

پیکر لحظه فراغت
پیدا کرد عالم قدرش...

پلتفرمی برای اثرگذاری IDEAS

اجماع نخبگانی برای شناسایی فرصت‌های از دست‌رفته‌ی ایران

۲۵ و ۲۶ تیر ۱۴۰۲، مرکز همایش‌های برج میلاد، تهران



همایش فرصت‌های
ایران در عصر دیجیتال

IDEAS 01

IDEAS 01

شرکت‌های ایرانی بیش از پیش به عبور
از مسیرهای امن نیاز دارند...

ما باور داریم در اقتصاد ایران به‌رغم بی‌ثباتی‌ها و نااطمینانی‌های کلان، بسته‌بودن فضای تجاری و محیط نامناسب رگولاتوری، هنوز فرصت‌های خلق ارزش برای کسب‌وکارها وجود دارد؛ فرصت‌هایی که با رشد سریع فناوری و تغییرات سبک زندگی خانوارها در حال خلق شدن هستند، ولی در نبود استراتژی مناسب جهت بهره‌برداری، یا عدم اتخاذ تصمیم مناسب در زمان و مکان مناسب، از دست می‌روند.

شرکت‌های ایرانی اکنون در بزنگاهی تاریخی-تمدنی قرار دارند؛ موج تحولات فناورانه‌ای که عصر دیجیتال با خود به همراه آورده فضای رقابت و فعالیت کسب‌وکارها را بیش از هر زمانی تنگ و دشوار کرده است. این تحولات نه تنها مختصات و قواعد بازی را تغییر می‌دهند بلکه پی‌درپی زمین‌های بازی جدیدی معرفی می‌کنند.

اگر به این وضعیت شرایط خاص زیست‌بوم اقتصاد ایران یعنی **رشد اقتصادی، موج‌های تورم افسار گسیخته، مضیقه‌های تحریم، جهش‌های نامتنظره نرخ ارز، فساد و ناکارآمدی مزمّن، ناترازی‌های مالی و اقتصادی**، و بی‌ثباتی‌های منطقه‌ای را اضافه کنیم، عمق

پیچیدگی شرایط پیش رو و تنگنای فعالیت کسب‌وکارها مشخص خواهد شد.

تلاش رهنمان بر آن است تا با بهره‌گیری توأمان از دانش و تجربه، ریسک‌های ناشی از این تحولات را شناسایی و عبور شرکت‌ها را از مسیرهای امن تسهیل کند. کار ما **دیدهبانی** تحولات کلان، **کشف روابط** و سازوکارهای اثرگذار بر چشم‌انداز فعالیت کسب‌وکارها، **طراحی** راهکارهای مناسب در مواجهه با شوک‌های پیش روی بنگاه‌ها، و **پیشنهاد** نقاط خلق ارزش برای آن‌ها در شرایط بغرنج اقتصاد ایران است.

به همین بهانه ترکیبی از خدمات مشاوره و توسعه‌ای برای کسب‌وکارها طراحی کرده ایم که می‌تواند در شکل‌دهی تصویری روشن و امیدبخش به شرکت‌های ایرانی، کمک کند. این خدمات شامل بررسی موشکافانه تحولات کلان و استراتژی عبور به تناسب نیاز کسب‌وکارها در قالب‌های مختلفی مانند **آموزش و سمینار، مشاوره به مدیران، توسعه نقش‌های سازمانی**، و **پروژه‌های تحلیلی** است.



آیدیاز؛ از ایده‌ها تا اقدام

بازبینی اقدامات و پیشرفت‌های انجام شده در قالب پلتفرم، شرکت‌ها و کسب‌وکارها فرصت توامان برای بیان رودرروی دغدغه‌ها و مسائل و نمایش ایده‌ها، راهکارها، محصولات، نوآوری‌ها و دستاوردها را خواهند یافت.

امید است با تحقق این اجماع نخبگانی به رغم از دست‌دادن فرصت‌های تاریخی گذشته، بتوانیم از گلوگاه تمدنی کنونی سربلند عبور کنیم و با ظرفیت حداکثری از منافع عصر دیجیتال بهره‌مند شویم.

بی‌شک تحقق این هدف، فراتر از برگزاری یک همایش سالانه، نیازمند دیده‌بانی تحولات، سازماندهی اتاق‌های فکر، تعامل مستمر با ذینفعان، و ایجاد اعتماد در ارکان اقتصاد ایران است. از این رو آیدیاز تنها یک رویداد نیست؛ بلکه بستری برای تعامل پیوسته با ذینفعان، و پلتفرمی برای روابط پایدار و خلق ارزش جمعی برای کسب‌وکارهای ایرانی در بخش‌های سنتی و نوپدید است؛ پلتفرمی با مشارکت همه‌ی اعضا برای شناسایی و معرفی ایده‌ها و اندیشه‌های گوناگون و ترکیب و تبدیل آن‌ها به راهکارهای اقدام‌پذیر. هر سال همزمان با برگزاری آیدیاز ضمن ارزیابی و

همایش سالانه آیدیاز محلی برای گردهمایی رهبران جوان، صاحبان صنایع، مدیران شرکت‌ها، سیاستگذاران، رگولاتورها، اساتید دانشگاه و صاحب‌نظران خبره هر صنعت است.

هدف رهنمان از برگزاری این رویداد، تشریح تحولات عصر نوپدید دیجیتال و ریسک‌ها و فرصت‌هایی است که برای اقتصاد ایران به همراه خواهند داشت. هدف دیگر، ایجاد اجماع نخبگانی از ذینفعان، از جمله صاحبان کسب‌وکارها، رگولاتورها و سیاستگذاران بر سر چگونگی بهره‌برداری حداکثری از فرصت‌ها و مدیریت ریسک‌های سیستمیک پیش رو است.

ساختار برگزاری

ماموریت: خلق اندیشه‌های ناب برای شناسایی فرصت‌های ایران در عصر دیجیتال و چگونگی به دست آوردن این فرصت‌ها



برگزارکنندگان

To practice

مهمترین نقش‌ها:

- شناسایی و پرورش ایده‌ها و اندیشه‌های با ارزش برای جامعه و کسب‌وکارها

Actionable Insights

تبدیل ایده‌ها به بینش‌های اقدام‌پذیر، گفتمان سازی حول بینش‌های اقدام‌پذیر، اقعان‌سازی حول راه‌حل‌ها

- شکل دادن به روایت‌های اقناعی مبتنی بر روندها، داده‌ها و واقعیت‌ها درباره فرصت‌های از دست‌رفته‌ی ایران

- پایش تحولات برهم‌زننده و اثرگذار بر آینده ایران و ارائه راهکارها، مدل‌ها و فناوری‌های دیجیتال مناسب

Empowering Decisions

برقراری جلسات منظم بعد از همایش برای توانمندسازی رهبران و صاحبان کسب‌وکار در اتخاذ تصمیمات اجرایی

- تقویت فرهنگ مطالبه‌گری با درخواست‌های روشن و مشخص از دولت و سیاستگذاران با هدف بهتر شدن زندگی، کسب‌وکار و شیوه حکمرانی

- شناسایی ریسک‌ها و ارائه راهکارهای تعدیل برای سیاستگذار و کسب‌وکارها جهت جلوگیری از خطاهای تکرارشونده

Scalable Solutions

هدایت ایده‌های اجماع‌شده در مسیرهای بهینه برای ارائه به شرکت‌ها و سیاستگذاران جهت طراحی سندباکس و رول مدل‌ها

- شبکه‌سازی موثر میان اعضای پلتفرم با هدف شناسایی مشکلات و ارائه راه‌حل‌های مناسب

بعد از برگزاری همایش

From theory

دعوت از نخبگان علمی و حرفه‌ای و صاحبان کسب‌وکارها
حول هر مسئله برای توافق بر سر راهکارها

Convening leaders

کاوش درباره هر مسئله، برقراری ارتباط با شبکه دانشی
مرتبط و برگزاری جلسات ایده‌پردازی با نخبگان علمی و
صاحبان کسب‌وکارها

Connecting Minds

اقتصاد توکن، راهکارهای دیجیتال برای چالش‌های
زیست محیطی، مقیاس‌پذیری کسب‌وکارهای دیجیتال،
تحول دیجیتال، هوش مصنوعی، بیمه دیجیتال، سلامت
دیجیتال، حکمرانی داده، فرهنگ و هنر، سرمایه انسانی،
بانکداری شرکتی

Creating Ideas

قبل از برگزاری همایش

IDEAS 01

قصه‌های موفقیت و ناکامی‌ها

۱/ قصه‌های موفقیت و ناکامی‌ها در بهبود زندگی، کسب‌وکارها و حکمرانی

۳/ چالش‌های ملی و راهکارهای دیجیتال

۴/ تحول دیجیتال در سازمان‌های بزرگ

۵/ بانکداری پلتفرمی

۶/ رگولاتوری در مقابل کسب‌وکارها

۷/ مقیاس‌پذیری کسب‌وکارهای دیجیتال

۸/ هوش مصنوعی در بانکداری و پرداخت

۹/ چشم‌انداز کسب‌وکارها در شرایط اقتصاد ایران

3

Rahnaman.com

قصه‌ی

گلوگاه بعدی تاریخی-تمدنی ایران بیم‌ها و امیدها؛

- دسترسی به **بازارهای مالی جهانی** لازمی **یونیکورن شدن**
- **صنایع سنگین بالغ و کم‌بهره‌ور** و نیاز به سرمایه‌گذاری بر فناوری‌های صنعت ۴
- کسب‌وکارها و سیاستگذاری؛ قصه‌هایی برای موفقیت یا ناکامی؟

- امکان رسیدن به **مقیاس‌پذیری** در داخل کشور
- خطر واگرایی از اقتصاد جهانی: عدم دسترسی به فناوری‌های روز، قطع ارتباط با بازارهای مالی بین‌المللی، دورافتادگی از بازارهای جهانی، کنار گذاشته شدن از مشارکت در پروژه‌های بین‌المللی

- **توسعه اقتصادی** در گروهی ایجاد **زیرساخت دیجیتال** و ارتقای بخش آموزش
- **جمعیت جوان** و تشنه‌ی فناوری‌های دیجیتال؛ تضمینی برای **جهش سریع**
- اختلافی که هنوز قابل جبران است؛ **فاصله کم‌بخش دیجیتال ایران و بازیگران جهانی**

جامعه پلتفرم

رهبران جوان

مدیران و کارآفرینان جوان، رهبران جسور، بلندپرواز و خلاق، مدیران آینده کسب و کارها

کسب و کارها

سازمان‌های بزرگ صنعتی، بانک‌ها و نهادهای مالی، شرکت‌های نوپا، پلتفرم‌های دیجیتال

افراد آکادمیک و جامعه علمی

اساتید برجسته و صاحب‌نظر دانشگاهی و محققان در رشته‌های مختلف علمی

شهروندان

خانوارها، دانشجویان، و تمامی دغدغه‌مندان ساختن ایران

سیاستگذاران و رگولاتورها

نهادهای دولتی و حاکمیتی، سازمان‌های تنظیم‌گر و مقرراتگذار

رسانه‌ها

ترویج‌گران و جریان‌سازان علم و فناوری

کمیته علمی

مرکب از اساتید برجسته دانشگاهی، نخبگان حرفه‌ای، و سرآمدان کسب و کارهای مرتبط، به‌صورت دوره‌ای و به اقتضای همایش‌های سالانه گرد می‌آیند و محتوا و برنامه‌ی همایش را که توسط شورای دبیران تدوین شده، نهایی می‌کنند.

شورای دبیران علمی

متشکل از دبیران علمی آیدیاز، محتوا و برنامه‌های همایش سالانه و رویدادهای دوره‌ای IDEAS، اعم از فعالیت‌های آموزشی، ترویجی، پژوهشی، و مشاوره‌ای را تدوین می‌کنند.

دبیرخانه دائمی

نهاد تصمیم‌ساز و برنامه‌ریز آیدیاز است که با استقرار در شرکت رهنمان، ایجاد، حفظ و ارتقای ارتباط مستمر با جامعه‌ی پلتفرم را دنبال می‌کند. دستورکار دبیرخانه علاوه بر طراحی و اجرای برنامه‌های رویدادهای سالانه و دوره‌ای پلتفرم آیدیاز، پایش محیط نوآوری و کسب و کاری ایران و تقویت شبکه‌های دانشی و ارتباطی مرتبط با آیدیاز است.



IDEAS's Pre-event Exercise

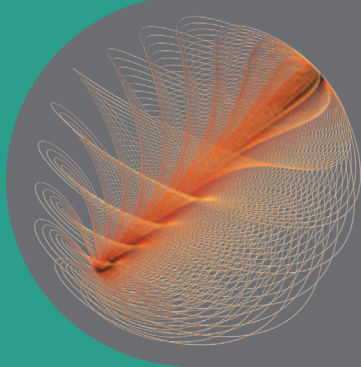
بازگشت هستند. از این رو تمرین‌ها و سندباکس‌ها ما را قادر خواهند کرد تا آثار تعهدات و تصمیمات خود را قبل از تحمیل هزینه به جامعه و کسب‌وکارها مشاهده کنیم. به همین خاطر از خودمان شروع کردیم. شورای دبیران علمی همایش IDEAS برای آماده‌سازی محتوایی با کیفیت و مرتبط، برنامه را با هر یک از سخنرانان طی چندین جلسه در محل رهنمان و استودیو رایمون تمرین کرده و هیچ محتوایی بدون ارزیابی فنی و کیفی توسط این شورا ارائه نشده است.

در پلتفرم IDEAS ما اعتقاد داریم برای ارائه هر فکر و ایده‌ای به تمرین نیاز است. تمرین‌ها ما را محک می‌زنند. محک‌زدن هر تصمیم و سیاستی از الزامات عصر کنونی یعنی عصر تعمیق علم است. دیگر نمی‌توان به روش‌های آزمون و خطا عمل کرد و ریسک‌های احتمالی را به جامعه و ذی‌نفعان منتقل نمود. بلکه باید با به‌کارگیری روش‌های علمی به دنبال یافتن و عملی کردن راهکارهای توسعه پایدار باشیم. در این عصر، تغییرات پیوسته، مستمر، پیچیده، نمایی و غیرقابل





پژوهانه همایش



مرکز همایش‌های برج میلاد
۲۵ و ۲۶ تیر ۱۴۰۲

۲۵ تیر ۱۴۰۲

افتتاحیه



۲۶ تیر ۱۴۰۲



فرصت را از دست نده

کم نیست اگر گوش دلیل خبر ماست
از دیدن ما چشم بیندید صداییم
بی سعی جنون راه به مقصد نتوان برد
بگذار که یک آبله از پوست برآییم
پیش که درد هوش گریبان تحیر
دل منتظر فرصت و فرصت همه ماییم

بخش اول؛

پیش درآمد



زیست دوگانه‌ی مردم ایران

مجید نیلی احمدآبادی: زیست دوگانه‌ی مردم ایران

نیما نامداری: اعتماد، امنیت، و سلامت در زیست دوگانه

مجید نیلی احمدآبادی: خطر اریب‌های شناختی در عصر دیجیتال

فرشاد فاطمی: چشم‌انداز بهره‌وری در بخش غیردیجیتال ایران

فرهاد نیلی: زیست دوگانه‌ی کسب و کارها در ایران

علی دیواندری: راه‌های نرفته در صنعت بانکی

فرشاد فاطمی: رگولاتور: فرصت‌ساز یا فرصت‌سوز؟

میلااد منشی‌پور: هزارتوی رگولاتوری

ولی‌اله فاطمی: رگولاتور در تراز جهانی

حمیدرضا مختاریان: طعم دیجیتال

محمد فاضلی: فرصت‌های ایران در پیچ‌های تاریخی

محمد مظاهری: فرصت‌های پیش روی کسب و کارهای دیجیتال

محمد فاضلی: زندگی، کسب و کار، حکمرانی، و تمدن ایرانی

فرهاد نیلی: قصه‌ی IDEAS



IDEAS

”

جهان همواره در حال تغییر است. وقتی یک سال پیش تصمیم به برپایی همایش IDEAS گرفتیم، جهان هنوز با پدیده توسعه یافته‌ای مانند ابزار جدید هوش مصنوعی مواجه نشده بود. چنانچه نتوانیم خود را با این تحولات سازگار کنیم و **وقتی جهان می‌پیچد ما نیپیچیم**، فرصت‌های بسیاری را در عصر دیجیتال از دست خواهیم داد. **ما این همایش را با هدف تبدیل فرصت‌های از دست رفته به فرصت‌هایی دست‌یافتنی برپا کرده‌ایم**. برای همین تمامی عناصر این رویداد از فرم و محتوای پتل تا شکل حضور اجراکنندگان متناسب با این تحولات طراحی شده است.

برای فکر کردن به آینده دنیای دیجیتال لازم است به این چهارچوب فکر کنیم. ضلع I فرد ایرانی، ضلع B بیزینس ایرانی، ضلع G حکمرانی ایرانی، که با هم می‌توانند ضلع چهارم را بسازند، **C تمدن ایرانی**. برای ساختن **ایران بهتر** همه‌ی ما مسئولیم و در این یک سال از همه برای یافتن پاسخ این سوال دعوت کرده‌ایم؛ که چگونه می‌توانیم از فناوری‌های دیجیتال برای توسعه ایران کمک بگیریم.



“

محمد فاضلی

ENSG



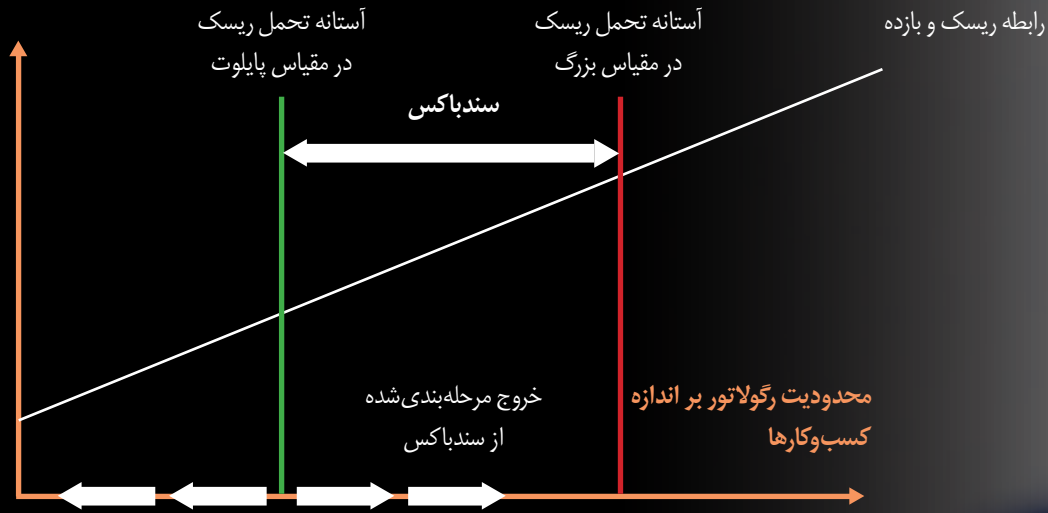
”

همه تمدن‌ها از سه منظر متفاوت بودند: مکان، زمان و شبکه‌های ارتباطی. اما عصر دیجیتال تفاوتی شگرف در زیست انسان‌ها ایجاد کرد و **دو زیستی** را برای ما به همراه آورد. زیست‌دوگانه فیزیکی و دیجیتال. یعنی زندگی به موازات فضای فیزیکی در فضای دیجیتال ایجاد شد و مفهوم مکان را بی‌معنا کرد. از این‌رو برای آنکه بتوانیم زندگی بهتر، اقتصاد بهتر و حکمرانی بهتری داشته باشیم، باید خود را با این زیست‌دوگانه سازگار سازیم. شرایط کنونی نشان می‌دهد **بخش حکمرانی از زیست دوم عقب‌مانده و هنوز در تک‌زیستی گرفتار است.**

“

مجید نیلی احمدآبادی

خلق ارزش از محل نوآوری



بررسی تولید ناخالص داخلی طی چند دهه اخیر نشان می‌دهد که دیگر **رشد** طولانی‌مدت گذشته به اتکای **منابع** ممکن نیست و با اتمام منابع، رشد باید از **بهره‌وری** استخراج شود. **فناوری‌های دیجیتال** بهترین فرصت‌اند تا **شکاف** با سایر کشورها را کاهش دهیم.

برای رسیدن به اهداف خود در عصر دیجیتال باید به ماهیت **رگولاتوری** در این حوزه توجه کنیم. تنظیم‌گری در عصر دیجیتال دارای سه جنبه مهم است. در این پارادایم رقابت اصلی بر سر **قیمت** است و **بزرگ بودن** پلتفرم‌ها می‌تواند این بخش را تسهیل کند. دیگری **توجه به داده** به عنوان سرمایه ارزشمند کسب‌وکارهای عصر دیجیتال است. ویژگی سوم لزوم **یکپارچگی** در تنظیم‌گری است.



سید فرشاد فاطمی



مکان

خیر جمعے
ریسک گریزے
اعتماد
سوگپے ناییدے
ابہام گریزے
فضاے دیجینال
زیست دوگانہ
یادگیری



” نہ تھا جہان بیرونی ما بہ واسطہی
این زیست دوگانہ دچار تعارض شدہ، بلکہ جہان
ذہنی مان نیز بہ این دوگانگی مبتلا شدہ است.
تغییر مفہوم اعتماد در ذہن آدمہا فقط محدود بہ
روابط شخصی آنہا نیست بلکہ مفہوم اعتماد بہ
نہادہا- از کسب و کارہای سنتی تا پلتفرمی و دیجیتالی-
ہم تغیر کردہ است.
در دورہای بہ سر می بریم کہ یادگیری غیرمتمرکز
شدہ و این ما ہستیم کہ تصمیم می گیریم کی،
کجا و چطور بیاموزیم. سسیاستگذار باید ذہنیت
خود را با این دوگانہہا تطبیق دہد.

“

نیما نامداری

” در طول تاریخ انسانہا ہموارہ با زیستگاہ
خود تطبیق پیدا کردہ اند کہ بہ اعتقاد محققان علوم
شناختی نتیجہ مفہومی است بہ نام ecological
rationality کہ در بستر زندگی نہادینہ شدہ است.
این مفہوم ہموارہ بہ انسانہا و جوامع کمک کردہ
تا از نااطمینانیہا بگریزند. لازم است حکمران و
سیاستگذار بدون سوگیری بہ مسائل نگاہ کنند و در
مورد مسیر آیندہ ابہام زدایی کنند. این امر با ابزارہا و
فناوریہای دیجیتالی قابل تعدیل است.

“

مجید نیلی احمدآبادی

”

رشد اقتصاد ایران از نیمه دهه ۱۳۹۰ به تدریج کند شده و به صفر نزدیک شده است. در چنین شرایطی در اقتصاد ارزش افزوده جدیدی خلق نخواهد شد و افراد دچار سرخوردگی می‌شوند.

در حال حاضر سه راه پیش روی تصمیم‌گیران قرار دارد: نخست، **تنظیم‌گری تسهیل‌گر** برای رفتن به سمت اقتصاد دیجیتال است. دوم، **ادامه روند موجود** است که به دلیل تحلیل منابع ارزانی که در طول این سال‌ها صرف شده بسیار صعب خواهد بود. راه سوم، **تن دادن به آب رفتن تدریجی و مستمر اقتصاد ایران** است.

بر این اساس با تکیه بر این ظرفیت گسترده و ویژگی‌های عصر دیجیتال، مثل چابکی، انعطاف، جذب استعدادها، رشد شتابان، و کلان‌داده‌ها می‌توانیم فرصت‌های بسیاری برای کسب‌وکارهای ایرانی فراهم کنیم.

“

فرهاد نیلی



”

در حال حاضر ۷۰ درصد منابع بانکی صرف سرمایه در گردش می‌شوند، ۱۵ درصد آن صرف تعهدات، ۱۰ درصد صرف هزینه پرسنل و کارکنان و تنها ۵ درصد از این منابع صرف توسعه اقتصادی می‌شوند. این آمار فاجعه‌آمیز نشان می‌دهد باید بیش از هر زمان دیگری بر روی نوآوری‌ها در این حوزه و ظرفیت‌ها و استارت‌آپ‌ها سرمایه‌گذاری کنیم.

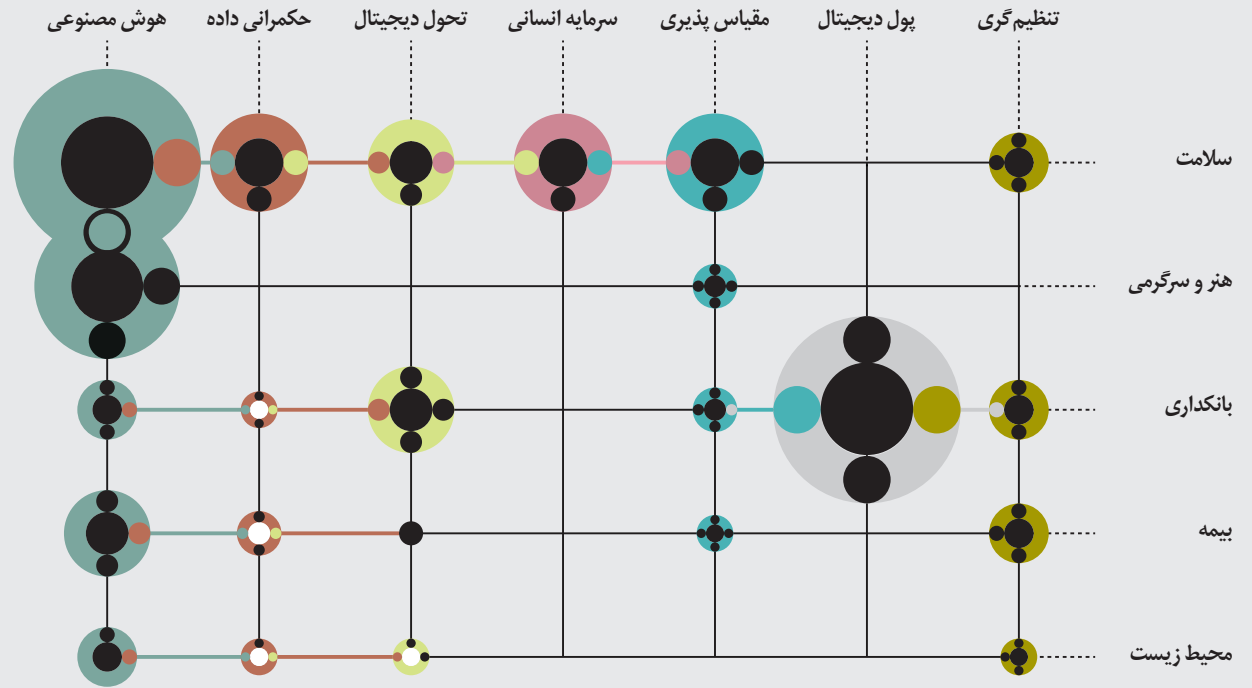
“

علی دیواندری

اقتصاد دیجیتال در اروپا



اقتصاد بدون رشد، مانند شطرنج، بازی جمع صفر است. اما اگر پیاده‌ی صنعت دیجیتال وزیر شود، حاصل جمع بازی در اقتصاد مثبت می‌شود. قصه همایش همان **تاروپود اقتصاد دیجیتال** است. پلتفرم IDEAS درباره شناسایی فرصت‌های موجود در تاروپود درهم تنیده این اقتصاد دیجیتال است که از طریق اجماع نخبگان کشور قابل تحقق است و می‌تواند پایلوتی برای اقتصاد کل کشور باشد. پایان این همایش دو روزه، آغاز پلتفرم IDEAS است.

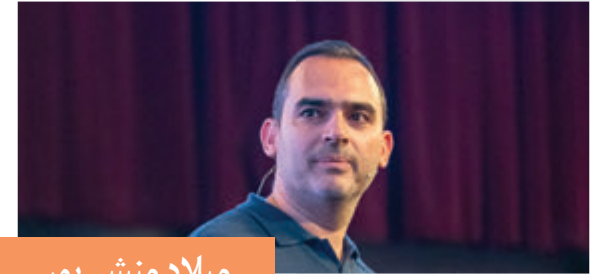


اندازه هر دایره نشان‌دهنده بزرگی تحول در هر محور، به سبب اثرگذاری عامل ستونی متناظر با آن است.



فرهاد نیلی

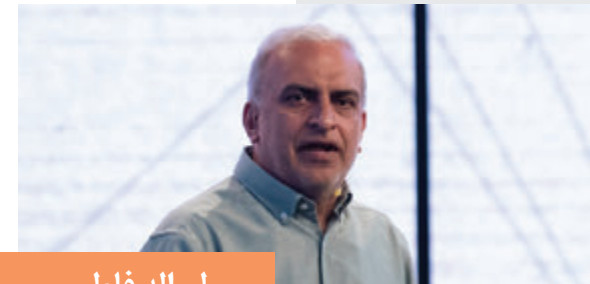
” در فرایند ارزیابی ورود به بورس به این پرسش برخوردیم: اگر یک استارت‌آپ هوا به مردم بفروشد و مردم متضرر شوند چه می‌شود؟! چه کسی پاسخگوست؟! آنقدر در این فرایند تحت فشار قرار گرفته بودیم که گاهی گمان می‌کردیم در کشور خودمان دچار خشونت خانگی شده‌ایم. ما در رگولاتوری تعدد تصمیم‌گیری و تصمیم‌گیران داریم؛ نبود یک تصمیم‌گیر واحد و مسئول، از بورس گرفته تا خودرو، برق و آب تا برجام. علاوه بر این در اقتصاد دیجیتال مشکل ما بیشتر نداشتن استراتژی مشخص در سطح ملی است تا ابزارها، قوانین و فناوری‌ها.



میلااد منشی پور

“

” آیا تنظیم‌گر آمادگی این تغییرات و چالش‌های پیش‌رو را دارد؟ فضای رگولاتور دیجیتال فضای داده‌محور است. تجربه دنیا نشان می‌دهد تنظیم‌گری گلخانه‌ای از سال ۲۰۱۶ در بکارگیری نوآوری و ارزیابی مخاطرات و ارزش‌های آن نتیجه‌بخش بوده است. داده‌محوری کمک می‌کند تا تنظیم‌گر بتواند فضای دیجیتال را به خوبی رصد و مخاطرات آن را شناسایی کند. در فضای جدید تنظیم‌گر باید تلاش کند مدام به دنبال یادگیری باشد و مقررات را به روز کند.



ولی‌اله فاطمی

“

” سه‌گانه سخت‌افزار، نرم‌افزار و داده می‌تواند تحول چشم‌گیری در حل مشکل «محدودیت منابع ارزان» ایجاد کند. در دهه ۱۴۰۰ digital commerce می‌تواند به طور قابل توجهی رشد کرده و عامل پیشرفت در ایران شود.



محمد مظاهری

“

یک کوزه بنام برنشته ملک

ز دو چیز گیرند مر مملکت را
یکی پرنیانی یکی زعفرانی
یکی زز نام ملک برنشته
دگر آهن آب داده یمانی

بخش دوم؛

نشست‌های تخصصی



آینده پول

فرهاد نیلی: آینده پول

امین شمس: پول دیجیتال

مهران محرمیان: راهکارهای دیجیتالی تامین مالی غیرتورمی

مهدی حق باعلی و امیرحسین راد: فرصت‌ها و مخاطرات اقتصاد توکن



فرهاد نیلی: در کشور ما در حوزه رمزارز کجا چراغ سبز است، کجا قرمز و کجا چشمک‌زن؟



آن جایی که هویت افراد مشخص نیست و پرداخت‌ها با رمز ارزها صورت می‌گیرند، مانند سایر بخش‌های جهان از نظر ما نیز خط قرمز است. حوزه رمزارزها حوزه‌ی بسیار پرریسکی است و می‌تواند افرادی که با نیت خیر وارد این بخش می‌شوند را بدون آنکه بخواهند، به افراد کلاه‌بردار تبدیل کند. حد ریسک در این حوزه بسیار مهم است اما چون حوزه‌ای رسمی نیست و مجوز ندارد آنچه نهادهای رسمی اعلام می‌کنند، عمدتاً هشدار است.



مهران محرمیان



بنام رنیشتم ملک

۲۵ و ۲۶ تیر ۱۴۰۲



تکیه بر جای بزرگان نتوان زد به گزاف
مگر اسباب بزرگی همه آماده کنی

مگر اسباب بزرگی همه آماده کنی...

بخش سوم؛

نشست‌های تخصصی



مقیاس پذیری کسب و کارها

فرشاد فاطمی: داستان مقیاس پذیری در ایران
نیما قاضی: رشد برق آسا و تجربه مقیاس پذیری
حسین سلاح ورزی: آداب بزرگی
فرزین فردیس و کیوان جامه بزرگ: انتظار تا ظهور اولین تک شاخ ایرانی



Economic Aspirations for Success

”

اگر از فضای دیجیتال و استارت‌آپ و یونیکورن دور شویم و نگاهی به بورس به عنوان آینه‌ای از وضعیت شرکت‌ها بیاندازیم، از مجموع ۷۵۳ شرکت بورس، فرابورس و بازار اولیه فقط ۳۶ شرکت ارزشی بالای ۵۰۰ م.ت یا یک میلیارد دلار دارند. اینکه اساساً چرا شرکت‌ها در ایران بزرگ نمی‌شوند موضوعی جدی است که برخی دلایل آن معطوف به حاکمیت و برخی معطوف به کسب‌وکارهاست.

در مورد دلایل مربوط به حاکمیت باید عنوان کرد، اقتصاد ایران به شدت غیرقابل پیش‌بینی است حتی در سطح خانوارها چه برسد به شرکت‌ها. بحث بعدی ارتباط با دنیا است. امروز عدم حضور در زنجیره ارزش جهانی امکان بزرگ‌شدن را محدود می‌کند.

بحث جدی دیگر، بازار سرمایه و بدهی است. فقط در یک مورد فیلمو توانست از طریق اوراق مرابحه تامین مالی کند. این موضوع در مورد بازار مالی جهانی هم



مسائل در زمین حاکمیت

- اقتصاد به شدت پیش بینی ناپذیر
- عدم ارتباط موثر با دنیا
- عدم حضور در زنجیره ارزش جهانی
- عدم تامین مالی شرکتها از طریق بازارهای سرمایه
- عدم جذب تکنولوژی به دلیل تحریمها
- عدم گشودگی حاکمیت و اعتماد به بخش خصوصی

دینامیک اثرات متقابل مسائل حکمرانی اقتصادی و کسب و کارها به نقل از رئیس اتاق بازرگانی ایران

مسائل در زمین کسب و کارها

داشتن چشم انداز ملی
داشتن هویت و برند متناسب با هویت ملی
تقویت شفافیت و دوری از همکاری با منابع رانت و فساد
تقویت بخش تحقیق و توسعه همگام با روند جهانی
سرمایه گذاری بر سرمایه انسانی کشور

مطرح است. حتی موضوع تامین پول هم نیست بلکه به دلیل تحریمها ورود تکنولوژی، جذب سرمایه، ادغام و تملیک محدود شده است.

بحث دیگر گشودگی حاکمیت است. در ایران نباید از سطحی بزرگتر شوید چون همانند چمن سرتان را خواهند تراشید. از این رو بخشی از بحث نئو حکمرانی باید به موضوع حکمرانی اقتصادی اختصاص داده شود و حاکمیت هم باید بتواند با نگاه بلند و سعه صدر به شرکتها اجازه دهد تا بزرگ شوند.

شرکتها نیز باید چشم انداز ملی داشته باشند و هویت و برند خود را با ایران گره بزنند. همچنین شفافیت داشته باشند و از رانت و فساد دوری کنند. برخی شرکتهای ایرانی برخلاف رویه های جهانی در بخش تحقیق و توسعه سرمایه گذاری جدی نمی کنند. شرکتها باید در توسعه سرمایه انسانی کشور نقش جدی داشته باشند.

“

حسین سلاح ورزی

هیچ کس بر در این خانه نخواهد کوبید
شعله روشن این خانه تو باید باشی
هیچ کس چون تو نخواهد تابد
چشمه جاری این دشت تو باید باشی

شعله روشن این خانه تو باید باشی

بخش چهارم؛

نشست‌های تخصصی



سرمایه انسانی ایران

مجید نیلی احمد آبادی: داستان سرمایه انسانی در ایران

شهاب جوانمردی: پلتفرم به عنوان مدرسه

بهرام صلواتی: چرا می روند؟ (ارائه نتایج پیمایش درباره مهاجرت)


آسیه حاتمی: تجربه چرخش نیروی کار در ایران

امیر مهرانی: رهبری کسب و کارها در فضای ایران

علیرضا فیض بخش: مهارت های نرم



From
Corporate university



To
Corporate as a university

ما با دست‌ان خودمان توانایی و استعداد بسیاری از جوانان سرزمین‌مان را قبل از آنکه به ثمر برسند اخته می‌کنیم. در کنکور سراسری با یک تعریف مضیق از تلنت، آدم‌های باهوش و کارآمدی که در رأس این درخت قرار می‌گیرند را قطع می‌کنیم. آیا واقعا از ۱۰۰ هزار نفری که کنکور می‌دهند ۱۰ درصدشان کارآمد نیستند؟ چرا ما تعریف مضیقی از تلنت داریم؟ در بسیاری از نقاط دنیا مدرک گرفتن رو به افول هست و توانمندی افراد است که ارزشمندی کارشان را نشان می‌دهد. آیا در بنگاه خودمان بر همین باور هستیم یا به دنبال مدرک دکتری و فوق لیسانس هستیم؟ کمپانی‌های بزرگ این روند مدرک‌گرایی را کنار گذاشته‌اند. ما به عنوان بنگاه همواره این دغدغه را داشتیم که چرا باید افراد را بعد از دانشگاه دوباره آموزش دهیم.

باید به جای corporate university از منظر corporate as a university نگاه کنیم تا نیروهایی کارآمد نه فقط برای بنگاه بلکه برای جامعه تولید کنیم. بنگاه‌ها در دنیای امروز نقش مکمل دانشگاه‌ها را بر عهده می‌گیرند و این موضوعی است که تا پایان عمر افراد، بر دوش آنها خواهد بود.

موضوع مهم دیگر، **Time to market** نیروی کار است. در حال حاضر افرادی را جذب می‌کنیم که سال‌ها در دانشگاه بوده‌اند با متوسط سنی ۲۶ و ۲۷ سال. اما در دنیا افراد به صورت جدی در سنین ۲۱ و ۲۲ سالگی جذب بازار کار می‌شوند و اقتصاد دیجیتال به شدت این ظرفیت را دارد. آینده کشور ما با انسان شروع می‌شود، با انسان ادامه می‌یابد و با انسان تمام می‌شود.

“

شهاب جوانمردی

”



””

واقعیت شرایط فعلی جامعه ما این است که حاکمیت دیگر توان مالی برای تحول در نیروی انسانی را ندارد و همین الان هم زیر بار آموزش و پرورش و آموزش عالی در حال له شدن است. اگر شرکت‌ها و بیزینس‌ها وارد فضای آموزشی نشوند کشور ما دچار مشکل جدی می‌شود.

““



مجید نیلی احمدآبادی

””

با تغییرات اجتماعی و سیاسی در ایران و دنیا، به کیفیت جدیدی از پذیرش نیاز داریم. کیفیت ناکامل بودن. یعنی من به عنوان مدیر کسب‌وکار می‌توانم خطا کنم و بعد دستم را بالا بگیرم و بگویم من این تصمیم را گرفتم و اشتباه بود.

““



امیر مهران‌نی

””

اگر به دنبال آن هستیم تا برای ساختن آینده‌ای موفق، نیروی انسانی توانمند تربیت کنیم، آموزش مهارت‌های نرم که به طور خلاصه شامل Creativity، Collaboration، Communication و Critical Thinking می‌باشد، مهم‌تر از ریاضیات، فیزیک و بسیاری از موضوعاتی است که در مدارس آموزش می‌دهیم.

““



علیرضا فیض بخش

یکه دامستان است بعد از پنجم

بخش پنجم؛

نشست‌های تخصصی



مدیریت منابع طبیعی ایران

محمد فاضلی: فرصت‌های زیستی تجدیدناپذیر

محمدحسین عمادی: نظارت داده‌محور شاخص‌های محیط زیست

محسن طراوت: فناوری دیجیتال، سنجش مصرف آب و اعتماد اجتماعی

سید مهدی آل‌یعقوب: داده‌های دیجیتال و مدیریت مصرف آب

مرتضی بذرافشان: تکنولوژی دیجیتال و آینده صنعت آجریزی



”

دو مسأله بر بحران‌های زیست‌محیطی ایران، از جمله ورشکستگی آب و ناامنی غذایی، به صورت تصاعدی و درهم‌تنیده اثر می‌گذارند: شیوه معیشت و تغییرات اقلیمی. مسأله اول یعنی شیوه معیشت ما ایرانیان، شامل رشد شهرنشینی، الگوی مصرف اشتباه، تکنولوژی نامتناسب، شیوه‌ی تولید و کشاورزی نامطلوب است که حکمرانی ضعیف و مدیریت ناصحیح نیز در کنار آن‌ها قرار می‌گیرند. روند دوم، تغییرات اقلیمی کشورهای واقع در منطقه‌ی منا و کمربند حیاتی دنیا از جمله ایران است که گرمایش و افزایش دما در آن‌ها نسبت به سایر نقاط دنیا با شدت و سرعت بیشتری اتفاق می‌افتد. طبق آخرین گزارش فائو، تا سال ۲۰۵۰ در اثر تغییرات اقلیمی حدود ۳ میلیارد نفر از جمعیت جهان باید جابه‌جا شوند. بر اساس گزارش food security از سال ۲۰۱۹ تا امروز ۱۱۲ میلیون نفر به تعداد گرسنگان دنیا اضافه شده.

فرصت‌های پیش رو و راهکارهای موجود برای برون‌رفت از این بحران عبارتند از: یک، استفاده از نوآوری و فناوری‌های دیجیتال؛ دو، بهره‌مندی از همکاری‌های بین‌المللی؛ و سوم، داشتن نگاهی یکپارچه و جامع به مشکلات در میان دستگاه‌های داخلی و تقویت همکاری‌های بین‌بخشی.

“

محمدحسین عمادی



”

یک مثال از پیاده‌سازی فناوری دیجیتال در بازار سهم آب، «پروژه‌ی نذر آب» جهت احیای دشت قزوین است. در این پروژه در یک سامانه‌ی جمع‌سپاری، سهم آب مازاد کشاورزان توسط خیرین خریداری می‌شود و انگیزه لازم برای استفاده بهتر از آب را به کشاورز می‌دهد. با کمک این سامانه، آب نذرشده به سفره زیرزمینی دشت اهدا شده و از آن خارج نمی‌شود.

“

محسن طراوت



روندهای برهم‌زننده اقلیم ایرانیان در آینده نزدیک

- تغییرات اقلیمی کشورهای مستقر در کمربند گرمایی دنیا و منطقه منا
- شیوه زندگی و الگوی تولید و مصرف ایرانیان
- بحران امنیت غذایی و تورم مواد غذایی در جهان
- جابجایی‌های گسترده داخلی و بین‌المللی انسان‌ها

پشت دریاها شهری است
قایقی باید ساخت

قایق نشینان باید ساخت

بخش ششم؛

نشست‌های تخصصی



تحول دیجیتال در ایران

فرشاد فاطمی: دیجیتالی شدن یا افول؟

علی زواشکیانی: تسهیل تحول دیجیتال در سازمان های بزرگ

علی عبدالهی: فرصت های به دست آوردنی در اقتصاد دیجیتال

حمیدرضا عظیمیان و رسول سرائیان: تحول دیجیتال در سازمان های بزرگ

محمودرضا حقی فام: موتور پیشران صنایع بزرگ فناوری محور

محسن پوریوسف: داستان موفقیت و ناکامی در سازمان های بزرگ





یکی از دستاوردهای **انقلاب دیجیتال** آن است که همه را در **موقعیت صفر** قرار می‌دهد. فرقی نمی‌کند چه شرکتی و در کجای دنیا هستید. مهم آن است که می‌توانید با غول‌های تکنولوژی رقابت کنید و از ابزارهای دیجیتال و هوش مصنوعی استفاده کنید.

وقتی به نقطه صفر می‌رسیم کلی فرصت دیجیتال و رشد در همه محورها پدیدار می‌شود.

چطور می‌شود از فرصت‌های از دست‌رفته استفاده کرد؟ برای **قایق بدون هدف**، هیچ بادی موافق نیست. ما نیاز به **اهداف و استراتژی در سطح ملی و سازمانی داریم**.

اگر **رویای اقیانوس‌پیمایی** دارید، از الان باید به فکر تبدیل قایقتان به کشتی باشید.

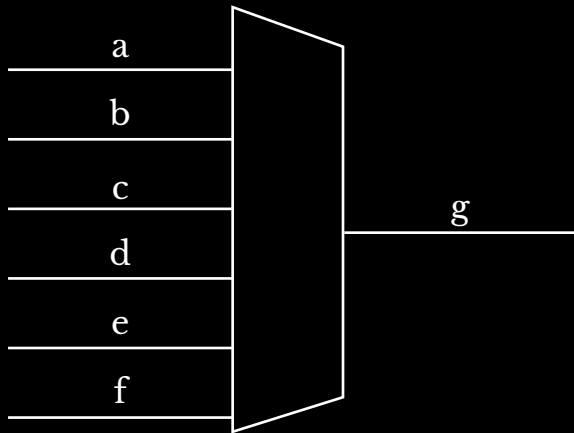
باید بتوانیم اقتصاد دیجیتال را اندازه‌گیری کنیم. این که در حال حاضر مازاد مصرف‌کننده ایرانی در اقتصاد دیجیتال چقدر است؟ این رقم برای شبکه‌های اجتماعی خارجی، شامل وی‌پی‌ان و ترافیک دیتا، حدود ۲۰ هزار میلیارد تومان است.

اگر درهای کشور باز شود، کاربر ایرانی چقدر حاضر است پای پلتفرم‌های داخلی بایستد؟ برای اینکه از فرصت‌های اقتصاد دیجیتال استفاده کنیم **باید جهانی فکر کنیم و جهانی هم عمل کنیم**. درها را بر روی کسب‌وکارهای ایرانی باز کنید تا وارد بازارهای جهانی شوند. قایقی که خلاف جهت رودخانه حرکت کند؛ هرگز دریا را نخواهد دید. اقتصاد فعلی دیجیتال ما به شدت تراکنش محور است که این رویه باید به سمت **اقتصاد داده محور** حرکت کند.

برای به گل ننشستن قایق، باید سطح آب را بالا برد. باید تمام زیرساخت‌ها و حتی رگولاتوری ارتقا پیدا کند.



علی عبدالهی



مدل رایج رگولاتوری در ایران





”

در سه انقلاب اول [کشاورزی، صنعتی و اطلاعات] چندان حواسمان به اتفاقاتی که در حال رخ دادن بود نبود، امیدواریم حداقل بتوانیم این انقلاب صنعتی چهارم را درک کنیم.

علی زواشکیانی

“

بام‌ها جای کبوترهایی است که به فواره هوش بشری می‌نگرند

کمی به فواره هوش بشری می‌نگرند...

بخش هفتم؛

نشست‌های تخصصی



هوش مصنوعی

مجید نیلی احمدآبادی: هوش مصنوعی: فرصت‌ساز یا فرصت‌سوز؟

رامتین خسروی: فناوری در خدمت چابکی

بابک اعرابی: همزیستی سازمان، انسان و هوش مصنوعی

مهدی خرازی: تناقض ایمن‌بودن و اقتصادی بودن

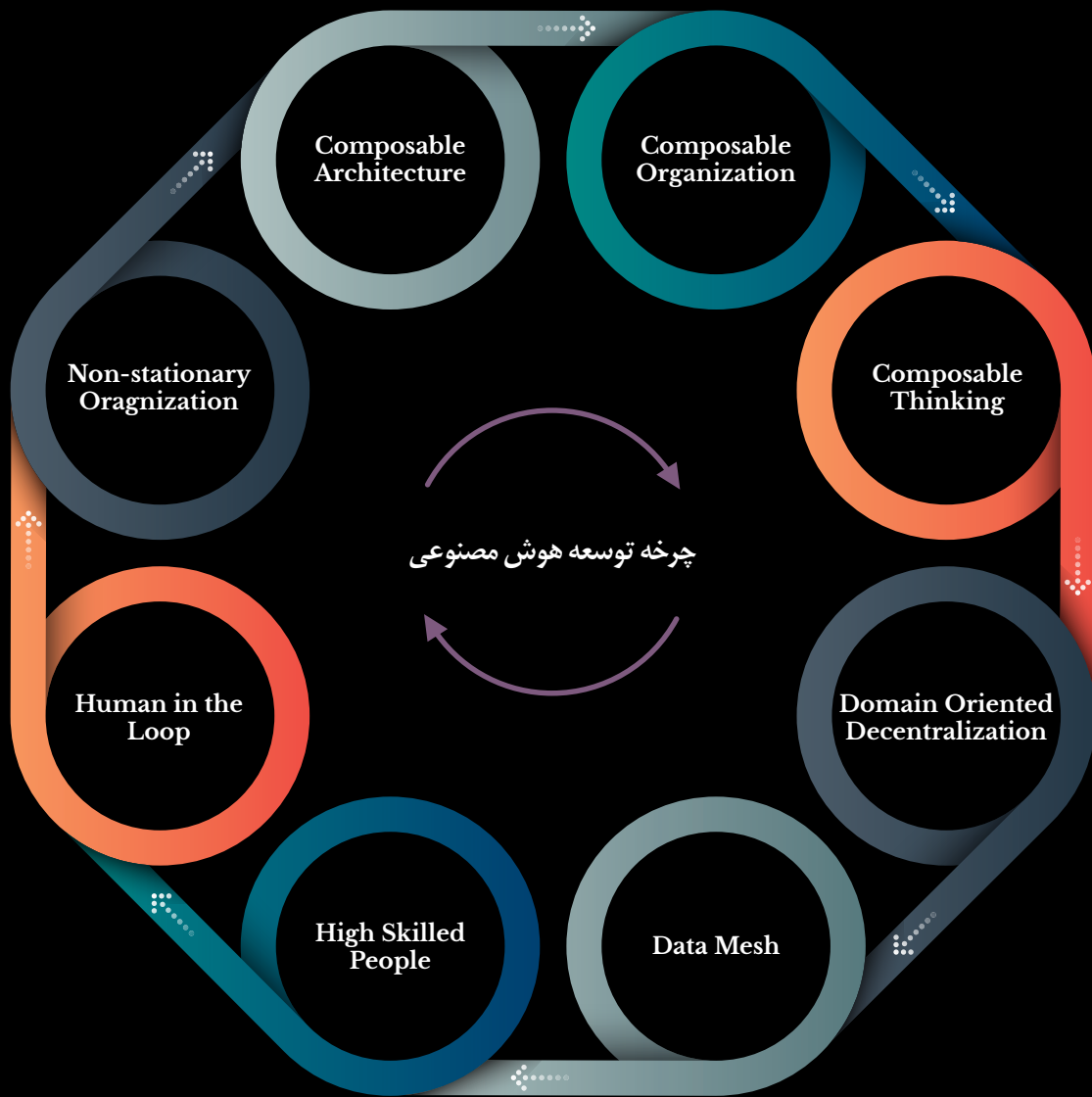
محمد مهدی صادق: چگونه هوش مصنوعی ساختار سازمان را به هم زد

محمد رضا اعتمادیان: هوش مصنوعی و کاهش هزینه بیمار

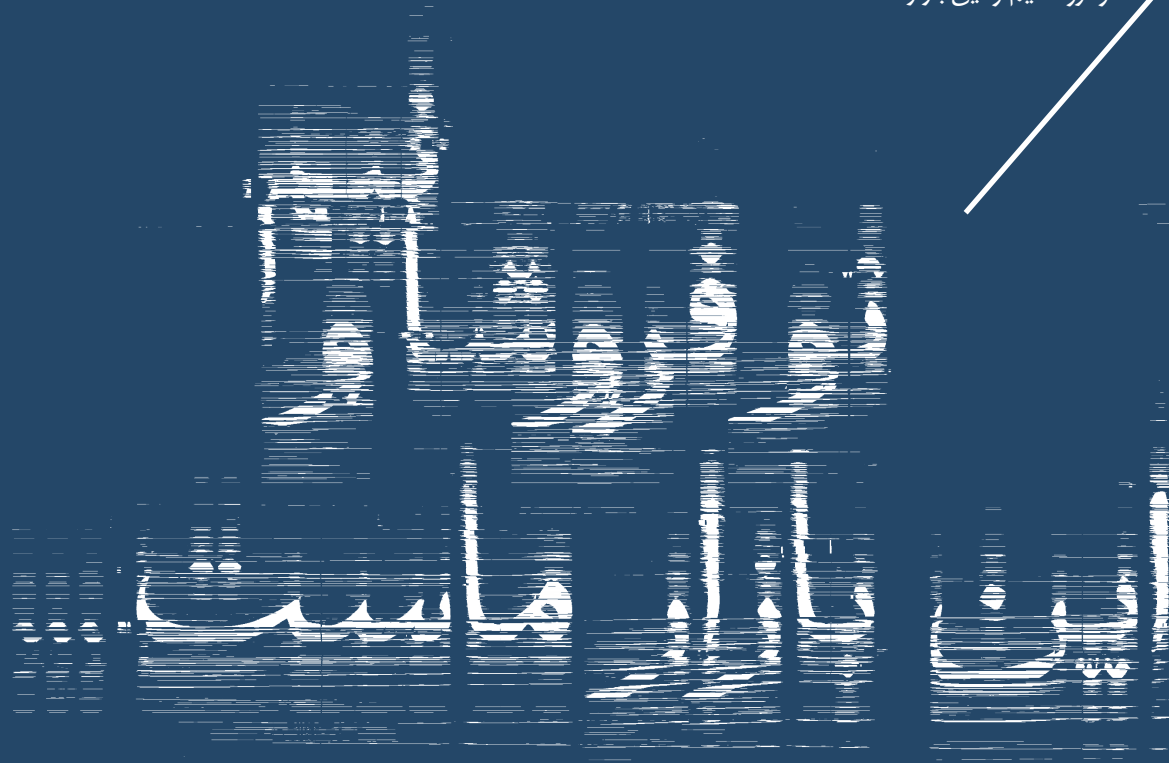




کلیدی ترین پیشران تحول، بحث دیتاست.



نوبت کهنه فروشان در گذشت
نوفروشانییم و این بازار ماست



بخش هشتم؛

نشست‌های تخصصی



بانکداری شرکتی در ایران

فرهاد نیلی: بانکداری شرکتها یا شرکتداری بانکها
میلاذ فروغی: کاستیهای بانکداری شرکتی در ایران
علیرضا بلگوری: محدودیت‌های بانکها
آرش بابایی: بانکداری پلتفرمی
امیر قاصر: مساوات در اقتصاد دیجیتال
ابوذر سروش: محدودیت‌های مقرراتی بانکداری شرکتی



راهکار فین تک‌ها در پاسخ به این چالش‌ها

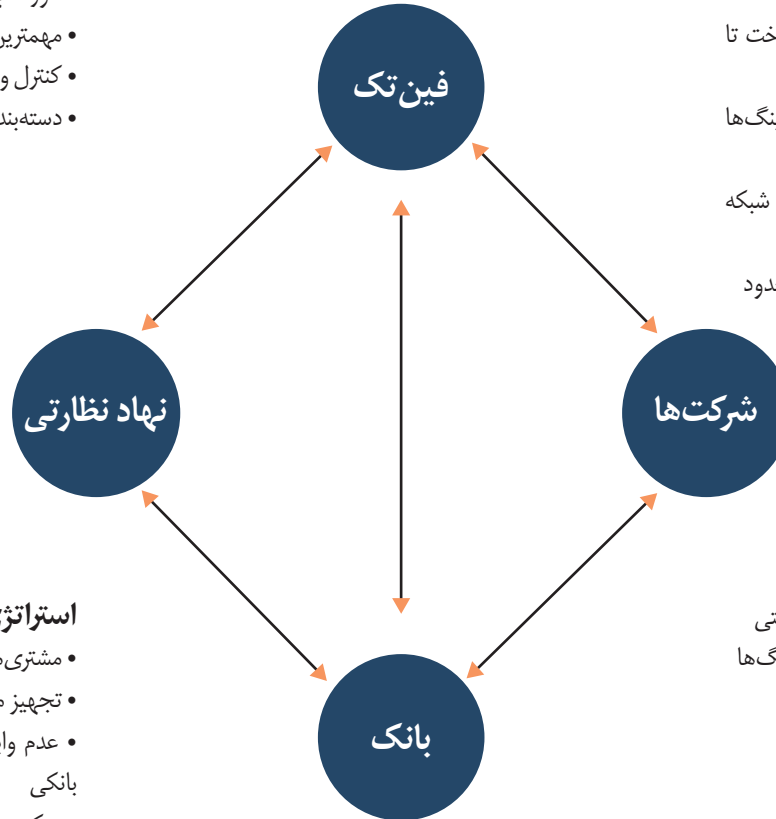
- تجربه توانمند مشتریان هم به صورت BaaS و هم BaaP
- کمک به بلوغ رگولیشن و فناوری‌های نظارتی RegTech
- تبدیل سرویس‌های مرسوم به میکروسرویس‌ها متناسب با نیاز بانک‌ها و مشتریان‌شان
- توسعه خدمات مالی در زنجیره ارزش از SCF و BNPL ، پرداخت تا سرویس‌های وفاداری
- توسعه پلتفرم‌های مدیریت درآمد و بدهی در سررسیدها برای هلدینگ‌ها
- کمک به درگیر نشدن شرکت‌ها در فرایند بانکداری و رگولیشن
- توسعه پلتفرمی برای توزیع ریسک کسب‌وکار و توزیع آن در شبکه مشتریان
- توانمندسازی شرکت‌ها و بانک‌ها به عملیات بانکی متنوع و نامحدود

چالش‌های شرکت‌های ایرانی

- عدم کارایی در مدیریت منابع به سبب ساختارهای پیچیده مالکیتی
- تکیه بر مقیاس و کاهش هزینه تامین مالی مدیریت مالی هلدینگ‌ها
- تنوع منابع تامین مالی از بانک تا بازار سرمایه
- مدیریت نوسانات در جریان نقدینگی با هزینه بالا
- عدم دریافت خدمات مالی مناسب و متناسب
- نیاز به سامانه یا پلتفرم تسویه و مدیریت نقدینگی
- توزیع credit worthiness در کل زنجیره فعالیت هلدینگ‌ها
- تامین مالی به‌هنگام و پوشش هزینه‌های تامین مالی
- کاهش شکاف نرخ هزینه تامین مالی شرکت‌ها تا ۷٪
- ظرفیت‌سازی اعتباری شرکت مادر برای تامین مالی شرکت‌های تابعه

اقدامات نهاد نظارتی در بانکداری شرکتی

- ارائه خدمات حوزه دریافت و پرداخت در اکوسیستم داخلی شرکت‌ها
- ارائه خدمات مربوط به تسهیلات شبکه بانکی قابل تامین توسط شرکت‌ها و هلدینگ‌ها
- حوزه تعهدات شامل LC, LG, SCF و اوراق گام
- مهمترین مسئله رعایت شفافیت و مقررات
- کنترل و مدیریت ریسک
- دسته‌بندی پرداخت‌های غیرحضور

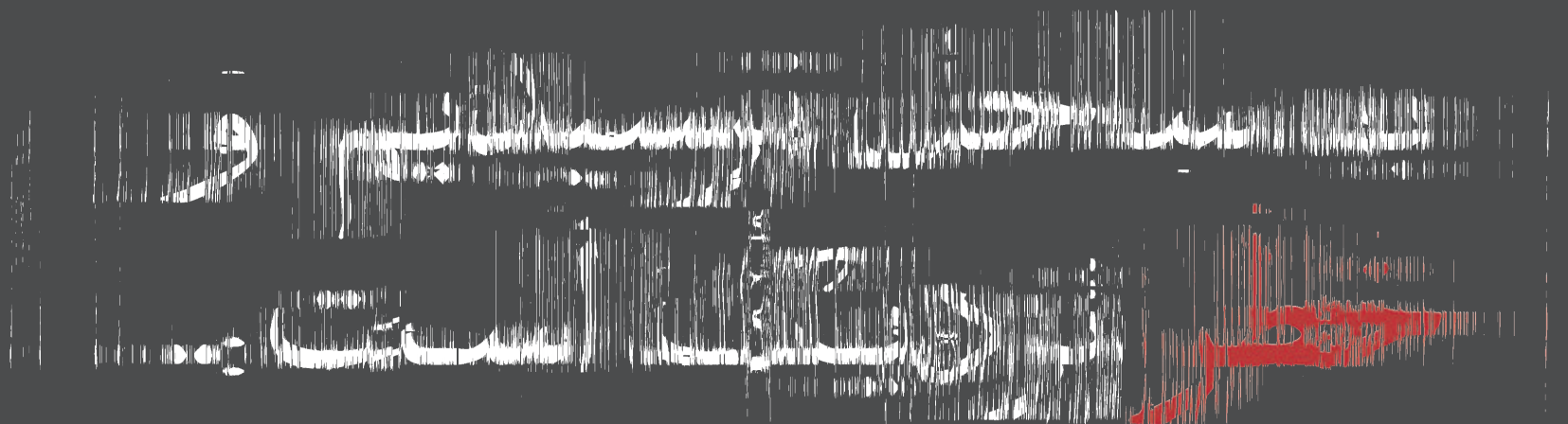


استراتژی‌های مناسب بانک‌ها

- مشتری‌مداری بانک‌ها و توجه به نیازهای اختصاصی مشتریان
- تجهیز منابع با ابزارهای مختلف از سپرده‌های خرد تا بزرگ
- عدم وابستگی به تخصیص منابع بر اساس مدل کسب‌وکار مرسوم بانکی
- حرکت به سمت سوپرمارکت‌های مالی و تنوع ابزارها و سرویس‌ها
- نگاه خیر جمعی و تقویت نقش وکالت‌داری از مردم توسط بانک
- تعدیل اثرات تورمی و تامین مالی تورمی بر مدیریت موثر منابع
- دسته‌بندی مناسب مشتریان بر اساس ترجیحات اختصاصی
- توسعه نیروی انسانی و ارتقای فرایندهای داخلی بانک
- توسعه زیرساخت سیستم‌های اطلاعاتی مناسب



به رفیقان وطن کیست که از ما گوید
که به ساحل نرسیدیم و خطر نزدیک است



بخش نهم؛

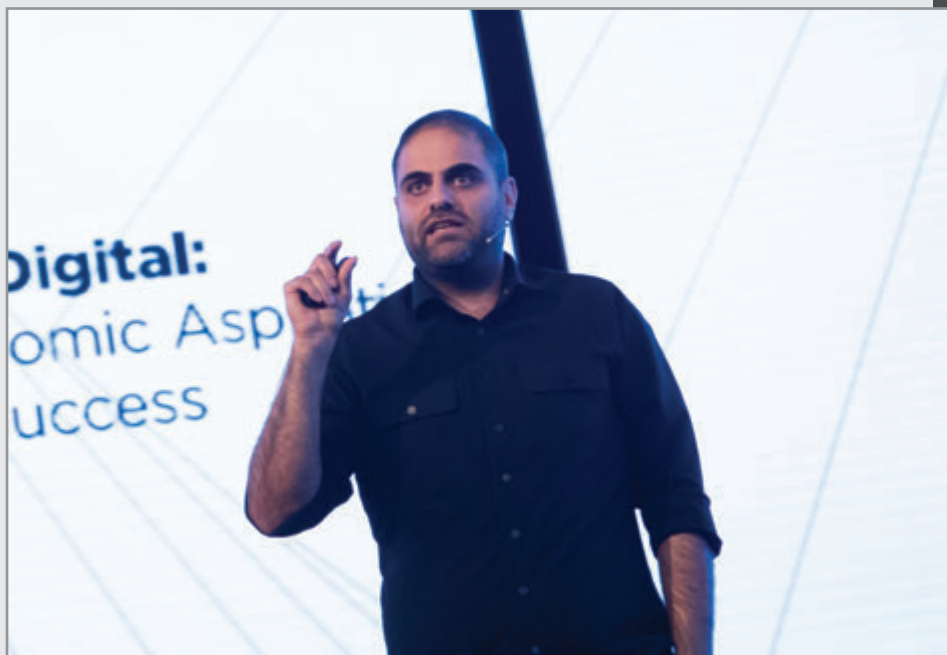
نشست‌های تخصصی

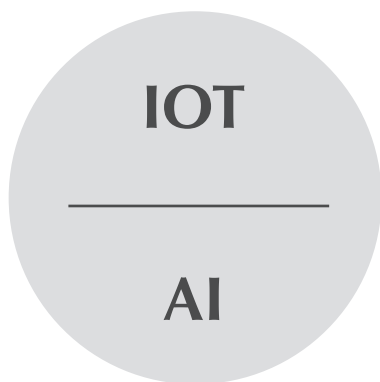


پلتفرم‌های دیجیتال بیمه

فرشاد فاطمی: از پلتفرم تا دیجیتالی شدن بیمه
محمود اسعد سامانی: روندهای جهانی استفاده از داده و هوش مصنوعی
در صنعت بیمه

حامد ولی پور: داستان موفقیت و ناکامی پلتفرم‌های بیمه در ایران
علی بنیادی نائینی: لزوم تغییر نگاه تنظیم‌گر در فرایند دیجیتالی شدن
حمیدرضا نورعلی‌زاده: فرصت‌های دیجیتال در صنعت بیمه
علی رهبری: فرصت‌های دیجیتال در صنعت بیمه: معمای
دیجیتال‌شوندگی و مهندسی دیجیتال‌کنندگی

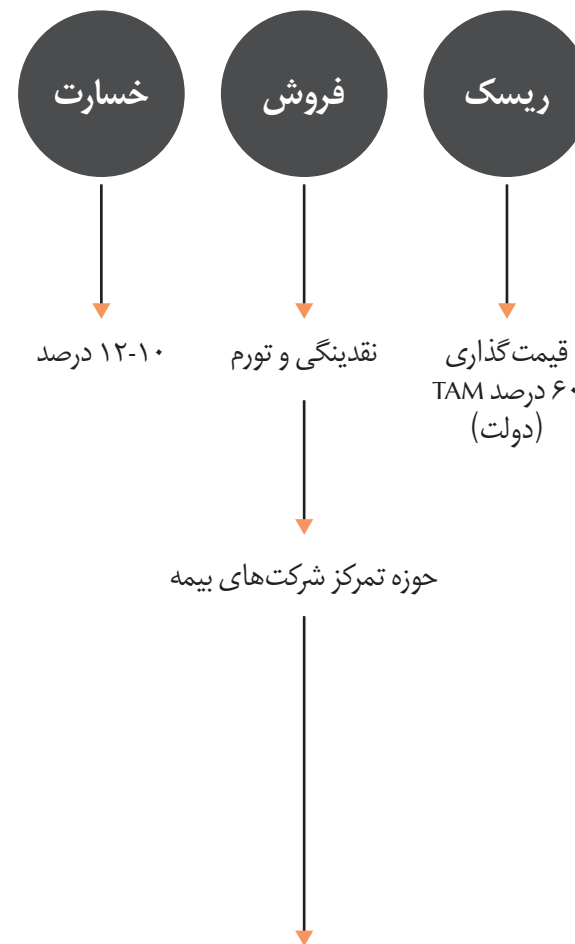




Next Insurance
 ارزش: ۴ میلیارد دلار
 جذب سرمایه: ۶۹۹ میلیون دلار

سرمایه گذاری در زنجیره ریسک و خسارت

۲۰۲۰	۲۲٪
۲۰۲۱	۲۸٪
۲۰۲۲	۳۲٪



**شکل گیری استارتاپ های
 مبتنی بر فروش بیمه**

دلایل عدم رشد

ماهیت صنعت بیمه
 ♦ ≠ ۵۰۰
رگولاتور

IDEAS 01

Iran Digital:
Economic Aspiration
for Success



سلامتِ همه آفاق در سلامتِ توست
به هیچ عارضه شخصِ تو دردمند مباد

سلامت همه آفاق در سلامت نشست...

بخش دهم؛

نشست‌های تخصصی



خدمات سلامت در ایران

محمد فاضلی: داستان فقر و سلامت در ایران

نیما نامداری: بیماری‌های سبک زندگی

مسعود اعتمادیان و محمود جراحی: ضرورت فناوری‌های دیجیتال برای

حکمرانی سلامت

ژوبین علاقه‌بند: چالش‌های پلتفرم‌های حوزه سلامت

گلرخ داوران: سلامت دیجیتال، نوآوری‌ها و ظرفیت‌ها

رضا نعاکار: یکپارچه‌سازی HIS و مدیریت مالی بیمارستان



روندها و عوامل پیشران تحول دیجیتال در بخش سلامت

Openness of Body Chronic Diseases Medicalization



New Patient-centric Healthcare System



Lifestyle Monitoring Human Body as a Data Platform Empowered patients



پیش‌نیاز تحول در بخش سلامت ایران، پیش از هر برنامه توسعه‌ای، Digitize کردن اطلاعات و بهره‌برداری از داده‌هاست. با Digitize کردن اطلاعات تا ۲۰۰ م.م.ت، معادل ۴ میلیارد دلار می‌توان کاهش هزینه داد.

مسعود اعتمادیان

10 % of GDP

متوسط هزینه درمان و سلامت در دنیا

۴۰٪

این هزینه هدررفت است.

۷۰۰ م.م.ت

پیش‌بینی هزینه بخش درمان و سلامت در ایران در مقایسه با مخابرات ۷۵ م.م.ت و بیمه ۱۷۰ م.م.ت است که حدود ۴۰۰ م.م.ت آن در بودجه عمومی و ۳۰۰ م.م.ت توسط مردم هزینه می‌شود.



و ۲۶ ت

ایران



هدف تحول دیجیتال در صنعت سلامت health inclusion است. یعنی بهره‌مندی عادلانه، با کیفیت و ارزان قیمت همه مردم از خدمات سلامت در همه جا و با کمک خود ملت. تنها در صورتی می‌توان از هوش مصنوعی برای cost control بهره برد که سلامت را صنعتی کنیم.

محمود جراحی

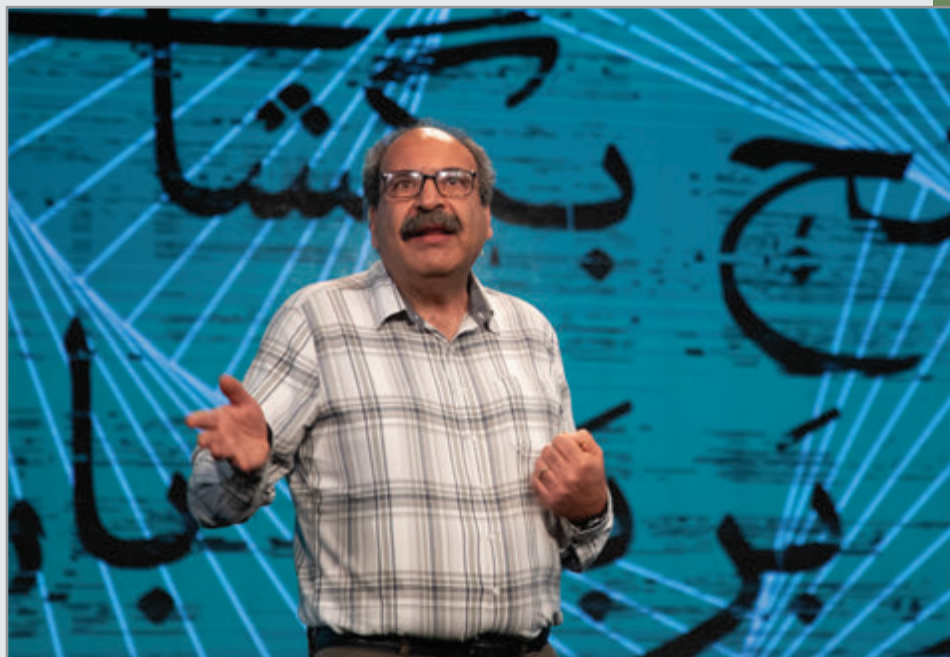


گرت سر بکارست پیسیچ کار
در گنج بگشای و بریند بار

در گنج بگشای و بریند بار...

بخش یازدهم؛

نشست‌های تخصصی



داستان داده در ایران

مجید نیلی احمدآبادی: داستان داده در ایران
ناصر حکیمی: فرصت‌های ارزش‌آفرینی از داده
امیر ناظمی: منشور حق تکه‌تکه شده
روزبه ترابی: ساختار حکمرانی داده و اقتصاد دیجیتال



داستان داده در ایران مانند ماکارونی و ته‌دیگ سیب‌زمینی است که در واقع ته‌دیگ به مثابه داده‌های با ارزش است. ما در کشورمان هیچ‌گاه از ته‌دیگ داده استفاده نمی‌کنیم. کاربردهای داده می‌تواند از کمک به تصمیم‌گیری و جذب و فهم مشتری از روی ردپای دیجیتال تا رفیق شدن با مشتری باشد.

ناصر حکیمی

Iran Digital:
Economic Aspirations
for Success



وقتی بحث مالکیت داده می‌شود، ذهن ما در حقوق مرسوم دنیای فیزیکی گیر می‌کند. یعنی حق بهره‌برداری، حق تعمیر، حق نابودی، حق فروش و غیره. حکمرانی در فضای مجازی شبیه مالکیت دارایی‌های فیزیکی نیست و باید حقوق تکه‌تکه تعریف شود.



پیامدهای
تکه تکه شدن
حقوق

- شکل‌گیری نظام‌های حکمرانی مختلف در پلتفرم‌ها
- شکل‌گیری بازیگران جدید

نتایج نظام حکمرانی جدید

در سال‌های آینده شرکت‌هایی به وجود می‌آیند که کارشان پردازش داده است. Open data به شدت دارای اهمیت می‌شود. فرصت‌های جدیدی برای پژوهشگران علوم اجتماعی ایجاد می‌شود. شرکت‌هایی به وجود می‌آیند که کارشان اشتراک داده‌ی کاربران با شراکت خود آنهاست. نیاز به تحول نهادهای سنتی بیشتر می‌شود. توسعه نیازمند تعریف حقوق جدید است.

امیر ناظمی

همایش
عصر

گفتی نکنی خدمت سلطان، نکنم نی
یک لحظه فراغت به دو عالم نفروشم

یک لحظه فراغت به دو عالم نفروشم...

بخش دوازدهم؛

نشست‌های تخصصی



داستان فرهنگ، هنر و سرگرمی در ایران

محمد فاضلی: داستان فرهنگ، هنر و سرگرمی در ایران
محمدعلی یوسفی ساده: نمایش تماشاخونه: صفحه نو و تولیدات دیجیتال
مسعود اسدیپور: تحلیل داده‌های شبکه‌های اجتماعی و ویژگی‌های رفتاری
نسل Z

ندا برادران: ظرفیت‌های کتاب دیجیتال، حوزه نوروز



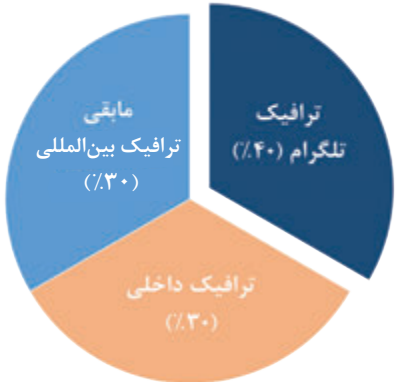
Iran Digital:
Economic Aspirations
for Success



اثر گروه BTS در اقتصاد کره

نقش کلی ۵,۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۳
فروش لباس ۲ میلیارد دلار
فروش لوازم آرایشی ۲,۸ میلیارد دلار
فروش مواد غذایی ۴ میلیارد دلار
فروش خودرو به عنوان سفیران شرکت هیوندای ۵۰۴ میلیون دلار
جذب سالانه ۸۰۰ هزار توریست
گزارش سال ۲۰۲۳ درآمد کلی ۳۲,۶ میلیارد دلار در دهه گذشته

حجم اقتصاد توجه در ایران چقدر است؟



کل ترافیک: معادل حدود ۱۰ میلیارد بازدید در روز
سرانه مطالعه: ۲۵۰ مطلب

بازار
دیجیتال
ایران



بخش سیزدهم؛

فروداشت

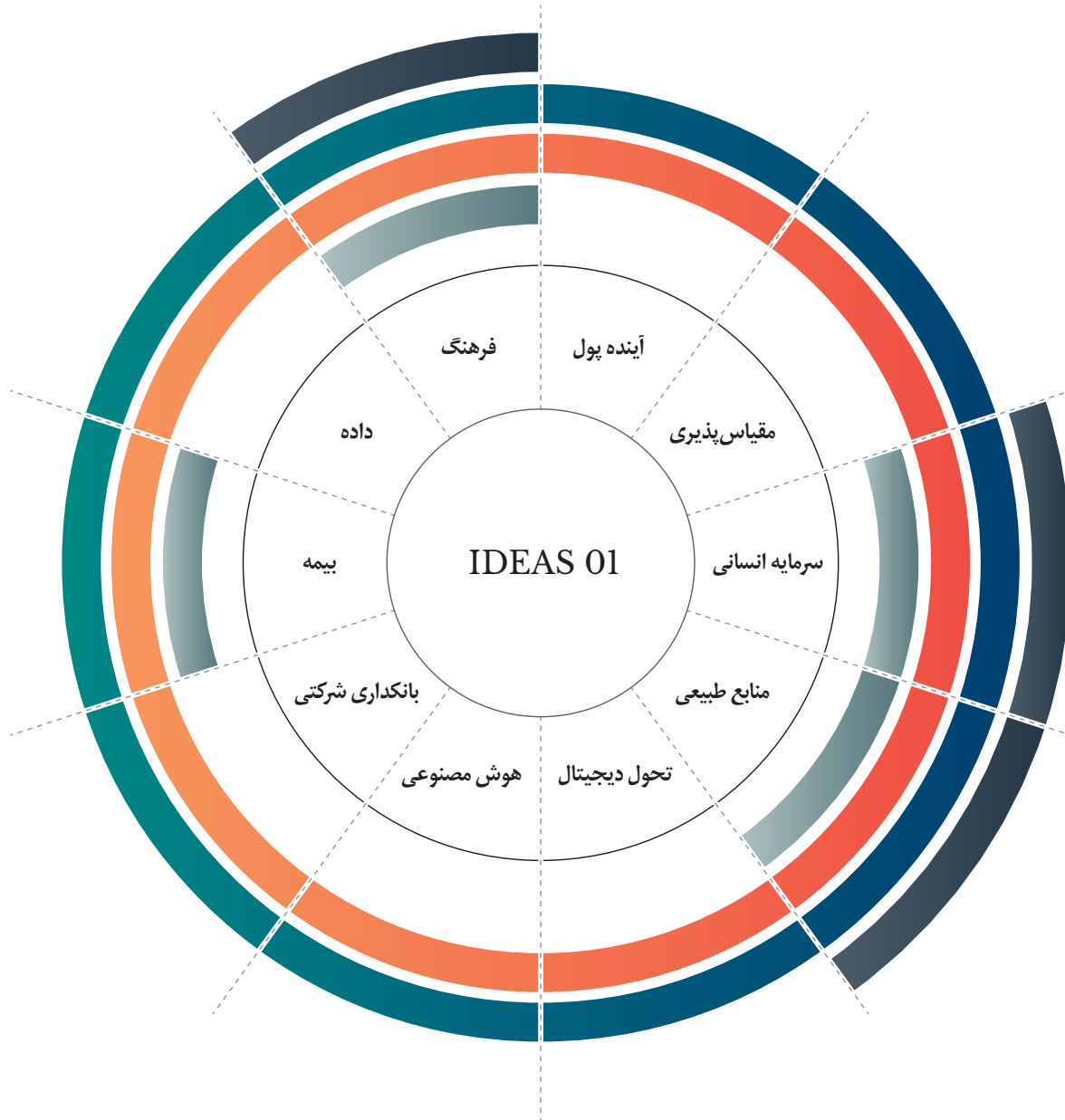
جمع‌بندی پایانی از همایش تا پلتفرم IDEAS

هدف اصلی همایش IDEAS شکل دادن به یک چهارچوب فکری جهت شناسایی ایده‌ها از یک سو و کشف فرصت‌های بدست آمدنی بواسطه اقتصاد دیجیتال کشور، از سوی دیگر بود. تاروپود اقتصاد دیجیتال یک متدولوژی و حاصل یک سال تمرکز و کار علمی و عملی در رهنمان است. ما اعتقاد داریم اقتصاد دیجیتال باید نقش پیشرانی تحول در سایر بخش‌ها را داشته باشد و بر این اساس، اول محورهای در معرض تحول Exposure to disrupt را انتخاب کردیم. این محورها در رویدادهای دیگر بازنگری خواهند شد. دوم، روندهای اثرگذار بر محورهای منتخب را شناسایی و اثرات آنها را اندازه‌گیری کردیم. تاروپود اقتصاد دیجیتال یک مبنای برای شکل‌گیری پلتفرم آیدیاز و مشارکت در آن است.

باور ما بر این است که در عصر دیجیتال سیاستگذار نمی‌تواند بدون در نظر گرفتن ابعاد IBGC [فردی، کسب‌وکاری، حکمرانی و تمدنی ایران] تصمیم‌گیری و سیاستگذاری کند. از این‌رو در این همایش سعی کرده‌ایم با کمک نخبگان، تمامی ایده‌ها و راهکارها را در قالب IBGC بررسی کرده و آینده‌ای را ترسیم کنیم که در آن ایرانی بهتر شکل گرفته است. این پیام، پایان این همایش و آغاز پلتفرم IDEAS خواهد بود.

فرهاد نیلی

سطح اثرگذاری دستاوردهای همایش



● مقیاس پذیری:

سازوکار ذی نفعی بین حاکمیت و کسب و کار توزیع یکسان دارد و رشد کسب و کارها در گرو اعتماد و تعهدات متقابل است.

● سرمايه انسانی:

توانمندسازی جامعه و یادگیری مستمر لازمه بقا در عصر دیجیتال است و دموکراتیزه کردن مهارت‌ها را به دنبال دارد.

● منابع طبیعی:

امنیت غذایی منطقه منا در گرو سرمایه گذاری بر روی فناوری‌های دیجیتال و همکاری‌های بین المللی است.

● تحول دیجیتال:

برای تحول دیجیتال باید جهانی فکر و عمل کنیم.

● بانکداری شرکتی:

سرمایه گذاری بر روی معماری مایکروسرویس‌ها، می‌تواند ظرفیت درآمدی جدیدی برای بانک‌ها و شرکت‌های بزرگ آزاد کند.

● سلامت:

بخش سلامت ایران برای تحول به صنعتی سازی و دیجیتالیز کردن اطلاعات بیمارستانی نیاز جدی دارد.

● داده:

برای بهره برداری از ارزش‌های نهفته همکاری و اشتراک داده باید ابتدا نظام حکمرانی جدیدی را در فضای دیجیتال وضع کرد.

B برای کسب و کارها

بهره‌وری گران

اقتصاد بسته معماری لوگویی تحول دیجیتال پلتفرم‌های دیجیتال

مشتری محوری

بانکداری پلتفرمی تحول تصاعدی داده‌های بزرگ تک‌شاخ‌ها درک فرصت‌ها

تطبیق پذیری

کسب و کار به مثابه دانشگاه دوگانه سنتی و دیجیتال

اعتمادسازی بر روی پلتفرم اقرار به ناکاملی

مقیاس پذیری

آداب بزرگی بیمه دیجیتال

فرجام اقتصاد رانتهی

ظرفیت‌های اقتصاد توکن رواداری

تنظیم‌گر در خدمت مصرف‌کننده

تنظیم‌گر تک‌زیست

ابهام سوگیری راهکارهای دیجیتال مصونیت از تورم

بزننگاه فرصت

حکمرانی داده

شکست مدل تنظیم‌گری رمز ارزها بول دیجیتال

حق تکه‌تکه‌شده دام ریسک‌گریزی

جانمایی ایران در اقتصاد جهانی

تنظیم‌گر هوشمند

لزوم ابهام‌زدایی حکمرانی سلامت

دام تعارض منافع

تحول دیجیتال سازمان‌های سنتی

G برای حکمرانی

I در سطح فردی

اعتماد دیجیتال

سرگرمی دیجیتال سوگیری تاییدی

یادگیری یادگیری سلامت دیجیتال

زیست دوگانه

بهبود تجربه مشتری شهروند دیجیتال

شخصی سازی

مهارت‌های نرم

تنوع انتخاب حریم داده‌های شخصی

بهره‌مندی فراگیر

اجماع نخبگانی تطبیق‌پذیری

بیم‌ها و امیدها آموزش تا پایان عمر

فقر و سلامت ابهام‌گریزی

مهاجرت نخبگان داده‌های محیط‌زیست

بقای اکولوژیک آینده ایران

فرونشست تمدنی فرسایش خاک

کریدورهای دیجیتال

بازار سهم‌آبه

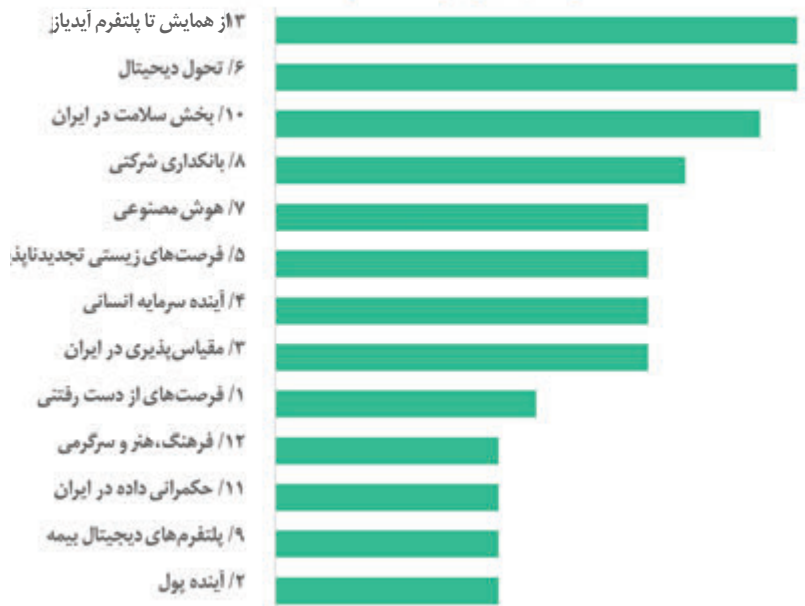
فرصت‌های از دست‌رفتهی بازار آلودگی

زیست‌بوم دیجیتال جایگاه ایران در دنیا

C در سطح تمدنی

آمارهایی از مشارکت در این همایش

برحسب میزان رضایت شرکت کنندگان



تعداد بخش‌های برنامه	۱۳
تعداد تاک و سخنرانی	۴۳
مجموع مدت زمان محتوای ارائه شده (دقیقه)	۳۴۵
تعداد شرکت کننده در دو روز	۱۱۰۰۰
تعداد شرکت‌های حاضر	۳۷
تعداد میز IDEAS	۱۱
متراژ نمایشگاهی	۵۵۰ متر مربع
تعداد حامیان مالی	۱۵
تعداد مدعوین بانک‌ها و سازمان‌های بزرگ	۴۰۰۰

همراهان ما



IDEAS 02

خرداد ۱۴۰۳

رویدادهای آتی

دبیرخانه دائمی رویداد در راستای تحقق بخشیدن به اهداف پلتفرم IDEAS و به دنبال استقبال مشارکت کنندگان از اولین همایش فرصت‌های ایران در عصر دیجیتال، در نظر دارد همایش **IDEAS 02** را **خرداد ۱۴۰۳** برگزار نماید. برای همکاری و مشارکت در رویدادهای آتی می‌توانید از طریق کانال‌های زیر با دبیرخانه در ارتباط باشید.



وبسایت آدiaz



برای اطلاع از زمان و محل دقیق همایش به سایت ideas.rahnanam.com مراجعه کنید.

نحوه مشارکت در پلتفرم

برنامه دبیرخانه دائمی همایش شکل دادن به یک گفت‌وگو موثر و اقناعی میان کسب‌وکارها، حاکمیت و مردم است. برای دستیابی به این هدف در گام نخست ایجاد یک بستر و پلتفرم ارتباطی جهت تبادل نظرات و اطلاعات در دستور کار دبیرخانه قرار دارد به نحوی که به شکل دهی یک جریان تعاملی مداوم میان ذی‌نفعان بیانجامد.

پلتفرم IDEAS به مکانی تبدیل خواهد شد که شرکت‌ها و اشخاص می‌توانند با طرح مسائل خود از اندوخته‌ی دانش شبکه نخبگان صنعت و دانشگاه بهره ببرند.

همچنین تلاش بر این است که در این بستر مسائل زیست بوم ایران با نگاهی موشکافانه شناسایی و تحلیل شوند و در عین حال آخرین اخبار و تحولات مرتبط به اطلاع اعضا رسانده شود.

نحوه مشارکت در این پلتفرم از عضویت در آن و شرکت در رویدادهای رسمی IDEAS آغاز می‌شود و در قالب تعاملات مستمر و طرح دغدغه‌ها و مشکلات ادامه می‌یابد و به طراحی ایده‌ها و راهکارهای مناسب و اختصاصی ختم خواهد شد.

عضویت در پلتفرم و شرکت در برنامه‌ها و رویدادهای IDEAS در طول سال



تعامل high-level personalized به مسئله حل‌پذیر



ادغام و جذب ایده در شبکه‌های دیجیتال و دانشی پلتفرم IDEAS



دیگر محصولات
ما را بیشتر بشناسید



جریان‌سازی و تولید محتوای رهنمان (گروه محصولات فارکست)

فارکست پلاس و فارکست پرایم



فارکست کتاب



فارکست اقتصادی-مالی



فارکست اکونومیست



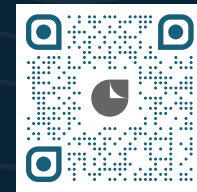


RAHNAMEAN BUSINESS OUTLOOK

عبور کسب و کارها
از شرایط بحرانی

سمینار

outlook.rahnaman.com



برخی مشتریان این محصول در سال ۱۴۰۲

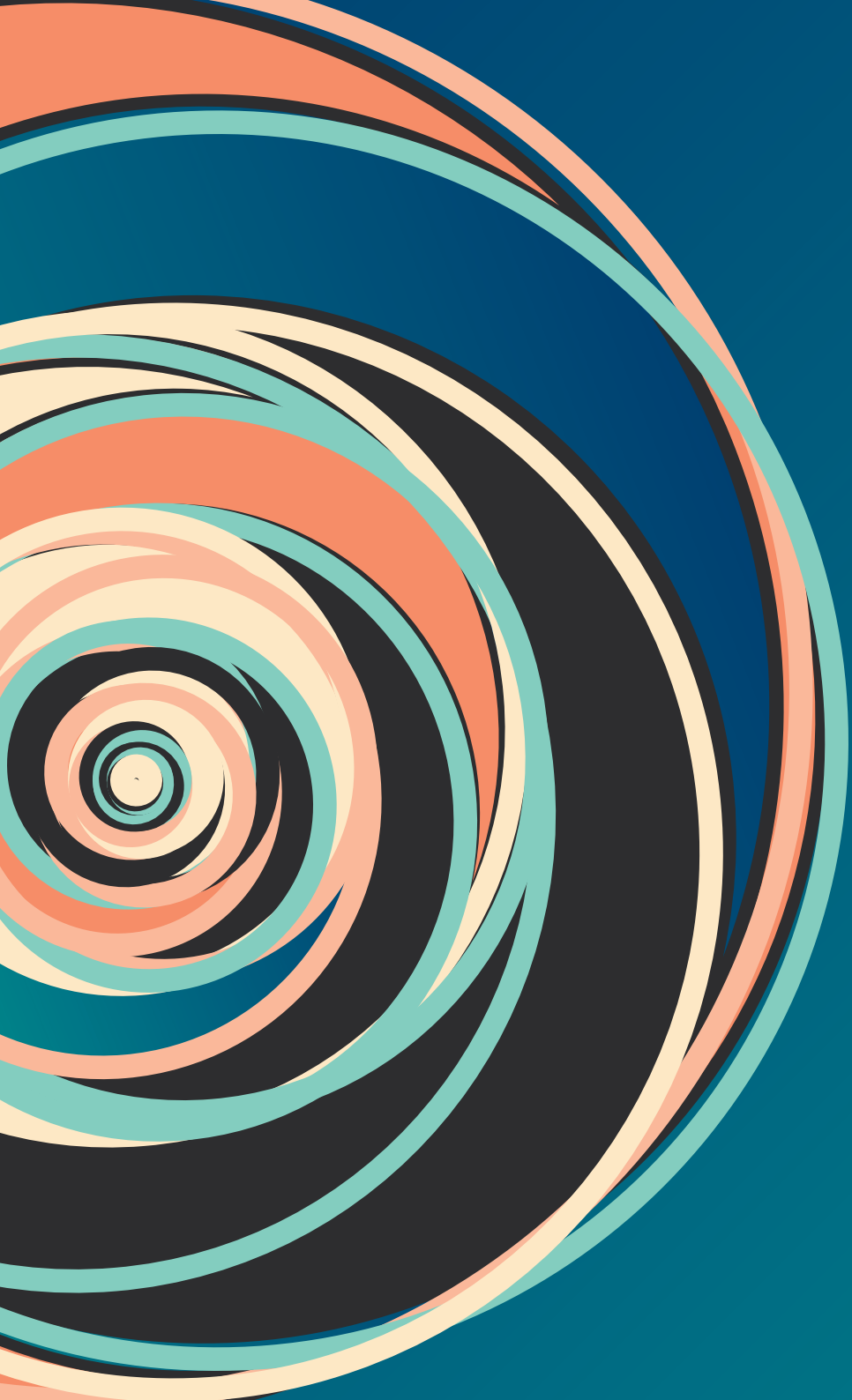


سلسله نشست‌های درد مشترک

مسئولیت اجتماعی رهنمان

session.rahnaman.com

درد مشترک



IDEAS 01

Iran Digital: Economic Aspirations for Success

همایش فرصت‌های ایران در عصر دیجیتال



رویدادی درباره فرصت‌ها

اسکن کنید ▶

از دست رفتن ideas.rahnaman.com





[linkedin.com/company/rahnaman](https://www.linkedin.com/company/rahnaman)



[@Rahnaman_Official](https://www.instagram.com/Rahnaman_Official)



t.me/Rahnaman_official

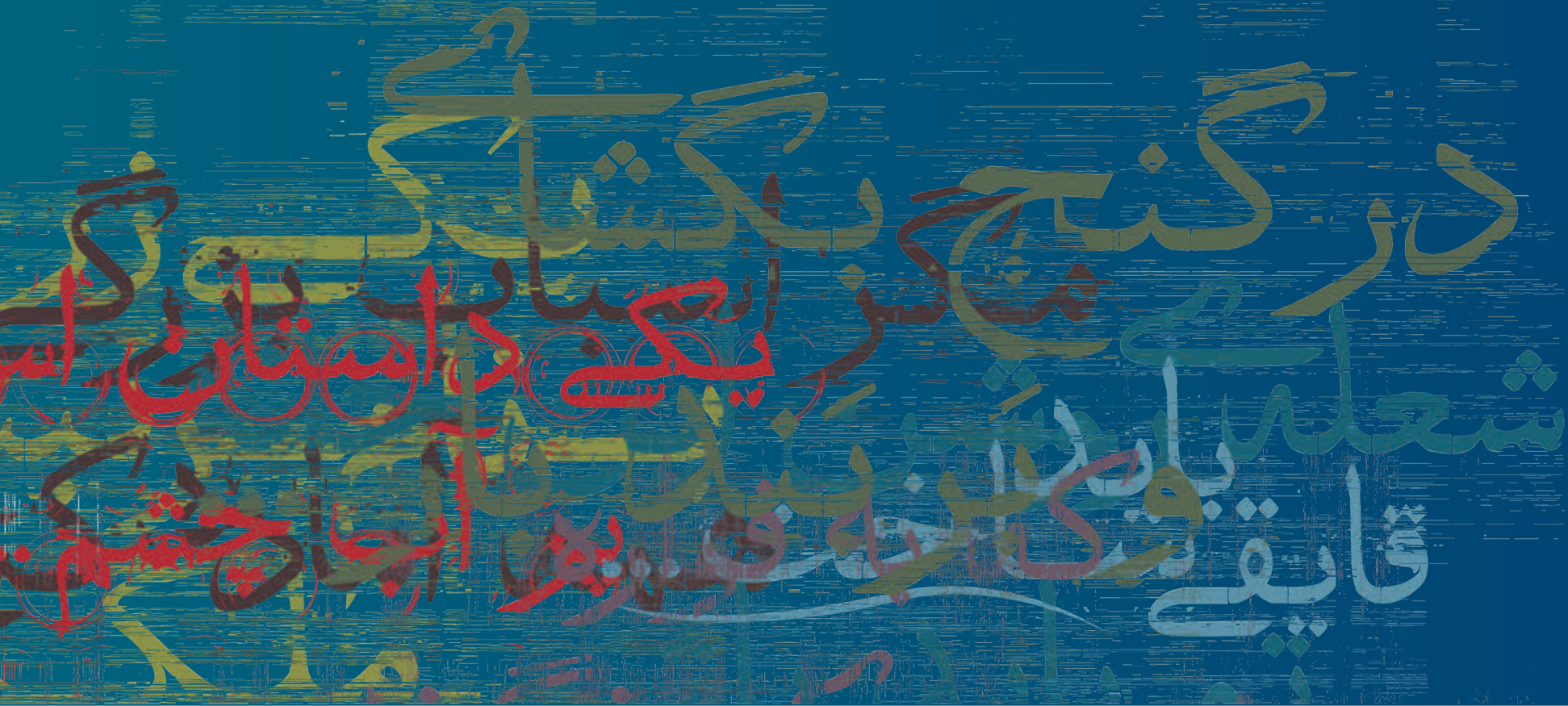




RAHNAMAN.COM



رهنمان، مشاور کسب و کارها



Designed by Siavosh Mehraeen, 2023



rahnaman.com