونه ای که هویت محصول را به درستی به مخاطب نشان دهد و او را ترغیب به خرید محصول کند، و نمایش آن در شبکه های اجتماعی پربازدیدگی که مخاطب و مشتری در آنجا هست و محصولات شما را می بیند، امروز واقعا یک الزام است.

بازاریابی دیجیتال، معرفی و نمایش و همچنین دادن آگاهی در مورد محصول، ویژگی ها، ارزش ها و منفعت های آن به مشتری در فضای اینترنتی است. باید طرز فکرمان را عوض کنیم. تمام انرژی و وقتمان را صرف تهیه محتوا از محصولاتمان کنیم و به خوبی آنها را در فضای مجازی معرفی کنیم. این راهکار اساسی است.

اگر به دنبال یک کسب و کار موفق هستید باید در اصطلاح برندسازی یک گاو بنفش خلق کنید. یعنی محصولات و خدمات شما باید کاملا متمایز باشد. در حقیقت، تمایز قلب مفهوم برندسازی است. همه ابزارهایی که تحت عنوان برندسازی دیجیتال مطرح شد باید با یک نگاه متفاوت و با هدف ایجاد تمایز در محصولات و خدمات باشد. باز هم تکرار کردن این موضوع خالی از لطف نیست که خلق کردن یک برند یا یک کسب و کار موفق دو بال اصلی دارد. یک محصول یا خدمت متمایز در یک بال و در بال دیگر تبلیغات و یک برنامه منسجم ارتباط با بازار که مسلما در دنیای امروز شاید از بال اول بسیار اهمیت بیشتر دارد.

از چالشهای بسیار مهم و اساسی هست که موجودیت گروه و تیم را تحت تاثیر مستقیم قرار می دهد. تصور غالب تیم فنی معمولا بر این است که اگر وبسایت یا اپلیکیشن با بهره گیری از تکنولوژی به روز و پیشرفته طراحی شود قطعا با اقبال مصرف کننده و مخاطب همراه خواهد بود، این توهم ناآشنا با فضای بازار و الزامات آن و ناآگاهی از ذائقه مصرف کننده مشکل بیشتر جامعه استارتاپی از ابتدای شکل گیری هست. تا جاییکه حتی تعصب بیش از اندازه نسبت به محصول و تکنولوژی طراحی اجازه تغییر و همسویی با نیاز بازار را هم تحت تاثیر قرار داده و در نهایت منجر به نابودی استارتاپی می شود.

همچنان که پیشتر عنوان شد تزریق تسهیلات با هر نوع روش و طرحی آسیب جدی و عمیق به این بخش مهم از استارتاپ وارد کرده و آنها را بیشتر با نیاز بازار (با چاشنی تعصب بیجا نسبت به طراحی) غریبه می کند. تا جاییکه به جای تلاش در جهت همسویی با نیاز بازار و تجاری سازی، با ورود تسهیلات دولتی محصول به جای تجاری سازی حالت نمایشی پیدا می کند. تا به جای کسب درآمد از دل محصول از شکل نمایشی آن در قالب حباب استارتاپی، طراح و منتور و ... درآمد کسب می شود و دقیقا محل اصلی انحراف از بازار از اینجا شروع می شود. در این مرحله متاسفانه ارگانهای دولتی هم به کمک استارتاپ آمده و در جهت آمارسازی و پر کردن مصنوعی فعالیتهای خود، به جای هل دادن کسب و کار به بازار و تن دادن به فضای رقابتی و تلاش برای کسب درآمد، با دادن امکاناتی مثل جا و مکان توسط پارکهای علم و فناوری، استارتاپ و گروه را هر چه بیشتر از بازار و جنگیدن برای بقا در فضای رقابتی دور کرده و ایزوله می کنند. تا جاییکه بعضی از این کسب و کارها حتی از دولتی ها توقع بازاریابی برای محصول خود را دارند بدون اینکه در دل بازار آبدیده و پخته شده باشند.

به نظر می رسد بازبینی روندهای فعالیتی ارگانهای دولتی در حوزه سیاستهای حمایتی از یک طرف و توجه جدی به اهمیت کار گروهی و تیمی در کنار مرحله بسیار کارساز تجاری سازی ایده و محصول که برای ادامه حیات استارتاپ بسیار کاربردی محسوب می شود. حلقه تکمیل کننده ثمر دهی کارساز فعالیتهای اکوسیستم استارتاپی می تواند باشد. و مخلص کلام اینکه از نظر نگارنده برای تبدیل ایده های افراد نوآور و خلاق و به عبارت کاملتر کارآفرین به کسب و کارهای پایدار فناوری محور در قالب تیمهای استارتاپی همچنان که گفته شد نیاز به بازبینی روندها و سیاستهای جاری ارگانهای دولتی درگیر حوزه فناوری و خود اکوسیستم استارتاپی به شکلی که گفته شده، هست. تا از دل همه این فعالیتهای کسب و کارهای پایداری در حوزه فناوری شکل و عمق پیدا کند. تا در نهایت باعث رشد و شکوفایی اقتصادی و افزایش سطح کیفیت ارایه خدمات به مردم شود.



داود صفی خانی

در دنیای امروز توسعه پایدار نیاز به بنیادهای فکری، ارزشی، صنعتی، حقوقی و حکومتی دارد تا بتواند شکل بگیرد و باید از بطن جوامع شروع شود و رشد کند تا بتواند موجب اشتغال و رونق اقتصادی و ارتقای سطح زندگی شود لازمه رشد اقتصادی و توسعه پایدار در دنیای امروز توسعه مراکز تولید دانش و مهارتهای فنی مانند دانشگاهها و مراکز تحقیقاتی و همچنین ایجاد مراکز کسب و کارهای دانش محور و حمایت از استارتاپ ها میسر هست. در رابطه با دانشگاهها و خروجی ضعیف و ناتوان آن در کشور به تفصیل نظرات بسیاری بیان شده است و هدف ما در این نوشته نیست.

موضوع اصلی نگارنده، اکوسیستم استارتاپی متشکل از نیروهای جوان و دانشی و با استعداد کشور، نحوه هدایت آنها در مسیر تبدیل به افراد اهل فکر و نظر، نوآور و خلاق و با عبارت کاملتر کارآفرین هست تا با اشتراک گذاری ایده ها و تشکیل تیمها به راه اندازی کسب و کار بپردازند تا جوانان با شور و اشتیاق وارد فعالیتهای کار آفرینی شوند و خود مولد کار باشند نه دنبال شرکت در آزمون استخدام ادارات و شرکتهای دولتی و سرگردان نباشند در این پروسه.

سوال این است که در کشور با توجه به تب استارتاپی فراگیری که ایجاد شده تا چه حد به هدف گفته شده در بالا رسیده ایم؟ مسیری که تاکنون طی شده است هم توسط دولتی ها و هم خود اکوسیستم استارتاپی تا چه حد توانسته منجر به پویایی و کارآفرینی واقعی شود؟ برآیند سیاستهای کلی دولت در زیر ارگانهای مربوط به این حوزه، فعالیت گروههای استارتاپ محور، تا چه حد توانسته است ایده ها و طرحهای فعالین را تجاری سازی و منجر به کارآفرینی مولد و پایدار کند؟ به نظر نگارنده هر چند تب استارتاپی در کشور بالا گرفته و فعالیتهایی مختلفی چه از جنبه دولتی و چه از طرف خود اکوسیستم انجام شده و همچنان هم با همان شدت در حال انجام هست اما در مقایسه با اهداف گفته شده بالا به نتایج موثرتری ختم نشده است. برآیند حمایتهای دولتی (خارج از طرح درست بودن یا نادرست بودن سیاستهای جاری آن) و فعالیت های اکوسیستم به نسبت حجم فعالیتهای منجر به کارآفرینی