



بولتن خبری

فصلنامه بهار ۱۴۰۵

گزارش عملکرد
تحلیل‌ها و رخداد‌های
حوزه نوآوری و تحول دیجیتال





اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی تهران

مرکز نوآوری و تحول دیجیتال

• فصلنامه بهار ۱۴۰۵

• تهیه و تنظیم: مرکز نوآوری و تحول دیجیتال

• طراحی گرافیک و چاپ: روابط عمومی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

• از طریق پست الکترونیکی زیر می‌توانید پیشنهادها و نظرات اصلاحی خود را به واحد مربوطه منعکس کنید:

innotech@tccim.ir

• استفاده از مطالب این گزارش با ذکر منبع بلامانع است.



بولتن خبری

مرکز نوآوری و تحول دیجیتال

فصلنامه بهار ۱۴۰۵

صفحه

فهرست مطالب

- ۱. سرمقاله ۴
- ۲. اقدامات انجام شده در مرکز نوآوری و تحول دیجیتال ۶
 - ۲/۱. پروژه اتاق دیجیتال ۷
 - ۲/۱/۱. سامانه امداد تجار ۷
 - ۲/۲. میزخدمت و مشاوره تخصصی ۸
- ۳. معرفی اتاق دیجیتال تهران / ۴ ۸
- ۴. اقدامات انجام شده توسط واحدهای همکار ۹
- ۵. رخدادهای پیش رو ۱۱
 - ۵/۱. دوره آموزشی تأثیر جنگ بر قراردادهای و دعاوی تجاری داخلی و بین المللی به عنوان فورس ماژور ۱۱
 - ۵/۲. دوره آموزشی مالیات برای مدیران غیرمالی ۱۱
 - ۵/۳. دوره آموزشی مدیریت نقدینگی و تاب‌آوری مالی در شرایط بحران ۱۱
- ۶. مقاله ۱۲
- ۷. دولت نگار ۱۴



۱. سرمقاله

معماری تاب‌آوری هوشمند در دوران جنگ

● شهاب جوانمردی؛ عضو هیات رئیسه اتاق بازرگانی تهران

و حمل‌ونقل. بنگاه‌ها به دنبال راهکارهای غیرمتمرکز و آفلاین برای تداوم ارتباطات و عملیات هستند. گسست ناگهانی زنجیره تامین: وابستگی به یک تامین‌کننده یا یک مسیر لجستیکی، بنگاه را فلج می‌کند. نیاز فوری به شناسایی و فعال‌سازی تامین‌کنندگان جایگزین (حتی با کیفیت کمتر) وجود دارد. نوسان افسار گسیخته نرخ ارز و انسداد نقدینگی: با توقف ثبت‌سفارش و تخصیص ارز، بسیاری از بنگاه‌ها با «بحران گردش خون» مواجهند. خواسته اصلی، ابزارهای تامین مالی اضطراری و مدیریت ریسک ارزی (حتی به صورت پایاپای) است.

فرسایش سرمایه روانی و انسانی: ترس، مهاجرت، کاهش انگیزه و غیبت کارکنان کلیدی. بنگاه‌ها نیازمند راهکارهای حفظ و انگیزش سرمایه‌های انسانی در شرایط بحران هستند (نه صرفاً حقوق و دستمزد).

۲. اولویت‌های راهبردی (فراتر از بقا)

بازتعریف مدل کسب‌وکار در لحظه: تغییر سریع از تولید خدمت معمول به نیازهای جنگی (مثل تولید تجهیزات پشتیبانی، بسته‌های معیشتی، یا خدمات لجستیکی جایگزین).

دیجیتالی شدن اجباری و چابک: استقرار سامانه‌های ابری، فروشگاه‌های آنلاین آفلاین‌ساز و ابزارهای تصمیم‌گیری غیرمتمرکز.

حفظ بازار و مشتریان کلیدی از طریق کانال‌های جدید: استفاده از شبکه‌های اجتماعی، بازارچه‌های محلی و حتی همکاری با رقبا برای حفظ سهم بازار.

۳. خواسته‌های جمعی از نهادهای حامی (اتاق بازرگانی، دولت)

صدای واحد و چانه‌زنی جمعی: بنگاه‌ها از اتاق تهران انتظار دارند که خواسته‌هایشان (مانند تعویق مالیات،

اگر روزگاری بحران را استثنا می‌دانستیم، اکنون باید بپذیریم که خود «وضعیت عادی» تغییر کرده است. فعالان اقتصادی ایران دیگر با یک شوک مقطعی (مثل سیل یا یک تحریم محدود) مواجه نیستند، بلکه در دورانی از VUCA (ناپایداری، عدم قطعیت، پیچیدگی و ابهام) نفس می‌کشند که جنگ، تحریم‌های تمام‌عیار، ناترازی‌های انرژی و گسست زنجیره‌های تامین، بخشی از ذات آن شده است. در چنین شرایطی، پرسش اصلی این نیست که «چگونه از این بحران عبور کنیم»، بلکه این است که «چگونه بنگاهی بسازیم که در دل بحران نه فقط می‌ماند، بلکه بازآرایی می‌شود، یاد می‌گیرد و قوی‌تر ظاهر می‌شود؟»

پاسخ، فراتر از توصیه‌های معمول «کاهش هزینه» یا «دورکاری» است. این مقاله، بر اساس مستندات معتبر (از جمله ویژه‌نامه تاب‌آوری اتاق تهران) و تحلیل شرایط کنونی، به دو پرسش کلیدی می‌پردازد:

نخست اینکه در شرایط جنگی کنونی، فعالان اقتصادی چه کمبودها، اولویت‌ها و خواسته‌های فوری دارند؟ و دیگر آنکه نقش فعالان بخش خصوصی در این شرایط، فراتر از بقای فردی، چیست؟

سپس، چهار راهبرد استراتژیک و نوآورانه را ارائه می‌دهد که هزینه را کاهش، بهره‌وری را افزایش، سرمایه‌های انسانی را حفظ و بنگاه را برای «دوران پساجنگ» بازآرایی می‌کند.

بخش اول: کمبودها، اولویت‌ها و خواسته‌های بنگاه‌ها در جنگ کنونی

بر اساس مستندات میدانی و مصادیق جنگ اخیر، سه سطح کمبود و اولویت برای کسب و کارها قابل تشخیص است:

۱. کمبودهای حیاتی (خواسته‌های فوری)

قطع یا اختلال پایدار در زیرساخت‌ها: اینترنت، برق، گاز

خدمات با تامین‌کنندگان و مشتریان استفاده کنید.

راهبرد دوم: تحول دیجیتال برای بقا

زیرساخت دورکاری آفلاین: سامانه‌هایی طراحی کنید که حتی با قطع اینترنت (از طریق رادیو، بلاک‌چین سبک یا پیامک‌های رمزنگاری شده) دستورات و داده‌های کلیدی را منتقل کنند.

مدیریت موجودی هوشمند با سناریوی جنگ: به جای JIT، مدل Just in Case (JIC) را با بافرهای امنیتی ۳۰ تا ۵۰ درصد برای مواد اولیه حیاتی پیاده کنید. از نرم‌افزارهای ابری ساده برای ردیابی موجودی استفاده کنید.

داشبوردهای تصمیم‌گیری لحظه‌ای: شاخص‌های کلیدی (نقدینگی، سطح موجودی، وضعیت حمل‌ونقل) را روی داشبوردهایی در دسترس تیم بحران قرار دهید.

راهبرد سوم: سرمایه انسانی؛ هسته ماندگاری در گرداب بحران

برنامه جانشینی و چندمهارتی: هیچ فرآیندی به یک نفر گره نخورد. مهارت‌های دوم و سوم را به کارکنان کلیدی آموزش دهید (مثلاً اپراتور خط تولید، تعمیر مولد برق را هم بلد باشد).

ایمنی روانی و جلسات همدلی (نه فقط عملیاتی): جلسات هفتگی با هدف تخلیه هیجانی، شنیدن ترس‌ها و تقویت «چرایی» ماندن در کنار هم. این جلسات، خط مقدم تاب‌آوری جمع‌اند.

کوچینگ و منتورینگ بحران: از مشاوران باتجربه یا حتی هم‌تایان صنعتی برای همراهی و تصمیم‌گیری در لحظات بحرانی استفاده کنید (حتی به صورت داوطلبانه و غیررسمی).

راهبرد چهارم: بازاریابی هوشمندانه در دل جنگ

توجه به بازارهای گوشه‌ای (Niche Markets) ناشی از بحران: کمبود چه کالا یا خدماتی در جنگ حس می‌شود؟ (انرژی قابل حمل، تجهیزات ایمنی غیرنظامی، بسته‌های غذایی آماده، خدمات تعمیرات سیار). سریعاً یک MVP (حداقل محصول پذیرفتنی) تولید و عرضه کنید. خوشه‌سازی با رقبا (Co-opetition): در شرایط قطع زنجیره تامین، با رقبای مستقیم خود برای خرید اشتراکی مواد اولیه، اشتراک انبار، یا حمل مشترک کالا همکاری کنید. این «همکاری رقابتی» جان همه را نجات می‌دهد.

وام‌های کم‌بهره، بیمه ریسک جنگ) را به صورت یکپارچه پیگیری کند.

دسترسی به اطلاعات دقیق و به‌روز: نقشه‌های ریسک، مسیرهای امن تامین و تحلیل سناریوهای اقتصادی. نه شایعه، نه آمارهای چندماه پیش.

بخش دوم: نقش فعالان بخش خصوصی در شرایط کنونی

فعالان خصوصی در این جنگ، سه نقش محوری بر عهده دارند:

۱. عاملیت اقتصادی در برابر شوک‌های برون‌زا: در غیاب یا ناکارآمدی دولت، بخش خصوصی می‌تواند چرخ‌های تامین کالاهای اساسی، انرژی جایگزین و ارتباطات را با ابتکارات شبکه‌ای (خوشه‌سازی) بچرخاند؛ همان‌گونه که در جنگ اوکراین، شرکت‌های کوچک لجستیک جایگزین زیرساخت‌های دولتی شدند.

۲. حفظ سرمایه اجتماعی و اشتغال: تعطیلی بنگاه‌ها به معنای بیکاری هزاران خانواده و تشدید بحران اجتماعی است. حفظ حداقلی تولید و اشتغال، یک مسوولیت ملی فراتر از سودآوری است.

۳. آزمایشگاه نوآوری در بحران: شرایط جنگی، نیازهای جدید و بعضاً فوری خلق می‌کند (مانند پاوراستیشن، داروهای حیاتی، سامانه‌های هشدار زودهنگام). بخش خصوصی می‌تواند این فرصت‌ها را به محصولات جدید تبدیل کند.

بخش سوم: راهکارهای استراتژیک و نوآورانه

در ادامه، چهار راهبرد عملیاتی بر اساس اسناد معتبر و نیازهای جنگ کنونی ارائه می‌شود:

راهبرد اول: معماری مالی در وضعیت «بحران مزمن»

پیش‌بینی غلتان (Rolling Forecast) به جای بودجه سالانه: بودجه‌ریزی ۱۲ ماهه بی‌معناست. پیش‌بینی‌های ۶ هفته‌ای را هر هفته بازبینی کنید.

ذخیره نقدینگی ۶ تا ۱۲ ماهه: هزینه‌های غیرضروری را حذف، وام‌های کوتاه‌مدت را تسویه و هر ریال مازاد را به دارایی‌های نقدشونده (ارز، طلا، کالای استراتژیک) تبدیل کنید.

تامین مالی جمعی و تهاتر: به جای انتظار برای وام بانکی، از پلتفرم‌های تامین مالی جمعی (بورس) یا تهاتر کالا و

مستندسازی «آموخته‌های جنگ»: هر روز، هر تصمیم و هر خلاقیتی که برای عبور از یک مانع به کار گرفتید، مستند کنید. این مستند، با ارزش‌ترین سرمایه شما برای دوران پساجنگ و نیز راهنمای سایر بنگاه‌هاست.

نتیجه‌گیری و جمع‌بندی: از تاب‌آوری انفعالی تا بازآفرینی فعال

جنگ کنونی، اگرچه ویرانگر است، اما یک واقعیت غیرقابل انکار را به فعالان اقتصادی گوشزد کرد: «شرایط عادی» هرگز باز نخواهد گشت؛ تنها ما می‌توانیم توانایی زیستن و حتی رشد کردن در «وضعیت جدید» را بیاموزیم. تاب‌آوری واقعی، بازگشت به نقطه صفر نیست، بلکه قابلیت تغییر شکل (Morphing) در دل بحران است. بنگاهی در این جنگ دوام می‌آورد و پس از جنگ به اوج می‌رسد که:

امور مالی خود را بر مبنای سناریوهای غلتان مدیریت کند (نه بودجه خشک).

عملیات خود را دیجیتال و غیرمتمرکز ساخته باشد (نه متکی به اینترنت و یک کارخانه).

سرمایه انسانی خود را با معنا و همدلی حفظ کرده باشد (نه فقط با پول).

به جای انزوا، خوشه‌سازی و همکاری جمعی را جایگزین رقابت کند. در نهایت، نقش اتاق بازرگانی و نهادهای صنفی، فراهم کردن بستر این همکاری‌های جمعی، ارائه اطلاعات شفاف و صدای واحد برای چانه‌زنی با حاکمیت است. در غیر این صورت، هر بنگاهی به تنهایی غرق خواهد شد. این یادداشت، دعوتی است به پایان «مدیریت بحران واکنشی» و آغاز «طراحی هوشمندانه بقا در بحران مزمن». اگر از این بحران جان سالم به در ببریم، قوی‌تر از همیشه خواهیم شد؛ مشروط بر اینکه امروز، هوشمندانه‌ترین سرمایه‌گذاری را انجام دهیم:

سرمایه‌گذاری بر انعطاف‌پذیری، یادگیری و همبستگی.

بقا در بحران مزمن، نیازمند انعطاف‌پذیری، یادگیری و همبستگی است.

منبع: سایت www.tccim.ir

منتشر شده در تاریخ ۱ اردیبهشت ماه ۱۴۰۵

لینک: <https://news.tccim.ir/story?nid=80409>

۲. اقدامات انجام شده در مرکز نوآوری و تحول دیجیتال

گردیده است.

با این حال، مرکز نوآوری و تحول دیجیتال در بهار ۱۴۰۵ اقدامات متنوعی از قبیل فراهم‌آوردن بسترهای عملی برای شکل‌گیری گفتمان مشترک در حوزه تحول دیجیتال، شبکه‌سازی میان فعالان حوزه فناوری، ارائه مشاوره‌های تخصصی رایگان و نیز توسعه «پلتفرم اتاق دیجیتال» به‌منظور تسهیل ارائه خدمات اتاق بازرگانی تهران به اعضای آن را در دستور کار داشت.

با توجه به اهمیت راهبردی پروژه «اتاق دیجیتال تهران» و مصوبه شورای راهبردی مرکز نوآوری و تحول دیجیتال، مقرر شده است از ابتدای سال ۱۴۰۵، تمامی ظرفیت‌ها و نیروی انسانی مرکز به صورت متمرکز بر توسعه، تکمیل و بهره‌برداری حداکثری از این پلتفرم متمرکز شود. بر این اساس، اولویت‌بندی فعالیت‌های مرکز بازنگری شده و سایر اقدامات غیرمرتبط با اتاق دیجیتال به حداقل ممکن کاهش یافته است. این تصمیم با هدف تسریع در ارائه خدمات غیرحضوری، افزایش تاب‌آوری دیجیتال اعضا اتخاذ

۲/۱. پروژه اتاق دیجیتال

مروری بر اقدامات سه ماهه نخست:

مصوبات هشتاد و نهمین جلسه کارگروه تعامل‌پذیری دولت الکترونیکی؛

● جمع‌آوری محتواهای مورد نیاز چت‌بات شامل سناریوهای پاسخگویی، پرسش‌های متداول و مسیرهای هدایت کاربران، در مرکز نوآوری و تحول دیجیتال اتاق تهران آماده‌سازی و تدوین شده است. دستیار هوشمند پلتفرم «اتاق دیجیتال تهران» به گونه‌ای طراحی شده است تا پاسخگوی سریع و اولیه سوالات اعضا در زمینه خدمات اتاق، فرآیندهای ثبت‌نام، رزرو مشاوره، رویدادها و راهنمایی عمومی باشد. کاربران می‌توانند در هر ساعت از شبانه‌روز سوالات خود را مطرح کرده و پاسخ اولیه را دریافت کنند. دستیار در صورت لزوم، کاربر را به کارشناس انسانی یا صفحات مرتبط با درخواست هدایت می‌کند. این خدمت با هدف کاهش زمان انتظار و تسهیل دسترسی ۲۴ ساعته به اطلاعات پایه اتاق بازرگانی تهران راه‌اندازی شده است؛

● برگزاری جلسات هماهنگی و معرفی نماینده فنی جهت اتصال به سرویس‌های مذکور؛

● برگزاری جلسات متعدد جهت برنامه‌ریزی و تعیین کارگزار اجرایی مراسم رونمایی رسمی از پلتفرم «اتاق دیجیتال».

۲/۱/۱. سامانه امداد تجار

در شرایط بحران، ثبت دقیق خسارت‌ها، نخستین گام برای دریافت حمایت مؤثر است. اتاق بازرگانی تهران در راستای مسئولیت خود در قبال فعالان اقتصادی، سامانه «امداد تجار» را به عنوان ابزاری جامع برای رصد و ثبت مشکلات کسب‌وکارها در ابعاد مختلف راه‌اندازی کرده است. این سامانه، فراتر از یک فرم ساده ثبت خسارت، تمامی ابعاد آسیب به بنگاه‌ها را از اختلال در تجارت خارجی و زنجیره تأمین گرفته تا چالش‌های حمل‌ونقل بین‌المللی و وضعیت زیرساخت‌های فناورانه پوشش می‌دهد. فرآیند ثبت درخواست در این سامانه، کاملاً غیرحضوری

● تکمیل، توسعه و انجام تست قابلیت‌ها و خدمات پلتفرم از جمله بوکینگ و رویدادها (Booking & Events)، پایگاه دانش، کارتابل، لندینگ، گزارش‌گیری، پروفایل کاربری، DevOps و زیرساخت، کارزار، شورای گفتگو، سرمایه‌گذاری و سایر ماژول‌های مرتبط؛

● احصا و مستندسازی فرآیندهای خدمات باقیمانده، با هدف تکمیل سبد خدمات قابل ارائه در پلتفرم؛

● پیاده‌سازی سامانه امداد تجار با هدف ارائه خدمات حمایتی به اعضای اتاق و تولید سیاست‌های پیشنهادی برای تصمیم‌گیران؛

● ادامه اجرای فاز Soft Launch و دریافت بازخوردهای کاربران به منظور بهبود عملکرد پلتفرم؛

● انجام تست‌های امنیتی پلتفرم و اخذ مجوزهای لازم جهت بهره‌برداری و راه‌اندازی رسمی محصول؛

● یکپارچه‌سازی (Integration) پلتفرم اتاق دیجیتال با سامانه‌های داخلی اتاق بازرگانی و سایر سرویس‌های مورد نیاز؛

● برگزاری جلسات آموزشی و انتقال دانش به واحدهای مختلف اتاق در راستای بهره‌برداری از پلتفرم؛

● راه‌اندازی آزمایشی پلتفرم و پایش عملکرد آن در محیط عملیاتی؛

● جذب بیش از ۳ هزار عضو در پلتفرم اتاق دیجیتال؛

● برگزاری جلسات همکاری با شرکت‌های فعال در

حوزه‌های مختلف از جمله آموزش، لجستیک بین‌الملل، هوش مصنوعی، تحلیل داده، مشاوره، ERP و سایر حوزه‌های مرتبط به منظور توسعه خدمات قابل ارائه؛

● بازبینی و بهبود تجربه و رابط کاربری (UI/UX) پلتفرم بر اساس بازخوردهای دریافتی؛

● اخذ سه مجوز دسترسی به سرویس‌های حاکمیتی شامل:

o سرویس پاک‌نا ۱ از سازمان اداری و استخدامی کشور؛

o سرویس استعلام موقعیت جغرافیایی بر اساس شناسه پستی از شرکت ملی پست جمهوری اسلامی ایران؛

o سرویس استعلام آگهی روزنامه رسمی کشور بر اساس

و هوشمند طراحی شده است. فعالان اقتصادی می‌توانند با ورود به دامنه رسمی اتاق دیجیتال تهران و احراز هویت از طریق کد ملی و شماره تلفن همراه، فرم مربوطه را تکمیل و گزارش خود را ثبت کنند. این درخواست‌ها در یک گردش کاری شفاف پیگیری می‌شوند و در نهایت، فهرست بنگاه‌های آسیب‌دیده ثبت‌نام‌کننده به صورت رسمی به «کارگروه تسهیل و رفع موانع تولید استان تهران» ارسال می‌شود تا پس از رسیدگی، نتیجه آن منعکس گردد.

از قابلیت‌های دیگر این سامانه، امکان رصد اطلاعیه‌ها و ابلاغیه‌های حمایتی دولت از جمله بسته‌های جبران خسارت، تسهیلات و معافیت‌ها در یک بستر یکپارچه

است. هر اطلاعات دقیقی که توسط فعالان اقتصادی ثبت شود، به داده‌ای مؤثر برای طراحی حمایت‌های هدفمند تبدیل خواهد شد. فرم‌های سامانه نیز بر اساس مشکلات واقعی شرکت‌ها به‌روزرسانی می‌شوند تا همواره پاسخگوی نیازهای روز باشند.

هرچه مشارکت فعالان اقتصادی گسترده‌تر باشد، سرعت و اثربخشی حمایت‌ها افزایش می‌یابد. از این رو، از تمامی کسب‌وکارهای آسیب‌دیده دعوت می‌شود تا با ورود به دامنه رسمی اتاق دیجیتال تهران، مشکل خود را در سامانه «امداد تجار» ثبت و صدای خود را به گوش تصمیم‌گیرندگان برسانند.

۲/۲. میز خدمت و مشاوره تخصصی

میز خدمت مرکز نوآوری و تحول دیجیتال با هدف حمایت از شرکت‌های خصوصی و اعضای اتاق بازرگانی تهران، مجموعه‌ای از خدمات مشاوره تخصصی رایگان را ارائه می‌دهد. این خدمات با تمرکز بر حل چالش‌های عملیاتی کسب‌وکارها، آشنایی با قوانین و ظرفیت‌های حمایتی و تسهیل مسیر رشد و توسعه بنگاه‌های اقتصادی طراحی شده است.

در همین راستا، مرکز نوآوری و تحول دیجیتال به‌منظور انتخاب مشاوران و کارگزاران تخصصی، اقدام به استخراج و تدوین شاخص‌های عملکردی بر اساس سوابق حرفه‌ای و ارزیابی عملکرد آن‌ها در سال‌های گذشته کرد. پس از بررسی و ارزیابی پیشنهادهای دریافتی، افراد و شرکت‌های واجد شرایط برای همکاری در این طرح شناسایی و انتخاب شدند.

هدف اصلی از اجرای این طرح، بهره‌گیری از تیم‌های متخصص و استراتژیک به‌منظور تحلیل شاخص‌های عملکردی، شناسایی نقاط ضعف سیستمی و موانع اجرایی و ارائه راهکارهای عملیاتی و قابل اجرا برای بهبود فرآیندهاست. خروجی این اقدامات، طراحی و پیاده‌سازی اصلاحات ساختاری و عملیاتی است که در نهایت منجر به افزایش پایداری، ارتقای کارایی و توسعه سازمانی کسب‌وکارها می‌شود.

در سه ماه گذشته سال، خدمات مشاوره‌ای متنوعی از جمله آشنایی با مزایا و شرایط دانش‌بنیان، آشنایی با نحوه استفاده از اعتبار مالیاتی (موضوع ماده ۱۱ قانون جهش تولید دانش‌بنیان)، سرمایه‌گذاری و جذب سرمایه و عارضه‌یابی سازمانی به متقاضیان ارائه شد.

۳. معرفی اتاق دیجیتال تهران ۴/

قابلیت‌های اتاق دیجیتال تهران

در این قسمت مهم‌ترین قابلیت‌های پلتفرم «اتاق دیجیتال تهران» معرفی می‌شود. این خدمات با هدف تسهیل دسترسی غیرحضوری اعضا به مشاوره، رویدادها، منابع آموزشی، حمایت‌های حقوقی و امکانات شبکه‌سازی طراحی شده‌اند و جهت آگاهی فعالان اقتصادی ارائه می‌شوند:

رویدادها:

این قابلیت به بخش‌های اتاق اجازه می‌دهد رویدادها و نمایشگاه‌هایی را که در آن حضور دارند به اطلاع اعضا برسانند. کاربران نیز می‌توانند به صورت شخصی‌سازی‌شده و مطابق با رشته فعالیت یا علایق خود، فیلتر اعمال کرده و اطلاعات مربوطه را دریافت کنند. همچنین اگر اتاق در رویدادی فراخوان دهد، اعضا می‌توانند اعلام حضور یا عدم

حضور خود را در آن رویداد ثبت کنند.

پایگاه دانش:

در کتابخانه به عنوان بخشی از پلتفرم اتاق دیجیتال، سعی شده تمامی موارد مربوط به انتشارات شامل ماهنامه امین‌الضرب، آینده‌نگر، اقتصادسنج، جزوات تخصصی، پادکست‌ها و کتاب‌های منتشرشده توسط اتاق بازرگانی تهران یکجا گردآوری شوند.

پروفايل کاربري:

یکی از مهم‌ترین بخش‌های پلتفرم، پروفايل کاربري است. در این بخش، متقاضی قابلیت‌های بی‌شمار دارد از جمله تکمیل و به‌روزرسانی اطلاعات پایه و تکمیلی خود و ایجاد دسترسی با دامنه متغیر برای پرسنل مختلف اشخاص حقوقی. همچنین کاربران می‌توانند با تکمیل بخش‌های «خدمات و محصولات» خود، به بخش دایرکتوری اعضا دسترسی پیدا کنند و از خدمات و نیازهای سایر کاربران مطلع شوند.

دایرکتوری اعضا:

این بخش از پلتفرم توسط خود اعضا تکمیل و به‌روزرسانی می‌شود. اعضا می‌توانند تمامی خدمات و محصولات خود را بدون محدودیت تعداد به سایر اعضا معرفی کنند. در این بخش، قابلیت جستجو و همتایابی نیز جهت بهبود تجربه کاربري در نظر گرفته شده است.

مشاوره‌ها:

اتاق تهران دامنه گسترده‌ای از مشاوره‌ها را به اعضای خود ارائه می‌دهد. یکی از محدودیت‌های سرویس مشاوره در اتاق تهران، محدودیت زمان و مکان بود. با راه‌اندازی پلتفرم اتاق دیجیتال، اعضا این قابلیت را پیدا می‌کنند تا

جهت رفع و رجوع مشکلات خود، فارغ از هرگونه محدودیت زمانی و مکانی به مشاوران اتاق دسترسی داشته باشند. مشاوران نیز می‌توانند در ۲۴ ساعت شبانه‌روز و هفت روز هفته، با توجه به نظر مدیر واحد، به پاسخ‌دهی به سوالات متقاضیان بپردازند.

خدمات حمایت‌گری:

اعضای اتاق تهران می‌توانند بدون مراجعه حضوری، مسائل اساسی فعالان اقتصادی و تداخلات قانونی که در وزارتخانه‌ها و سازمان‌های مختلف دولتی برای آنها پیش آمده را مطرح، مدارک خود را ارسال و پیگیری کنند. اتاق تهران نیز طبق ظرفیت‌های قانونی خود، در صورت وارد بودن موارد اعلامی از سوی متقاضی، به مسائل ورود کرده و نتیجه را از طریق پلتفرم به متقاضی اطلاع‌رسانی خواهد کرد.

گزارش‌گیری:

این قسمت به عنوان بخش نظارتی کل پلتفرم عمل می‌کند. امکان نظارت، مشاهده و آمارگیری از فرآیندهای جاری پلتفرم را نمایش می‌دهد و امکان دریافت خروجی جهت گزارش‌گیری را فراهم می‌آورد.

رزرو:

این قابلیت برای تسهیل رزرو وقت مشاوره بین متقاضیان و مشاوران اتاق طراحی شده است. کاربران می‌توانند زمان مشاوره حضوری یا آنلاین را انتخاب کنند. یکی از ویژگی‌ها، قابلیت همگام‌سازی با تقویم گوگل (Google Calendar) است تا کاربران اعلان‌ها را روی تلفن همراه خود دریافت کنند. همچنین می‌توان این قابلیت را به سایر سرویس‌های اتاق بازرگانی تهران نیز تعمیم داد.

۴. اقدامات انجام شده توسط واحدهای همکار

نشست‌های «تاب‌آوری بنگاه‌ها در شرایط جنگ و پساجنگ» را در خردادماه به‌صورت حضوری و آنلاین برگزار کردند.

نخستین نشست با عنوان «تاب‌آوری لجستیک، حمل‌ونقل و ترانزیت؛ راهکارهای پایداری بنگاه‌های

کمیسیون‌های حمل‌ونقل، صنعت و معدن، بهبود محیط کسب‌وکار و رفع موانع تولید و تسهیل و توسعه تجارت اتاق بازرگانی تهران با هدف بررسی چالش‌های پیش‌روی بنگاه‌های اقتصادی و ارائه راهکارهای افزایش تاب‌آوری کسب‌وکارها در شرایط بحران، سلسله



اقتصادی در شرایط بحران» به بررسی آثار جنگ بر کسب‌وکارهای ترانزیتی و زنجیره تأمین کشور، چالش‌های عملیاتی حمل‌ونقل جاده‌ای، ریلی، دریایی و هوایی و همچنین راهکارهای افزایش تاب‌آوری بنگاه‌ها در مواجهه با اختلالات حمل‌ونقلی اختصاص داشت.

دومین نشست با عنوان «بررسی آثار جنگ بر صنعت فولاد و تأثیر آن بر صنعت ساختمان؛ ارائه راهکارهای تأمین پایدار مصالح و تداوم اجرای پروژه‌ها» برگزار شد و طی آن، پیامدهای شرایط جنگی بر زنجیره تأمین فولاد، بازار مصالح ساختمانی، نقدینگی پروژه‌ها و راهکارهای حفظ پایداری فعالیت شرکت‌های عمرانی و ساختمانی مورد بررسی قرار گرفت.



در سومین نشست با عنوان «ابزارهای نوین تأمین مالی بنگاه‌ها؛ راهکارهای عملی مدیریت نقدینگی و سرمایه در گردش در شرایط فعلی کشور»، راهکارهای تأمین سرمایه در گردش و مدیریت نقدینگی بنگاه‌ها در شرایط اقتصادی موجود تشریح و بررسی شد.



چهارمین نشست نیز با عنوان «پیامدهای زیست‌محیطی جنگ و تاب‌آوری اقتصادی؛ مسئولیت بخش خصوصی در دوران گذار» برگزار شد. در این نشست، خسارات زیست محیطی ناشی از جنگ و آثار آن بر زنجیره تأمین منابع و انرژی، پیامدهای اقتصادی این خسارات بر صنایع، کشاورزی و اقتصاد محلی، راهکارهای کوتاه‌مدت و میان‌مدت بازسازی پس از بحران و همچنین نقش دیپلماسی محیط‌زیست و همکاری‌های بین‌المللی در دوران پساجنگ مورد بحث و بررسی قرار گرفت.



۵. رخدادهای پیش رو:

۵/۱. دوره آموزشی تأثیر جنگ بر قراردادهای و دعاوی تجاری داخلی و بین المللی به عنوان فورس ماژور

- (به صورت حضوری و آنلاین)
- برگزار کننده: موسسه آموزش و توسعه منابع انسانی (ITECC) با همکاری مرکز داوری اتاق بازرگانی تهران
- تاریخ برگزاری: شنبه ۶ و دوشنبه ۸ تیرماه (از ساعت ۱۶ الی ۱۹)
- مدت دوره: ۶ ساعت
- مدرس: آقای دکتر حمیدرضا علومی و جمعی از کارشناسان مرکز داوری اتاق تهران
- سرفصل‌های آموزشی:**
- بخش اول- تأثیر جنگ بر قراردادهای تجاری داخلی و بین‌المللی به عنوان فورس ماژور
- ۱- تعریف فورس ماژور
 - ۲- عوامل موثر در سرنوشت قرارداد در نتیجه فورس ماژور
 - ۳- چگونگی استناد به فورس ماژور در قراردادها
 - ۴- تعریف فورس ماژور
- ۵- عوامل موثر در سرنوشت قرارداد در نتیجه فورس ماژور
- ۶- چگونگی استناد به فورس ماژور در قراردادها
- بخش دوم- تأثیر جنگ بر دعاوی و داوری های داخلی و بین المللی
- ۱- مواعد و مهلت ها در داوری ها و دعاوی داخلی
 - ۲- مواعد و مهلت ها در داوری های بین المللی
 - ۳- بررسی تأثیر جنگ و سایر حوادث پیش بینی نشده بر مهلت-ها و مواعد رسیدگی
 - ۴- امکان تقاضای تمدید و استمهال توسط اصحاب دعوی
 - ۵- اختیار قاضی، داور یا دبیرکل مرکز داوری برای تمدید مدت
 - ۶- آثار عدم رعایت مواعد و مهلت ها در اعتبار و اجرای آرای داوری

۵/۲. دوره آموزشی مالیات برای مدیران غیرمالی

- (به صورت حضوری و آنلاین)
- برگزار کننده: موسسه آموزش و توسعه منابع انسانی (ITECC) اتاق بازرگانی تهران
- تاریخ برگزاری: چهارشنبه مورخ ۱۰ تیرماه (از ساعت ۱۶ الی ۲۰)
- مدت دوره: ۴ ساعت
- مدرس: آقای نادر آریا
- سرفصل‌های آموزشی:**
- آشنایی با مالیات، انواع آن، قوانین مالیاتی و مسئولیت‌های مالیاتی مدیران ارشد؛
 - آشنایی با کلیه تکالیف مالیاتی، انواع مالیات یک شرکت/کسب و کار با تکیه بر مسئولیت مدیران؛
 - آشنایی با فرایند تشخیص، اعتراضات، قطعی سازی و پرداخت انواع مالیات با تکیه بر مسئولیت مدیران.

۵/۳. دوره آموزشی مدیریت نقدینگی و تاب‌آوری مالی در شرایط بحران

- (به صورت حضوری و آنلاین)
- برگزار کننده: موسسه آموزش و توسعه منابع انسانی (ITECC) با همکاری مرکز سرمایه گذاری و کسب و کارهای خانوادگی اتاق بازرگانی تهران
- تاریخ برگزاری: یکشنبه ۱۴ تیرماه
- زمان برگزاری: یکشنبه ها از ساعت ۱۷ الی ۲۰
- مدت دوره: ۱۲ ساعت
- مدرس: آقای دکتر مهرداد رسول زاده
- سرفصل‌های آموزشی:**
- شناخت بحران و ارزیابی آسیب پذیری مالی بنگاه
 - مدیریت نقدینگی در شرایط بحران؛
 - تصمیم گیری مالی و تامین مالی در شرایط بحران
 - ساخت سازمان تاب آور مالی؛

۴. مقاله

آیا تحول دیجیتال تنوع فناوری را ارتقا می‌دهد یا ورود به حوزه‌های نامرتب را تسهیل می‌کند؟

مترجم: درو بارسامیان / همکار مرکز نوآوری و تحول دیجیتال

یک پژوهش جدید نشان می‌دهد که تحول دیجیتال در شرکت‌های بورسی چین، عمدتاً به گسترش فناوری‌های مرتبط با دانش موجود کمک می‌کند و تأثیر آن بر ورود به حوزه‌های کاملاً جدید و نامرتب، محدود و وابسته به شرایط تأمین مالی است.

این پژوهش با استفاده از داده‌های پانل شرکت‌های بورسی چین (سهام نوع A طی دوره ۲۰۰۸-۲۰۲۳)، تأثیر تحول دیجیتال بر تنوع‌بخشی فناوری را به‌صورت نظام‌مند بررسی می‌کند. داده‌های پتنت با تحلیل متن گزارش‌های سالانه ترکیب شده تا شاخص‌های تنوع‌بخشی فناوری مرتبط (RV) و نامرتب (UV) و شاخص تحول دیجیتال در سطح بنگاه اندازه‌گیری شوند.

نتایج نشان می‌دهد تحول دیجیتال به‌طور معناداری تنوع‌بخشی فناوری مرتبط را ارتقا می‌دهد، در حالی که اثر آن بر تنوع‌بخشی نامرتب محدود بوده و به شرایط تأمین مالی بنگاه وابسته است. آزمون‌های سازوکار نشان می‌دهند تحول دیجیتال از طریق اکتساب چندبعدی دانش، نوآوری مشارکتی و بازیگربندی مدل کسب‌وکار عمل می‌کند.

این اثر در شرکت‌های فناوری‌محور، خصوصی و کوچک قوی‌تر است. همچنین سرریزهای عمودی نامتقارن در زنجیره تأمین مشاهده شد؛ به‌گونه‌ای که تحول دیجیتال تنوع فناوری تأمین‌کنندگان بالادستی را افزایش، اما تنوع فناوری مشتریان پایین‌دستی را کاهش می‌دهد.

در عصر صنعت ۴.۰ و اقتصاد دیجیتال، شرکت‌ها در محیطی فعالیت می‌کنند که با تحولات سریع فناوری، تشدید رقابت بازار، کوتاه‌شدن چرخه عمر محصول و سرعت بالای انتشار نوآوری مشخص می‌شود. در چنین شرایطی، اتکا به یک مسیر فناوری واحد برای حفظ مزیت

رقابتی پایدار ناکافی است. (Frank et al., ۲۰۱۹) از این رو، تنوع‌بخشی فناوری به‌عنوان راهبردی کلیدی برای مقابله با عدم قطعیت، گسترش فضای نوآوری و ارتقای رقابت‌پذیری بلندمدت اهمیت روزافزونی یافته است (Miller, ۲۰۰۶)، (Toh & Kim, ۲۰۱۳) تنوع‌بخشی فناوری نه تنها انعکاسی از توسعه سبب فناوری بنگاه است، بلکه ظرفیت جذب، ترکیب مجدد و بازساختاردهی دانش در حوزه‌های مختلف را نیز در بر می‌گیرد (Breschi et al., ۲۰۰۳).

تحول دیجیتال، از طریق فناوری‌هایی نظیر کلان‌داده، هوش مصنوعی، رایانش ابری و اینترنت صنعتی، فرصت‌های جدیدی برای تنوع‌بخشی سبب فناوری بنگاه‌ها فراهم می‌کند. (Jafari-Sadeghi et al., ۲۰۲۱) این تحول صرفاً پیاده‌سازی سامانه‌های اطلاعاتی نیست، بلکه بازساختاردهی جامع فرایندهای سازمانی، مدل‌های کسب‌وکار و نظام‌های نوآوری از طریق فناوری‌های دیجیتال است. (Hanelt et al., ۲۰۲۰) با این وجود، پرسش اساسی همچنان باز است: آیا تحول دیجیتال بیشتر موجب گسترش بنگاه‌ها به حوزه‌های فناوری مرتبط می‌شود یا ورود به حوزه‌های نامرتب را تسهیل می‌کند؟ و آیا این اثر تحت تأثیر محدودیت‌های تأمین مالی قرار می‌گیرد؟

این پژوهش با تمرکز بر شرکت‌های بورسی چین، دو نوع تنوع‌بخشی فناوری را از هم متمایز می‌کند، سه سازوکار میانجی را آزمون کرده، اثرات ناهمگن در گروه‌های مختلف بنگاه را بررسی می‌کند و سرریزهای عمودی در زنجیره تأمین را تحلیل می‌کند.

یافته اصلی: تحول دیجیتال تنوع مرتبط را تقویت می‌کند نتایج مدل‌های اثرات ثابت نشان می‌دهد که تحول دیجیتال تأثیر مثبت و معناداری بر تنوع‌بخشی مرتبط دارد (ضریب ۰.۰۰۴۶ در سطح اطمینان ۹۵٪). در مقابل، اثر این تحول بر تنوع نامرتب از نظر آماری معنادار نبود. به عبارت

سرریز نامتقارن در زنجیره تأمین

یکی از یافته‌های جالب توجه پژوهش، سرریزهای عمودی نامتقارن است: تحول دیجیتال شرکت‌های میانی (میانه) زنجیره تأمین، تنوع فناوری تأمین‌کنندگان بالادستی را افزایش می‌دهد، اما تنوع فناوری مشتریان پایین‌دستی را کاهش می‌دهد. به گفته محققان، استانداردسازی و پلتفرمی‌شدن فرایندهای دیجیتال باعث می‌شود مشتریان عمدتاً در چارچوب فناوری تعیین‌شده توسط شرکت میانه به نوآوری تطبیقی بپردازند.

اعتبار و استحکام نتایج

پژوهشگران برای کنترل مسئله علیت معکوس (اینکه شاید شرکت‌های با تنوع فناوری بیشتر به سمت تحول دیجیتال رفته‌اند) از سه رویکرد استفاده کردند: مدل پانل پویا GMM، متغیرهای ابزاری Bartik-IV و آزمایش طبیعی سیاست «چین پهن‌باند». تمام آزمون‌ها اعتبار یافته‌های اصلی را تأیید کردند. همچنین آزمون‌های استحکام با سنج‌های جایگزین تحول دیجیتال و مدل توبیت نتایج را تأیید نمودند.

پیامدهای مدیریتی و سیاستی

نویسندگان پژوهش توصیه می‌کنند که تحول دیجیتال نباید صرفاً به عنوان ارتقای تجهیزات یا اقدامات نمادین در نظر گرفته شود؛ بلکه باید فرایندهای اکتساب دانش، نوآوری مشارکتی و بازپیکربندی مدل کسب‌وکار را هدف قرار دهد. در سطح سیاست‌گذاری، حمایت‌های مالی هدفمند و یارانه‌های تحقیق و توسعه با توجه به ظرفیت فناوری، ساختار مالکیت و اندازه بنگاه‌ها ضروری است.

محدودیت‌ها

پژوهش حاضر بر شرکت‌های بزرگ بورسی متمرکز است؛ لذا تعمیم نتایج به شرکت‌های کوچک غیربورسی با احتیاط صورت گیرد. همچنین تکیه بر تحلیل متن گزارش‌های سالانه ممکن است تحت تأثیر سوگیری‌های مدیریتی باشد. محققان بررسی اثر تنوع بخشی فناوری بر عملکرد بلندمدت و رقابت‌پذیری بازار را برای پژوهش‌های آینده پیشنهاد می‌دهند.

بر این اساس، می‌توان اینگونه نتیجه گرفت که تحول دیجیتال نه تنها شدت نوآوری، بلکه ساختار و جهت مسیر فناوری بنگاه‌ها را دگرگون می‌کند و عمدتاً از طریق گسترش

دیگر، شرکت‌ها از قابلیت‌های دیجیتال عمدتاً برای عمیق‌تر کردن و گسترش فناوری‌های نزدیک به هسته دانش فعلی خود استفاده می‌کنند، نه برای جهش به حوزه‌های کاملاً ناآشنا.

نقش کلیدی محدودیت مالی

در شرایطی که بنگاه‌ها با محدودیت مالی کمتری مواجه باشند، تحول دیجیتال می‌تواند تنوع بخشی نامرتب را نیز افزایش دهد. اثر تعاملی تحول دیجیتال و شاخص محدودیت مالی (SA) بر تنوع نامرتب منفی و معنادار است، به این معنا که هرچه تنگنای مالی شدیدتر باشد، توانایی تحول دیجیتال برای ورود به عرصه‌های فناوری جدید کاهش می‌یابد.

سه سازوکار اصلی

پژوهشگران سه مسیر تأثیرگذاری تحول دیجیتال را شناسایی کرده‌اند:

۱. اکتساب چندی بعدی دانش - تحول دیجیتال هم عمق استنادات به پتنت‌های خارجی و هم گستره طبقات پتنت پوشش داده شده را افزایش می‌دهد.

۲. نوآوری مشارکتی - سهم پتنت‌های مشترک با بازیگران بیرونی و احتمال همکاری دانشگاه-صنعت به طور معناداری افزایش می‌یابد.

۳. بازپیکربندی مدل کسب‌وکار - تمرکز زنجیره تأمین کاهش و تعداد صنایع مورد فعالیت و تنوع درآمدی افزایش می‌یابد (همگی در سطح ۱٪ معنادار).

اثرات ناهمگن: فناوری‌محورها، خصوصی‌ها و کوچک‌ها جلوتر هستند

تحلیل ناهمگنی نشان می‌دهد اثر تحول دیجیتال بر تنوع مرتبط در شرکت‌های زیر قوی‌تر است:

شرکت‌های فناوری محور ($\beta = 0.0070$) در مقابل غیرمعنادار برای کم فناوری‌ها

شرکت‌های خصوصی ($\beta = 0.0049$) در مقابل غیرمعنادار برای دولتی‌ها

شرکت‌های کوچک ($\beta = 0.0064$) در مقابل غیرمعنادار برای بزرگ‌ها

این تفاوت‌ها به ترتیب با ظرفیت جذب بالاتر، انعطاف سازمانی بیشتر و سلسله‌مراتب مسطح‌تر در شرکت‌های کوچک تبیین شده است.

فناوری‌های مرتبط با پایگاه دانش موجود عمل می‌نماید. از منظر مدیریتی، تحول دیجیتال باید فرایندهای اکتساب دانش، نوآوری مشارکتی و تعدیل مدل کسب‌وکار را هدف قرار دهد. از منظر سیاست‌گذاری، حمایت‌های مالی هدفمند و رویکردهای متمایز متناسب با ظرفیت فناوری، ساختار

مالکیت و اندازه بنگاه‌ها ضروری است. محدودیت‌های پژوهش شامل تمرکز بر شرکت‌های بورسی، تکیه بر تحلیل متن گزارش‌های سالانه و عدم بررسی اثر تنوع‌بخشی فناوری بر عملکرد بلندمدت بنگاه است که زمینه‌های مهمی برای پژوهش‌های آتی محسوب می‌شوند.

منبع: سایت www.sciencedirect.com

منتشر شده در تاریخ ۲۰۲۶ may

لینک: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378720625002009>

۷. دولت نگار

محیط‌های آزمون بخشی؛ موتور محرک محیط آزمون تنظیم‌گری (Regulatory Sandbox)

را فراهم کرده و محیط‌های آزمون بخشی را به عنوان بازوی تخصصی خود در کنار تنظیم‌گران هر حوزه تعریف کرده است. محیط‌های آزمون بخشی، سازوکارهایی هستند که در آن‌ها هر نوآوری متناسب با ماهیت خود، توسط تنظیم‌گر تخصصی همان حوزه مورد بررسی قرار می‌گیرد. این ساختار باعث می‌شود ارزیابی طرح‌ها نه به



صورت عمومی و یکپارچه، بلکه بر اساس ویژگی‌های فنی، اقتصادی و مقرراتی هر بخش انجام شود؛ رویکردی که هم دقت تنظیم‌گری را افزایش می‌دهد و هم امکان یادگیری نهادی برای سیاست‌گذار را فراهم می‌سازد.

در حال حاضر، هفت محیط آزمون بخشی در چارچوب محیط آزمون تنظیم‌گری کشور فعال است که هر یک، حوزه مشخصی از نوآوری‌های اقتصادی و فناوری را پوشش می‌دهد:

● محیط آزمون بخشی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران

این محیط به نوآوری‌های حوزه پولی و بانکی اختصاص دارد. طرح‌هایی مانند فین‌تک‌ها، خدمات پرداخت، بانکداری دیجیتال، کیف پول‌های الکترونیکی، اعتبارسنجی

در شماره‌های پیشین ضمن معرفی مفهوم محیط آزمون تنظیم‌گری (سندباکس رگولاتوری) و فرآیند ثبت‌نام و پذیرش متقاضیان، تلاش شد تصویر اولیه‌ای از سازوکار ورود نوآوری به این بستر ارائه شود. در ادامه این مسیر، در این شماره تمرکز بر یکی از مهم‌ترین ارکان عملیاتی محیط آزمون تنظیم‌گری یعنی «محیط‌های آزمون بخشی» قرار دارد؛ محیط‌هایی که نقش اصلی را در ارزیابی تخصصی و هدایت طرح‌های نوآورانه ایفا می‌کنند. در عمل، بسیاری از نوآوری‌ها زمانی با چالش مواجه می‌شوند که وارد مرحله اجرا می‌گردند؛ جایی که ابهامات مقرراتی، نبود چارچوب‌های متناسب یا نیاز به تطبیق با الزامات بخشی، مانع توسعه آن‌ها می‌شود. محیط آزمون تنظیم‌گری با هدف مدیریت همین نقطه حساس، امکان آزمون کنترل‌شده طرح‌ها

جمعی، تأمین مالی زنجیره تأمین، ابزارهای نوآورانه جذب سرمایه، مدل‌های جدید تجهیز منابع و راهکارهای مبتنی بر دارایی‌های فکری در این محیط مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. هدف این محیط، تسهیل شکل‌گیری ابزارهای جدید تأمین مالی و کاهش موانع مقرراتی پیش روی توسعه آن‌ها در اقتصاد کشور است.

اهمیت محیط‌های آزمون بخشی تنها در دسته‌بندی طرح‌های نوآورانه نیست، بلکه در نقش آن‌ها به عنوان حلقه اتصال میان تنظیم‌گران و نوآوران است. این محیط‌ها امکان می‌دهند آثار واقعی نوآوری پیش از ورود گسترده به بازار مشاهده شود و در مقابل، تنظیم‌گران نیز بتوانند بر اساس شواهد عملی، نسبت به اصلاح یا تدوین مقررات اقدام کنند. به این ترتیب، تنظیم‌گری از یک فرآیند صرفاً پیشینی، به یک فرآیند یادگیرنده و مبتنی بر تجربه عملی تبدیل می‌شود.

در نهایت، فعال بودن این هفت محیط آزمون بخشی به معنای ایجاد یک شبکه تخصصی در دل سندباکس رگولاتوری است؛ شبکه‌ای که هدف آن تسهیل مسیر نوآوری، کاهش ریسک مقرراتی و هم‌زمان ارتقای کیفیت سیاست‌گذاری در کشور است. از این منظر، سندباکس رگولاتوری وزارت امور اقتصادی و دارایی بستری فراهم کرده است که در آن نوآوری و تنظیم‌گری نه در تقابل، بلکه در تعامل مستقیم با یکدیگر حرکت می‌کنند؛ تعاملی که می‌تواند مسیر توسعه اقتصاد نوآوری را هموارتر کند.

برای نوآوران، این محیط‌ها به معنای یک فرصت عملی برای «آزمودن ایده پیش از ورود به بازار» و «گفت‌وگوی مستقیم با تنظیم‌گر تخصصی» است؛ فرصتی که می‌تواند مسیر تبدیل ایده به محصول را کوتاه‌تر و کم‌ریسک‌تر کند.

هوشمند و سایر خدمات نوین مالی و بانکی در این محیط مورد بررسی قرار می‌گیرند.

● محیط آزمون بخشی سازمان بورس و اوراق بهادار

نوآوری‌های مرتبط با بازار سرمایه شامل ابزارهای سرمایه‌گذاری، مدیریت دارایی، معاملات هوشمند، تحلیل داده‌های مالی و خدمات نوین بازار سرمایه در این محیط ارزیابی می‌شوند.

● محیط آزمون بخشی بیمه مرکزی جمهوری اسلامی

ایران

این محیط به طرح‌های نوآورانه صنعت بیمه اختصاص دارد. خدمات اینشورتک، محصولات بیمه‌ای دیجیتال، ارزیابی هوشمند ریسک و فناوری‌های تحول‌آفرین در حوزه بیمه در این بستر بررسی می‌شوند.

● محیط آزمون بخشی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات

نوآوری‌های حوزه اقتصاد دیجیتال، پلتفرم‌های نوین، خدمات مبتنی بر داده، هوش مصنوعی و فناوری‌های ارتباطی در این محیط قابلیت بررسی دارند.

● محیط آزمون بخشی وزارت صنعت، معدن و تجارت

(صمت)

این محیط به نوآوری‌های بخش تولید، صنعت و تجارت اختصاص دارد. راهکارهای هوشمندسازی زنجیره تأمین، تجارت الکترونیکی، فناوری‌های صنعتی و مدل‌های نوین کسب‌وکار در این حوزه مورد آزمون قرار می‌گیرند.

● محیط آزمون بخشی وزارت بهداشت، درمان و

آموزش پزشکی

فناوری‌های سلامت‌محور شامل سلامت دیجیتال، تله‌مدیسن، ابزارهای هوشمند تشخیص و پایش سلامت و سایر نوآوری‌های حوزه درمان در این محیط بررسی می‌شوند.

● محیط آزمون بخشی مرکز تأمین مالی وزارت امور

اقتصادی و دارایی

این محیط با تمرکز بر توسعه ابزارها و روش‌های نوین تأمین مالی شکل گرفته است. طرح‌هایی مانند تأمین مالی

این محتوا توسط «مرکز نوآوری اقتصادی، فناوری اطلاعات و امنیت فضای مجازی وزارت امور اقتصادی و دارایی» تهیه شده است.



نشانی: تهران، خیابان مطهری، روبه روی خیابان سنایی، پلاک ۲۷۵
کدپستی: ۱۵۸۶۷۱۷۴۱۱ | مرکز تماس اتاق تهران: ۱۸۶۶