



## سلسله بولتن‌های تولید محتوا (۱)

کارگاه آموزشی حکمرانی مدرن در پارک‌های علم و فناوری

روابط عمومی پارک فاوا (خرداد ۱۴۰۰)



سلسله بولتن‌های تولید محتوا در پارک فاوا، با پشتوانه بیش از ۲۵ سال تجربه مدیریتی در پارک‌های علم و فناوری کشور، با هدف ایده‌پردازی و گفتمان‌سازی در خصوص جدیدترین مؤلفه‌ها، سازوکارها و مکانیسم‌های حکمرانی مدرن در پارک‌های علم و فناوری تولید و منتشر می‌شوند.



- **عنوان:** کارگاه آموزشی حکمرانی مدرن در پارک‌های علم و فناوری
- **مجری:** پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) با همکاری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری (عتف)
- **دبیر علمی کارگاه:** عباس قنبری باغستان
- **سخنرانان:** دکتر محمد جعفر صدیق دامغانی، دکتر احسان چیت‌ساز، دکتر ندا شفیع‌ی  
دکتر عباس قنبری باغستان و مهندس محمدعلی جعفری
- **تهیه و تنظیم:** مینا راستی
- **امور اجرایی:** بهناز پژنگ
- **عکاس و پوستتر:** یلدا آرائی، عطیه علی‌اکبری، مهراوه تقی‌زاده و محمدرضا قرقانی
- **کادر فنی:** مهرنوش اهوازی و رویا مقدسی
- **تیم اجرایی:** فریبا سلیمی، یلدا آرائی، کیمیا کریمیان و بهناز پژنگ
- **زمان و مکان:** سالن همایش‌های پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا)، چهارشنبه، ۲۶ خرداد ۱۴۰۰



به میزبانی پارک فاوا؛

## کارگاه آموزشی «حکمرانی مدرن در پارک های علم و فناوری» برگزار شد

کارگاه آموزشی «حکمرانی مدرن در پارک های علم و فناوری» ویژه دبیران شورای هماهنگی مناطق ده گانه و مدیران روابط عمومی پارک های علم و فناوری و دانشگاه های سراسر کشور، به میزبانی پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) و با همکاری روابط عمومی وزارت عتف روز چهارشنبه ۲۶ خردادماه ۱۴۰۰ از ساعت ۹ الی ۱۳ به صورت حضوری و برخط در پلتفرم اسکای روم برگزار شد.

در این کارگاه آموزشی که با هدف طرح بحث مسائل و معرفی الزامات جدید در حکمرانی پارک های علم و فناوری برگزار شد، دکتر محمدجعفر صدیق دامغانی زاده، رئیس پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات با موضوع حکمرانی مدرن در پارک های علم و فناوری؛ نگاهی به تاریخ توسعه پارک های علم و فناوری در ایران؛ دکتر ندا شفیعی، سرپرست اداره کل وزارت عتف با موضوع اهمیت ارتباطات مؤثر در فعالیت های روابط عمومی پارک های علم و فناوری؛ دکتر احسان چیت ساز، معاون توسعه بازار پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات با موضوع مقیاس پذیری کسب و کارهای مدرن از طریق تأمین مالی جمعی؛ دکتر عباس قنبری باغستان، مشاور ارتباطات و امور بین الملل پارک فاوا با موضوع ضرورت گذار به استانداردسازی در حکمرانی مدرن پارک های علم و فناوری و مهندس محمدعلی جعفری، مدیر مرکز توسعه واحدهای فناوری پارک فاوا با موضوع معرفی شبکه توسعه اقتصاد دیجیتال (تاد) به سخنرانی پرداختند.

در کارگاه آموزشی «حکمرانی مدرن در پارک های علم و فناوری» علاوه بر مدیر کل روابط عمومی وزارت عتف، ۱۰ نفر از دبیران روابط عمومی مناطق ده گانه وزارت عتف به صورت حضوری و بیش از ۱۵۰ نفر از مدیران روابط عمومی پارک های علم و فناوری و دانشگاه های سراسر کشور به صورت غیرحضوری (برخط) شرکت داشتند.



## نقطه عطف در ایجاد و توسعه پارک‌های علم و فناوری حمایت رهبری بود

پارک‌های علم و فناوری نسل جدیدی از سازمان‌های پژوهشی هستند که رسالت کلان آن‌ها توسعه اقتصادی و تعمیق تکنولوژی شرکت‌ها با هدف افزایش توان رقابت پذیری است

کارگاه آموزشی «حکمرانی مدرن در پارک‌های علم و فناوری» ویژه گردهمایی مدیران روابط عمومی پارک‌های علم و فناوری و دانشگاه‌های سراسر کشور، به میزبانی پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) و با همکاری روابط عمومی وزارت عتف به صورت حضوری و برخط در پلتفرم اسکای روم برگزار شد.

در این کارگاه آموزشی دکتر محمدجعفر صدیق دامغانی زاده، مشاور وزیر و رئیس پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات با موضوع «حکمرانی مدرن در پارک‌های علم و فناوری؛ نگاهی به تاریخ توسعه پارک‌های علم و فناوری در ایران» به سخنرانی پرداخته‌اند که گزارش آن را در ادامه می‌خوانید:



محمدجعفر صدیق دامغانی زاده، رئیس پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات شکستن قالب‌ها و پوسته‌های قدیمی را عامل رشد و توسعه یک مجموعه دانست و گفت: زیر سقف مدیریتی و سبک‌های قدیمی، رشد و کسب تجارب جدید میسر نخواهد بود. مشاور وزیر و رئیس پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات، محرک و عامل اصلی تکنولوژی را توجه به داستان‌های علمی-تخلیلی عنوان کرد و یادآور شد: محرک و عامل اصلی توسعه سازمان‌ها، روابط عمومی‌ها هستند. در الگوهای قدیمی، روابط عمومی‌ها سنگر حوزه ریاست بودند، ولی در الگوهای جدید روابط عمومی‌ها مکمل برنامه‌های توسعه‌ای سازمان‌ها هستند. به عبارت دیگر فهم مأموریت سازمان، معرفی، تولید فکر و محتوا و





توزیع آن، از مهم‌ترین وظایف روابط عمومی محسوب می‌شود.

دکتر صدیق دامغانی‌زاده در ادامه با اشاره به تاریخچه ایجاد پارک‌های علم و فناوری گفت: موضوع پارک‌های علم و فناوری، نه تنها در ایران بلکه در جهان موضوعی بدیعی است. مفهوم پارک‌های علم و فناوری اولین بار در سال‌های آغازین دهه هفتاد شمسی در استان اصفهان مطرح شد. در آن زمان با پیشنهاد اولیه ذوب آهن اصفهان برای ایجاد یک شهرک تحقیقاتی در بخشی از زمین‌های کارخانه مذکور حرکتی با مدیریت استانداری آغاز گردید که در نهایت به تأسیس شهرک علمی تحقیقاتی اصفهان به عنوان اولین پارک علم و فناوری ایران منجر شد. الگوی اصلی پارک‌های علم و فناوری در آن زمان **Tsukuba** ژاپن و دایدوک کره جنوبی بوده و دستیابی به چنین پارک‌هایی رؤیا محسوب می‌شد.

وی هفت مرحله را در فرآیند تولد و رشد پارک‌های علم و فناوری در کشور مؤثر دانست و تصریح کرد: مرحله اول «دوره فکر اولیه تا تأسیس شهرک علمی تحقیقاتی اصفهان» است. در این دوره نگاه غالب ایجاد شهرک علمی تحقیقاتی با الگوی شهرک دایدوک کره جنوبی و یا تسوکوبای ژاپن بود. در این الگو باید مبالغی بین چهار تا ده میلیارد دلار سرمایه‌گذاری دولتی انجام می‌شد و سپس دانشمندان برجسته کشور در این شهرک به تحقیق و توسعه می‌پرداختند. در این دوره تمامی حمایت

مالی مورد نیاز برای پیشبرد مطالعات و کارهای اولیه توسط صنایع استان اصفهان و به طور خاص ذوب آهن و فولاد مبارکه تأمین می‌شد و دانشگاه صنعتی اصفهان نیز نقشی محوری در تولید فکر ایفا می‌نمود. مشاور وزیر و رئیس پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات مرحله دوم را «دوره تأسیس

**دکتر صدیق دامغانی‌زاده:**  
**نقطه عزیمت اصلی در توسعه**  
**ایران، جوانان تحصیل کرده و نه**  
**سرمایه‌گذاران بزرگ هستند و از**  
**طرف دیگر اینکه فناوری باید در**  
**بخش خصوصی توسعه یابد**

شهرک و آغاز فعالیت عملیاتی» عنوان کرد و گفت: در این دوره که مصادف با سال‌های ۷۷ الی ۸۰ بود، شهرک با مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی تأسیس شده و با ردیف بودجه‌ای کمتر از سیصد میلیون تومان (تقریباً دو تا سه برابر بودجه پژوهشی دانشگاه‌های رده یک کشور در آن زمان) آغاز به کار کرد. این میزان بودجه به روشنی نشان می‌داد که الگوی تفکری ایجاد شهرکی شبیه به دایدوک کره و یا تسوکوبای ژاپن قابل تحقق نیست.

دکتر صدیق دامغانی‌زاده با اشاره به پارادایم شیفت انجام شده در شهرک علمی تحقیقاتی اصفهان خاطر نشان کرد: با توجه به ظرفیت‌های موجود، از رؤیای ایجاد دایدوک و تسوکوبای ژاپن در ایران خارج شده و به ایجاد مراکز رشد با همراهی جوانان آماده به کار

اما بدون پول و سرمایه فکر کردیم. با توجه به اینکه نقطه عزیمت اصلی در توسعه ایران، جوانان تحصیل کرده و نه سرمایه‌گذاران بزرگ هستند و از طرف دیگر اینکه فناوری باید در بخش خصوصی توسعه یابد. براساس این تغییر باور، برنامه کاری شهرک تحقیقاتی اصفهان به کمک به رشد هسته‌ها و شرکت‌های نوپای فناور تغییر یافت. این پارادایم شیفت را شاید بتوان یکی از اصلی‌ترین نقاط عطف در توسعه موفق پارک‌ها در کشور محسوب نمود. براساس این تفکر جدید اولین مرکز رشد کشور در اواخر دهه هفتاد در شهرک اصفهان شروع به فعالیت نمود.

وی که خود از پایه‌گذاران اولیه پارک‌های علم و فناوری در ایران محسوب می‌شود، «آغاز جهش حرکت پارک‌ها در کشور با توجه ویژه مقام معظم رهبری» را مرحله سوم تولد و رشد پارک‌های علم و فناوری در کشور عنوان کرد و یادآور شد: مقام معظم رهبری در بازدیدی که سال ۷۹ از استان اصفهان و نمایشگاه توانمندی‌های استان با شهرک علمی تحقیقاتی داشتند، به شدت از آن استقبال نموده و از آن به عنوان حرکتی زیربنایی برای توسعه روشمند ارتباط دانشگاه، صنعت و نیز توسعه فناورانه اقتصاد ایران نام بردند. حمایت مقام معظم رهبری نقطه عطف و محرک ایجاد و توسعه پارک‌های علم و فناوری در ایران بود.

مشاور وزیر و رئیس پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات افزود: مقام معظم رهبری در همان سفر هیئتی را برای بررسی کارکرد شهرک مأمور نموده و پس از دریافت گزارش هیئت در یکی از سخنرانی‌هایشان مفصلاً در خصوص نقش مهم پارک‌های علم و فناوری در توسعه کشور اعلام نظر فرمودند و پس از آن نیز موضوع را برای

**دکتر صدیق دامغانی زاده:**  
**حمایت مقام معظم رهبری نقطه**  
**عطف و محرک ایجاد و توسعه**  
**پارک‌های علم و فناوری در**  
**ایران بود**

پیگیری به شورای عالی انقلاب فرهنگی سپردند. متعاقب این اقدامات، سازمان برنامه و بودجه وقت و نیز وزارت عطف توسعه کمی و کیفی پارک‌های علم و فناوری را در دستور کار خود قرار داده و در همین دوران با انجام پاره‌ای اصلاحات و اعطای اختیارات لازم، شعبات استانی سازمان پژوهش‌های علمی کشور به پارک‌های علم و فناوری مستقل تبدیل شدند.

دکتر صدیق دامغانی زاده «ایجاد پارک پردیس با الگویی متفاوت» را مرحله چهارم تولد و رشد پارک‌های علم و فناوری در کشور بیان کرد و گفت: در همین دوران و با پیگیری‌های مرحوم کازرونی (وزیر مسکن اسبق کشور) و حمایت‌های نهاد ریاست جمهوری، پارک پردیس با رویکردی جدید در کشور شکل گرفت. این پارک سعی کرد تا توجه خود را بیشتر به





حمایت، رشد و توسعه شرکت‌های متوسط معطوف کند؛ تا جایی که با توجه به این مأموریت در آغاز حرکت خود نسبت به تأسیس مرکز رشد اقدام نکرد. این تجربه ارزشمند، کشور را با مسائل توسعه فناورانه شرکت‌های متوسط آشنا نموده و مسیر جدیدی را در این راه باز کرد. وی تصریح کرد: توسعه اختیارات و مزایای پارک‌ها در قانون برنامه چهارم، مرحله پنجم تولد و رشد پارک‌های علم و فناوری در کشور است. با تصویب قانون برنامه چهارم در انتهای دولت هشتم، شرکت‌های مستقر در پارک‌ها از مزایای مناطق آزاد برخوردار شدند که این قانون تأثیر قابل توجهی در توسعه و تعمیق توسعه و حرکت پارک‌ها ایفا نمود.

مشاور وزیر و رئیس پارک فاوا «توسعه کمی و کم‌رنگ شدن مأموریت اصلی پارک‌ها» را مرحله ششم تولد و رشد پارک‌های علم و فناوری در کشور دانست و گفت: در دولت‌های نهم و دهم، با توسعه کمی پارک‌ها، تصویب قانون حمایت از شرکت‌های دانش بنیان و تأسیس صندوق شکوفایی و نوآوری، قدم‌های قابل توجهی در توسعه اکوسیستم نوآوری کشور برداشته شد. هرچند عدم تحقق مفاد برنامه چهارم در خصوص حمایت دولت از تحقیقات بخش خصوصی و جایگاه پارک‌های علم و فناوری در این موضوع عملاً موجب شد تا مأموریت اصلی پارک‌ها در اذهان برنامه‌ریزان کشور کم‌رنگ شود. در این زمان عملاً پرچم حمایت و هدایت از ایده پارک‌ها

به دوش سازمان مدیریت و برنامه ریزی وقت بود و اگر دفتر پژوهش و فناوری سازمان در این مدت دست از حمایت پارک‌ها برمی‌داشت و یا به مأموریت آن‌ها اصرار نمی‌ورزید، شاید امروز چیزی از پارک‌های علمی و فناوری در کشور باقی نمانده بود.

دکتر صدیق دامغانی زاده:  
پارک فاوا تکرار کننده  
پارک‌های وزارت عتف نبوده و  
مکمل آن‌ها است

دکتر صدیق دامغانی زاده «تولد پارک‌های فناوری سمت بازار» را مرحله هفتم تولد و رشد پارک‌های علم و فناوری در کشور عنوان کرد و یادآور شد: در آغاز دولت یازدهم و با توجه به مشاهده مشکلات موجود برای ارتباط شرکت‌های متولد شده در پارک‌های علم و فناوری کشور برای ارتباط با بازار که همگی به استثنای پارک پردیس ریشه در سمت عرضه علم و فناوری یا وزارت عتف داشتند، ایده تأسیس پارک در وزارتخانه‌های نیرو و ارتباطات و فناوری اطلاعات جوانه زد. در این مسیر، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در انجام اقدامات پیشی گرفته و با کسب مجوز لازم و خرید زمین مناسب پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات را از سال ۱۳۹۶ تأسیس کرد.

وی ادامه داد: مأموریت اصلی این پارک وارد نمودن شرکت‌های جوان حوزه ICT به بازارهای ملی و بین‌المللی، ایجاد شبکه‌ای از پارک‌ها، مراکز رشد و شتاب‌دهنده و حمایت از آن‌ها با هدف کمک به ایجاد شرکت‌های جوان و جذب و حفظ نخبگان در حوزه ICT تعیین شد. در همین دوران و متعاقب اقدامات وزارت ICT، وزارت نفت و جهاد کشاورزی نیز مجوز تأسیس پارک خود را دریافت نمودند. تعریف صحیح کارکرد این پارک‌ها و نقش مکمل آن‌ها نسبت به پارک‌های موجود از دستاوردهای مهم در توسعه و تکمیل سامانه نوآوری ملی محسوب می‌شود.

مشاور وزیر و رئیس پارک فاوا با اشاره به نقش مکمل پارک‌های علم و فناوری در کنار پارک‌های علم و فناوری وزارت عتف تأکید کرد: تقریباً تمام پارک‌های دنیا به استثنای کشور چین، با رویکرد پارک‌های وابسته به وزارت عتف شکل گرفته‌اند. رویکرد کشور چین «جمعیت زیاد، نیروی کار ارزان و جذب صنایع خارجی به داخل» بود؛ بنابراین هدف و مسئله اول، کار کردن در سمت بازار است. لازم به ذکر است که پارک فاوا تکرارکننده پارک‌های وزارت عتف نبوده و مکمل آن‌ها است.

دکتر صدیق دامغانی‌زاده با اشاره به سابقه مدیریتی خود در پارک‌های علم و فناوری

مختلف کشور، رسالت کلان پارک‌های

علم و فناوری را توسعه اقتصادی و تعمیق تکنولوژی شرکت‌ها با هدف افزایش توان رقابت‌پذیری دانست و یادآور شد: بر این اساس پارک‌های علم و فناوری را باید نسل جدیدی از سازمان‌های پژوهشی تلقی نمود که در آن به جای محققین مستخدم دولت، محققین شاغل در بخش

خصوصی به انجام تحقیقات مشغول‌اند. به عبارت دیگر پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات از نوع پارک‌های سمت بازار بوده و مکمل وظایف پارک‌های سمت عرضه محسوب می‌شود.

وی در پایان «توسعه شرکت‌های جوان و تبدیل کردن آن‌ها به شرکت‌های متوسط و بزرگ»، «جذب و حفظ نخبگان و زمینه‌سازی برای بازگشت نخبگان به ایران» و «ایجاد شبکه یکپارچه در سطح ملی از پارک‌ها و مراکز رشد تشکیل شده در وزارت عتف» را از وظایف و مأموریت‌های پارک فاوا و «کشف و نشر دانش پارک‌داری» را از وظایف روابط عمومی عنوان کرد.



## توانایی برقراری ارتباطات مؤثر مهم‌ترین عامل موفقیت در ارتباطات و روابط عمومی است

کارگاه آموزشی «حکمرانی مدرن در پارک‌های علم و فناوری» ویژه گردهمایی مدیران روابط عمومی پارک‌های علم و فناوری و دانشگاه‌های سراسر کشور، به میزبانی پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) و با همکاری روابط عمومی وزارت عتف به صورت حضوری و برخط در پلتفرم اسکای روم برگزار شد.

در این کارگاه آموزشی دکتر ندا شفیعی، سرپرست اداره کل روابط عمومی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری با «موضوع اهمیت ارتباطات مؤثر در فعالیت‌های روابط عمومی پارک‌های علم و فناوری» به سخنرانی پرداخته‌اند که گزارش آن را در ادامه می‌خوانید:



دکتر ندا شفیعی، سرپرست اداره کل روابط عمومی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، ارتباطات مؤثر در حوزه روابط عمومی را بسیار مهم و اساسی عنوان کرد و گفت: ارتباطات مؤثر در ظاهر بسیار ساده تلقی می‌شود اما یکی از مسائل مهم در حوزه ارتباطات و روابط عمومی است. به همین منظور مدیران روابط عمومی باید بتوانند از چنین فضای مهم و دغدغه‌مندی به خوبی بهره‌مند شوند.

سرپرست اداره کل روابط عمومی وزارت عتف با تأکید بر چگونگی ایجاد و برقراری ارتباطات مؤثر یادآور شد: دانشگاه‌ها، پارک‌های علم و فناوری و مؤسسات آموزش عالی نسبت به سایر سازمان‌ها ارتباطات گسترده‌تری را تجربه می‌کنند. به عبارت دیگر در یک سازمان ممکن است ارتباطات درون سازمانی و برون سازمانی وجود داشته باشد و هرکدام ارتباطات خاص خود را نیاز دارند. اگر ندانیم که باید با هر مجموعه چگونه ارتباطات مؤثری برقرار نماییم، قادر به داشتن روابط عمومی پویا و فعال نخواهیم بود.

دکتر شفیعی ارتباطات درون سازمانی را ارتباط با رئیس سازمان؛ معاونان، اعضای شورای

دانشگاه و اعضای هیئت رئیسه؛ کارکنان؛ اعضای هیئت علمی، استادان؛ دانشجویان و ارتباطات برون سازمانی را ارتباط با جامعه و مخاطبان؛ صنعت؛ روابط عمومی ستاد وزارت؛ روابط عمومی‌های سازمان‌های دیگر و رسانه‌ها عنوان کرده و توجه به هر دو ارتباط را مهم تلقی کرد.

وی در ادامه با اشاره به تعاریف متعددی از ارتباطات خاطر نشان کرد: تعاریف گوناگونی از ارتباطات مانند جست‌وجو برای دست یافتن به کلیه وسایل و امکانات موجود برای ترغیب و اقناع دیگران (ارسطو)، فرآیندی که قصد آن به طور کلی همانندی (اشتراک فکر) با گیرنده پیام خود در یک مورد و مسئله معین است (شرام)، هر گاه شخصی اثری را بپذیرد که دیگری در مورد او اراده کرده است، دومی با اولی ارتباط برقرار کرده است (نیوکامب) و فرآیند انتقال معنی بین دو فرد (رایت)، وجود دارد. اما ارتباطات مؤثر فرآیند انتقال پیام از فرستنده به گیرنده، مشروط بر آن که در گیرنده پیام، مشابهت معنی با معنی مورد نظر فرستنده پیام ایجاد شود، است.

وی تصریح کرد: اگر انتقال و اشتراک معانی، عقاید، تصاویر و اندیشه‌ها وجود نداشته باشد، ارتباطات مؤثر برقرار نخواهد شد. به عبارت دیگر هرچه میزان اشتراک معانی بیشتر

باشد، ارتباطات قوی‌تر و مؤثرتر خواهد

بود؛ چراکه معانی در واژه‌ها نیست بلکه در ذهن آدم‌ها است. به همین دلیل افراد باید بدانند که با چه گروهی، در چه شرایط و زمانی (حضور و غیرحضور) قصد برقراری ارتباط را دارند.

سرپرست اداره کل روابط عمومی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری توانایی برطرف

کردن اختلالات در زمان برقراری ارتباط و توجه به بازخوردها را مهم دانست و گفت: توجه به بازخوردها امکان ایجاد ارتباط دقیق، مؤثر و صحیح را فراهم می‌کند. از سوی دیگر توجه و آشنایی با ارتباطات کلامی و غیرکلامی نیز ضرورت دارد.

شفیعی اجزای ارتباط کلامی (گفتاری) را محتوای کلام شامل آنچه بر زبان می‌آوریم، جذاب بودن، تازگی، هیجان‌انگیز بودن، مثبت یا منفی بودن و عناصر فرازبانی شامل تن صدا، ریتم، آهنگ صدا، لحن کلام، ترتیب بیان مطالب و حالت بیان مطالب عنوان کرد.

وی همچنین درخصوص عناصر غیرکلامی (زبان بدن) یادآور شد: عناصر غیرکلامی، مجموعه حرکات و رفتار ما هنگام ایجاد ارتباط با مخاطب است که می‌بایست به عنوان

### دکتر شفیعی:

هرچه میزان اشتراک معانی بیشتر باشد، ارتباطات قوی‌تر و مؤثرتر خواهد بود؛ چراکه معانی در واژه‌ها نیست بلکه در ذهن آدم‌ها است





یک مدیر حرفه‌ای از ظاهر افراد اطلاعات بسیار زیادی دریافت کنیم. این به ما کمک می‌کند که مخاطب پیش از آن که خود شروع به حرف زدن نماید، مجموعه تفکرات، اندیشه‌ها و احساسات وی را نسبت به خودمان حدس بزنیم. گرچه این حدسیات قطعیت ندارد ولی کمک می‌کند تا بتوانیم مخاطب را بهتر بشناسیم.

دکتر ندا شفیعی ضرورت داشتن ارتباط مؤثر رسانه‌ای، چگونگی دوری از فضاهای آشفته رسانه‌ای و حاشیه‌ها، چگونگی برخورد مناسب در مواجهه با اخبار نادرست و میزان نزدیکی به خبرنگاران را از موارد مربوط به ارتباطات مؤثر با رسانه‌ها دانست و گفت: ۱۰ نکته در برقراری ارتباطات مؤثر وجود دارد که توجه به آن اجتناب ناپذیر است. به عنوان فعالان در حوزه روابط عمومی باید ارتباط رو در رو برقرار کنید، شنونده خوبی باشید، واضح و روشن صحبت کنید، صریح و صادق باشید، واکنش نشان داده و واکنش دیگران را هم درک کنید، آرامش خود را حفظ کرده و به طرف مقابل احترام بگذارید، وقفه‌ای ایجاد کنید، به شیوه مناسب مخالفت کرده و موثق و معتبر صحبت کنید و آگاهی خود را افزایش دهید.

سرپرست اداره کل روابط عمومی وزارت عتف با اشاره به مهارت‌های برقراری ارتباط مؤثر در محیط کار خاطرنشان کرد: «سپاس‌گزاری» یکی از مهارت‌های برقراری ارتباط مؤثر در محیط کار است. یکی از نکاتی که می‌تواند تأثیر بسیار خوبی بر ذهن افراد برجای گذاشته و آن‌ها را با شما هم‌دل کند، این است که از آن‌ها سپاس‌گزار باشید. در برابر هر کار کوچکی که برای شما انجام می‌دهند، می‌توانید از آن‌ها تشکر کنید. حتی اگر در ازای این کار حقوقی را دریافت می‌کنند، بدون شک تشکر شما موجب دلگرمی آن‌ها شده



و ترغیب‌شان می‌کند تا تمام تلاش خود را در جهت بهبود امور انجام دهند. به عبارت دیگر سپاس‌گزاری موجب می‌شود که ارزش شما نزد دیگران افزایش پیدا کرده و از شما به عنوان فردی قدرشناس یاد کنند.

شفیعی «قابل اعتماد بودن» را یکی دیگر از مهارت‌های برقراری ارتباط مؤثر در محیط کار دانست و گفت: افراد زمانی تمایل دارند با شما در ارتباط باشند که حضور در کنار شما به آن‌ها احساس امنیت و اعتماد بدهد. به این ترتیب می‌توانند راحت‌تر با شما صحبت کرده و مشکلات خود را با آرامش خاطر با شما در میان بگذارند. در صورتی که برای آن‌ها فردی قابل اعتماد باشید، نیازی نیست صحبت‌ها و یا اتفاقات کوچکی که رخ می‌دهد را به دیگران گزارش دهید. تمامی این عوامل موجب می‌شود که شما فردی قابل اعتماد و رازدار به نظر برسید. همین امر موجب می‌شود تا همکارانتان بتوانند با شما ارتباط خوبی برقرار نمایند. وی «عدم جبهه‌گیری» را یکی دیگر از مهارت‌های برقراری ارتباط مؤثر در محیط کار عنوان کرد و گفت: در برابر بیان ایده‌ها و نظرات دیگران از خود تعصبات بی‌جا و جبهه‌گیری نشان ندهید. این موضوع باعث می‌شود تا مخاطبان شما تمایلی برای برقراری ارتباط نشان ندهد؛ چراکه معتقدند شما فردی متعصب و خودخواه هستید که تنها افکار و عقاید خود

را پذیرفته و قصد دارید تا همه افراد مانند شما فکر کنند. اجازه دهید دیگران بدون هیچ ترس و واهمه‌ای ایده‌ها و نظرات خود را به صورت واضح و شفاف با شما در میان بگذارند. بدانید که شما باید به مخاطبان احترام بگذارید. زیرا هر فردی حق دارد به عنوان یک انسان آن گونه که مایل است فکر کند و نظرات مخصوص به خود را داشته باشد.

**دکتر شفیع:**  
**سپاس‌گزاری موجب می‌شود که**  
**ارزش شما نزد دیگران افزایش**  
**پیدا کرده و از شما به عنوان**  
**فردی قدرشناس یاد کنند**

دکتر ندا شفیعی «پرهیز از تکرار غیرضروری» را آخرین مهارت برقراری ارتباط مؤثر در محیط کار دانست و یادآور شد: حرف‌های خود را به صورت واضح و روشن بیان کرده و از تکرار مجدد آن‌ها پرهیزید. تکرار مداوم حرف‌ها موجب می‌شود تا مخاطبان از شما خسته و دل‌زده شوند و حرف‌های شما برای آن‌ها ارزشی نداشته باشد.

سرپرست اداره کل روابط عمومی وزارت عتف در پایان به نتایج نظرسنجی انجام شده توسط وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در خصوص نشست‌های آموزشی برگزار شده در هفته ارتباطات و روابط عمومی پرداخت.



## روش به‌مهر دارای مزیت‌های ساختاری و مقبولیت مردمی است

سیاست‌گذاران باید به سیگنال‌های بدون هزینه توجه نمایند  
مهم‌ترین مزایای یک به‌مهر راحتی عرضه و عدم نیاز به واسطه است

کارگاه آموزشی «حکمرانی مدرن در پارک‌های علم و فناوری» ویژه گردهمایی مدیران روابط عمومی پارک‌های علم و فناوری و دانشگاه‌های سراسر کشور، به میزبانی پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) و با همکاری روابط عمومی وزارت عتف به صورت حضوری و برخط در پلتفرم اسکای‌روم برگزار شد.

در این کارگاه آموزشی دکتر احسان چیت‌ساز، معاون توسعه بازار پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات با موضوع «مقیاس‌پذیری کسب‌وکارهای مدرن از طریق تأمین مالی جمعی» به سخنرانی پرداخته‌اند که گزارش آن را در ادامه می‌خوانید:



دکتر احسان چیت‌ساز، معاون توسعه بازار پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات با اشاره تأمین مالی کسب‌وکارهای جدید و رسیدن به موفقیت در این زمینه گفت: کسب‌وکارهای جدید برای موفقیت به منابع مالی نیاز دارند و برای این کار روش‌های متعددی مانند استفاده از سرمایه شخصی، بهره‌گیری از سرمایه‌گذاران خطرپذیر و سرمایه‌گذاران فرشته، دریافت وام بانکی، گزنت‌ها و حمایت‌های نهادهای توسعه‌ای و استفاده از خرده سرمایه‌گذاران را پیش روی خود دارند. به عبارت دیگر امروزه تأمین مالی جمعی یکی از پرطرفدارترین روش‌های تأمین مالی در دنیا است.

معاون توسعه بازار پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات ادامه داد: در سال ۲۰۱۷ روشی نوین برای تأمین مالی استارت‌آپ‌ها رایج شد و به طور گسترده مورد استفاده قرار گرفت که به

عرضه اولیه سکه (بهامهر یا ارز مجازی) معروف بوده و واحدی قابل معامله در بلاکچین است. این روش به مراتب منابع بیشتری از روش‌های تأمین مالی سرمایه‌گذاران خطرپذیر و سرمایه‌گذاران فرشته تأمین کرده بود. امروزه تأمین مالی به روش عرضه اولیه بهامهر روش بسیار رقابتی در میان تمامی روش‌های تأمین مالی جمعی است و پرداختن به عوامل تأثیرگذار بر موفقیت آن می‌تواند بینش شایسته‌ای برای محققان و فعالان عرصه کارآفرینی فراهم کند.

چیت‌ساز هدف فناوری بلاکچین را تمرکززدایی از صنایع مختلف و هدف بهامهر را تمرکززدایی در جذب سرمایه دانست و تأکید کرد: زیرساخت‌های توسعه فناوری‌های مبتنی بر بلاکچین در کشور در حال ایجاد و شکل‌گیری است اما از طرفی فقدان دانش تئوریک در این شرکت‌ها و بدیع بودن این نوع از تأمین مالی جمعی موجب شده است که آینده برای چنین شرکت‌هایی مبهم تلقی شود. نکته حائز اهمیت این است که با توجه به اهداف فناوری بلاکچین و بهامهر، شناسایی دانش این حوزه و ایجاد زیرساخت‌ها از اهمیت بسیار زیادی برای جلوگیری از ایجاد روندهای ناکارآمد برخوردار است.

وی درخصوص بلاکچین و نقش آن در اکوسیستم کارآفرینی خاطر نشان کرد: بلاکچین

یک سیستم توزیع و ذخیره سازی اطلاعات به صورت بلوک به بلوک و دستگاه به دستگاه است. به واسطه این نوع سیستم توزیع و ذخیره‌سازی، اطلاعات در بلوک‌هایی که به هم به صورت زنجیروار متصل هستند ذخیره می‌شوند. هر بلوک شامل اطلاعات ذخیره شده و بخش‌هایی به عنوان شناسه هر بلوک با توجه به بلوک

پیش از خود اطلاعاتی را ذخیره می‌کنند که هش (Hash) نام دارد. در نتیجه، تغییر در هر بلوک منجر به تغییر در هش خود آن بلوک و بلوک پس از خود خواهد شد و به همین جهت در صورت کوچک‌ترین تغییر روی هر بلوک، منجر به تغییر در هش آن بلوک و بالطبع سایر بلوک‌های زنجیره می‌شود.

دکتر احسان چیت‌ساز با اشاره به کاربردهای تکنولوژی بلاکچین یعنی بیت‌کوین، اتریوم و قراردادهای هوشمند تصریح کرد: بیت‌کوین صرفاً یک ارز مجازی محسوب می‌شد و محدودیت‌های کاربردی بسیاری داشت. اتریوم نوآوری بسیار مهمی نسبت به بیت‌کوین داشت که موجب تغییری اساسی در بسیاری از فرایندها شده و سبب شد تا این پلتفرم در





تمامی صنایع با کاربردهای گسترده مورد استفاده قرار گیرد. پروتکل‌های کامپیوتری نیز می‌توانند شرایط خاصی از یک قرارداد را با دسترسی به داده‌های اضافه آسان کرده، بررسی نموده و یا اجرا کنند. به عبارت دیگر این تکنولوژی نقش یک واسط را بازی می‌کند.

معاون توسعه بازار پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات ادامه داد: به واسطه تکنولوژی بلاک‌چین و در ادامه قراردادهای هوشمند که توسط اتریوم معرفی شدند، به مانند تأمین سرمایه به روش جمعی یا کراوفاندینگ، این امکان برای کارآفرینان مهیا شد که به صورت نامتمرکز و جهانی به سرمایه دسترسی پیدا کنند. این نوع سرمایه‌گذاری را هر کسی از هر نقطه جهان تنها با دسترسی به اینترنت، با عرضه سکه/توکن‌های مجازی می‌تواند انجام دهد که طی توسعه یک پلتفرم برای کسب‌وکار ایجاد و برای اولین بار عرضه می‌شود. چنین پلتفرمی را عرضه اولیه سکه یا به‌امهر (initial coin offering) می‌گویند.

وی در ادامه با اشاره به ویژگی دیگر بلاکچین و تأمین مالی به روش به‌امهر و تفاوت‌های موجود یادآور شد: یک کمپین تأمین سرمایه به روش عرضه اولیه سکه/توکن عملکردی مشابه با روش تأمین سرمایه جمعی به مدل کیک‌استارتر دارد اما یک تفاوت تعیین کننده بین توکن‌های خریداری شده در روش به‌امهر با روش کیک‌استارتر وجود دارد و آن هم قابلیت نقد شوندگی آن است. زیرا توکن‌ها

یا سکه‌های مجازی که در عرضه اولیه سکه خریداری می‌شوند، به راحتی قابل تغییر به سایر سکه‌ها و ارزهای مجازی تمامی در نقاط دنیا هستند اما سهم‌های خریداری شده در یک کراوفاندینگ چنین قابلیت نقد شوندگی‌ای ندارند.

چیت‌ساز روش به‌امهر را دارای مزیت‌های

**دکتر احسان چیت‌ساز:**  
**روش به‌امهر از مزایای بی‌شماری بهره می‌برد و علاوه بر مزیت‌های ساختاری و مقبولیت قابل توجه، نمونه‌های بسیار موفق‌تری که توانسته‌اند از این روش به تأمین مالی بپردازند، میزان سرمایه چشم‌گیری را جذب کرده‌اند**

ساختاری و مقبولیت مردمی قابل توجه دانست و گفت: روش به‌امهر از مزایای بی‌شماری بهره می‌برد و علاوه بر مزیت‌های ساختاری و مقبولیت قابل توجه، نمونه‌های بسیار موفق‌تری که توانسته‌اند از این روش به تأمین مالی بپردازند، میزان سرمایه چشم‌گیری را جذب کرده‌اند. اما با وجود نمونه‌های موفق، این نوع تأمین سرمایه به دلیل نوآوری بسیاری که از آن بهره می‌برد، چالش‌هایی را از بُعد عدم شناخت کامل فرایندها توسط سرمایه‌گذاران، برای سرمایه‌گذاری روی سکه یا توکن عرضه شده ایجاد می‌کند.

معاون توسعه بازار پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات دو عامل زمان و پول را که غالباً از آن‌ها به عنوان هزینه در سیگنال یاد می‌شود، بسیار هزینه‌بر عنوان کرد و ادامه داد: نظریه



سیگنال‌های متمایز کننده به خوبی می‌تواند تأمین مالی جمعی را نشان دهد. نکته بسیار قابل توجهی که در نظریه علامت‌دهی در دنیای رمزارزها وجود دارد، آن است که هزینه‌بر بودن علامت به عنوان متمایز کننده شرکت‌ها از نظر کیفیت کافی نخواهد بود. به طور کلی دو عامل بسیار هزینه‌بر که غالباً از آن‌ها به عنوان هزینه در سیگنال یاد می‌شود، زمان و پول است و با تقریب نسبتاً خوبی می‌توان کلیه علامت‌های هزینه‌بر را در یکی از این دو گروه جای داد. اما در بسیاری از موارد، سیگنال‌هایی که بروز آن‌ها به ظاهر نیازمند زمان و پول نیست، نیز می‌توانند دو مجموعه را با دو کیفیت متمایز تفکیک دهند. پس سیاست‌گذاران می‌بایست علاوه بر علامت‌های هزینه‌بر، حداقل در مورد بهامهر، به سیگنال‌های بدون هزینه نیز توجه کنند.

وی تصریح کرد: سیاست‌ها در این حوزه باید به گونه‌ای باشد که از یک سو به تشویق استارت‌آپ‌ها به عرضه بهامهر منجر شود و از سوی دیگر از تخلف‌های احتمالی مالی جلوگیری کند. اگر هر دو هدف محقق شود، می‌توان انتظار داشت که با یک اکوسیستم پایدار تأمین مالی مواجه خواهیم شد.

دکتر احسان چیت‌ساز برنامه‌ریزی (اساسی‌ترین اتفاق در سرنوشت یک بهامهر)، پیش فروش، عرضه عمومی (افزایش احتمال موفقیت در صورت کاهش میزان نامتقارنی



اطلاعات) و فرایند پس از عرضه را چهار بخش اصلی چرخه عمر یک به‌هائمر مطرح کرد. معاون توسعه بازار پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات ادامه داد: رویکردهای مختلف سیاست‌گذاری برای برخورد و رفتار با این فرصت در سراسر جهان وجود دارد. مسئله داشتن یا نداشتن سیاست‌های تنظیمی در این بازار نیست، بلکه مسئله اصلی این است که این سیاست‌ها باید چگونه باشند که هم استارت‌آپ‌ها را به عرضه به‌هائمر تشویق کنند و هم از مواردی مانند تخلف جلوگیری کنند. از یک سو، قوانین سخت‌گیرانه مانعی برای عرضه به‌هائمر است. از سوی دیگر نیز سیاست‌های موجود در کشورهای مختلف را می‌توان به دو گروه سیاست‌های مبتنی بر حفظ سرمایه‌گذاران و سیاست‌های جلوگیری کننده از تخلف‌های مالی مانند پولشویی تقسیم بندی کرد.

وی تجربه تیم، تعداد اعضای تیم، وایت پیپر، پیش فروش، تعیین حداقل سرمایه مورد نیاز، قیمت اولیه بالا، طول زمان عرضه، سهم مؤسسين از توکن عرضه شده، مرجع باز بودن کدهای مرجع و میزان فعالیت تیم فنی را از عوامل تأثیرگذار در سرنوشت یک به‌هائمر ذکر کرد.

چیت‌ساز با اشاره به روی دیگر به‌هائمر گفت: با وجود اینکه به‌هائمرها رشد چشمگیری داشته‌اند و تا به حال حدود ۴۰۰۰ به‌هائمر

موفق ثبت شده و موفق به افزایش سرمایه ۱۲ میلیارد دلاری شده‌اند اما این سکه روی دیگری نیز دارد و آن این است که حدود ۵۶ درصد عرضه‌های اولیه سکه طی ۴ ماه اولیه خود با شکست روبه‌رو می‌شوند. این شکست‌ها می‌تواند اثراتی مانند بی‌اعتماد شدن افراد و در نتیجه از



**دکتر احسان چیت‌ساز:**  
سیاست‌ها در این حوزه باید به گونه‌ای باشد که از یک سو به تشویق استارت‌آپ‌ها به عرضه به‌هائمر منجر شود و از سوی دیگر از تخلف‌های احتمالی مالی جلوگیری کند

دست رفتن سرمایه اجتماعی را داشته باشد. همچنین موجب از بین رفتن سرمایه مالی بسیاری از خرده سرمایه‌ها می‌شود.

معاون توسعه بازار پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات در پایان تأکید کرد: نباید از این مسئله چشم پوشید که افزایش شدت محدودیت‌ها و نظارت‌هایی نظیر سودآور بودن مجموعه، الزام به داشتن سرمایه ثبتي و مواردی از این دست گرچه می‌تواند احتمال موفقیت یک به‌هائمر را افزایش و میزان تخلف آن را کاهش دهد، اما این امر می‌تواند مهم‌ترین مزایای یک به‌هائمر (راحتی عرضه و عدم نیاز به واسطه) را از بین ببرد و در نتیجه مؤسسين تمایلی به جذب سرمایه از این روش نداشته باشند.

## کنترل یک «استاندارد» به معنای تصاحب بازار آن فناوری است

گذار از «دیپلماسی رسمی» به «دیپلماسی شرکتی» روی داده است  
 رمز موفقیت چین، ورود به هنگام به عرصه «استانداردسازی» است



کارگاه آموزشی حکمرانی مدرن در پارک‌های علم و فناوری ویژه دبیران شورای هماهنگی مناطق ده‌گانه و مدیران روابط عمومی پارک‌های علم و فناوری و دانشگاه‌های سراسر کشور، به میزبانی پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) و با همکاری روابط عمومی وزارت عتف به صورت حضوری و برخط در پلتفرم اسکای‌روم برگزار شد.

در این کارگاه آموزشی دکتر عباس قنبری باغستان عضو هیئت علمی دانشگاه تهران و مشاور ارتباطات و امور بین‌الملل پارک فاوا با موضوع «ضرورت گذار به استانداردها و استانداردها در حکمرانی مدرن پارک‌های علم و فناوری» به سخنرانی پرداخته‌اند که گزارش آن را در ادامه می‌خوانید:

دکتر عباس قنبری باغستان مشاور ارتباطات و امور بین‌الملل پارک فاوا در ابتدای سخنان خود با اشاره به ضرورت نگاه حکمرانانه و حاکمیتی در موضوع پارک‌های علم و فناوری در خصوص اهمیت «استانداردسازی» گفت: منظور از استانداردسازی فرایند تدوین، اعمال و توسعه استانداردها و پروتکل‌های فنی فعالیت فناورانه است. به عبارت دیگر در مباحث استانداردسازی، نگاه فراتکنولوژی و فرافناورانه مدنظر است و محصولات، شرکت‌ها و پارک‌ها به تنهایی مورد نظر نیست.

قنبری باغستان تصریح کرد: به همین دلیل پروتکل‌ها، فرایندها، مکانیسم‌ها و دستورالعمل‌هایی که همراه با محصول (در سطح کشور، منطقه‌ای و جهانی) نهادینه و اجرا می‌شود، دارای پیامدهای بسیار مهمی از منظر حکمرانی و حاکمیتی است.

عضو هیئت علمی دانشگاه تهران با اشاره به اهمیت دو سطح «حکمرانانه» و «فناورانه» خاطر نشان کرد: پارک‌های علم و فناوری، به خصوص واحدهای روابط عمومی آن‌ها، باید بتوانند تحولات فناورانه را به خوبی رصد کرده و دلالت‌های ایجاد شده برای کشورها را درک





و دریافت کنند. با توجه به موارد گفته شده همچنین دو بازیگر در سطح «حاکمیتی» (دولت‌ها) و «شرکت‌ها» (پلتفرم‌ها) نیز وجود دارد که بررسی دقیق این موارد نشان دهنده گذار پارادایمی مهمی در «بازیگری» از سوی دولت‌ها به سمت شرکت‌ها است. به عبارت دیگر گذار پارادایمی مهمی در حال روی دادن است و آن گذار از «دیپلماسی رسمی» به «دیپلماسی شرکتی» است که برای درک اهمیت این گذار، فهم ضرورت دستیابی به اشرافیت فناورانه و رویکرد حکمرانانه به تحولات فناوری ضروری است.

وی در ادامه با بیان تاریخچه مختصری از مباحث استانداردسازی، به کتاب «یک جهان، چندین صدا» اشاره کرد و گفت: این کتاب به خوبی موضوع «استانداردسازی» در سازمان‌های بین‌المللی را که از زمان راه اندازی سازمان ملل و سازمان‌های وابسته مانند یونسکو و سازمان ارتباطات جهانی ایجاد شده‌اند، توضیح داده و بازه زمانی مباحث مطرح شده در آن نیز به پس از جنگ جهانی دوم تا اواخر دوران جنگ سرد بازمی‌گردد. لازم به ذکر است که در این بازه زمانی، «غلبه دیپلماسی رسمی» یکی از موارد مهم در مباحث استانداردسازی به شمار رفته و در آن دولت‌ها بازیگران اصلی محسوب می‌شده‌اند.

مشاور ارتباطات و امور بین‌الملل پارک فاوا با اشاره به «اصلی بودن» نقش دولت‌ها در گفتمان‌های مربوط به استانداردسازی در آن بازه زمانی یادآور شد: در تمامی نزاع‌های صورت گرفته در آن بازه در ارتباط با فرایند استانداردسازی در

خصوص فناوری اطلاعات و ارتباطات، نمایندگان رسمی دولت‌ها بازیگران اصلی به شمار رفته و منافع کشورها از طریق بازیگری دولت‌ها و نمایندگان رسمی حکومت‌ها تأمین شده و به اجماع جهانی در مورد این فرایند نیز می‌رسیدند. اما از اواخر دهه ۹۰ میلادی با ظهور مباحث جهانی سازی،

جامعه اطلاعاتی، شبکه‌های اطلاعاتی، گفام و...، این وضعیت تغییر کرد.

قنبری باغستان با اشاره به «اعلامیه استقلال فضای سایبری» افزود: اعلامیه استقلال فضای سایبری توسط جان پری بارلو در سال ۱۹۹۶ مطرح شد. بارلو در این اعلامیه به نقل از شرکت‌های بزرگ مطرح کرد که «دولت‌های جهان صنعت‌های غول‌های فرسوده گوشتلود و فولادین، من از فضای سایبری می‌آیم، خانه جدید ذهن... ما، به نمایندگی از دنیای آینده، از شما استقبال نمی‌کنیم. شما در اینجا حاکمیتی ندارید». به این ترتیب و تحت تاثیر ظهور کمپانی‌های بزرگ در حوزه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، شرکت‌های بزرگ جایگزین دولت‌ها و نهادهای رسمی بین‌المللی شده و گذار از دیپلماسی رسمی به دیپلماسی شرکتی

### دکتر قنبری باغستان:

گذار پارادایمی مهمی در حال روی دادن است و آن گذار از «دیپلماسی رسمی» به «دیپلماسی شرکتی» است که برای درک اهمیت این گذار، فهم ضرورت دستیابی به اشرافیت فناورانه و رویکرد حکمرانانه به تحولات فناوری ضروری است





اتفاق شد. در واقع اعلامه بارلو در خصوص «استقلال فضای سایبری»، به نوعی اعلان جنگ شرکت‌های بزرگ با دولت‌ها تعبیر شد که هنوز هم ادامه دارد.

عضو هیئت علمی دانشگاه تهران گذار از دیپلماسی رسمی به دیپلماسی شرکتی را یک «پارادایم شیفت» مهم دانست و گفت: دیپلماسی شرکتی در بدیهی‌ترین تعریف یعنی دیپلماسی‌هایی که نه از سوی دولت‌ها و نمایندگان رسمی حاکمیت، بلکه از سوی شرکت‌های خصوصی در حوزه فناوری، ارتباطات و تکنولوژی شکل می‌گیرد و اجرا می‌شوند. در این دیپلماسی نه منافع عمومی و نه مرزبندی‌های رایج از حاکمیت‌های ملی اهمیت ندارند، بلکه مهم تأمین منابع تجاری و اقتصادی شرکت‌ها مورد نظر است.

به گفته دکتر قنبری باغستان، اوج چنین گذاری، سال ۲۰۱۷ توسط دانمارک محقق شده که در آن برای اولین بار، یک سفیر از سوی این کشور در کمپانی «گوگل» منصوب شد. در واقع اقدام کشور دانمارک در انتصاب یکی از پرسابقه‌ترین دیپلمات‌های خود به نام کاسپر گلیتز به عنوان سفیر خود در کمپانی گوگل، نقض همه پروتکل‌های سیاسی رایج بود.

عضو هیئت علمی دانشگاه تهران ادامه داد: تحت تأثیر این گذار و پارادایم شیفت، شعار «شرکت‌های درجه سه محصولات تولید می‌کنند، شرکت‌های درجه دو فناوری را توسعه می‌دهند، شرکت‌های درجه یک استانداردها را تعیین می‌کنند» میان شرکت‌های فناور رایج شد. در واقع استانداردهای شرکت‌های درجه یک، به معنای کنترل یک استاندارد و تصاحب بازار آن فناوری در مقیاس جهانی و منطقه‌ای است.

مشاور ارتباطات و امور بین‌الملل پارک فاوا با اشاره به پیشرو بودن کشور چین در «استاندارسازی اینترنت نسل پنجم» تصریح کرد: بر اساس برآوردهای جهانی از بین پنج شرکت بزرگ آی‌تی جهان، کمپانی هواوی با اختلاف بسیار زیادی بیشترین تعداد استاندارد و پروتکل امنیتی مربوط





به فناوری نسل پنج را توسعه داده است. پس از آن به ترتیب شرکت‌های اریکسون، نوکیا، کوالکام و چاینا موبایل در رده‌های بعدی قرار دارند. این پیشگامی چین در استانداردسازی فناوری نسل پنجم در شرایطی صورت می‌گیرد که چین در زمینه تعریف پروتکل‌ها و استانداردهای مربوط به تلفن‌های همراه نسل سوم و چهارم، وای فای (احراز هویت WAPI یا WLAN و زیرساخت‌های حریم خصوصی)، دی‌وی‌دی‌ها (AVS)، استاندارد رمزگذاری صوتی - تصویری و (RFID) شناسایی از طریق فرکانس رادیویی، فعالیت‌های چندانی نداشته است.

قنبری باغستان با اشاره به شکل‌گیری و پیاده‌سازی ایده «جاده ابریشم اطلاعاتی» چین که یک شبکه کابل‌های نوری زیردریایی بین قاره‌ای و ارتباطات فضایی (ماهواره‌ای) است، یادآور شد: شرکت چاینا کام سرویس، یکی از شرکت‌های تابعه چاینا تلکام، ساخت مشترک ابربرگراه اطلاعاتی آفریقا (میان چین و آفریقا) را با سرمایه‌گذاری ۱۵ میلیارد دلاری و یک کابل نوری ۱۵۰ هزار کیلومتری که ۴۸ کشور آفریقایی را تحت پوشش قرار می‌دهد، آغاز کرده است. همچنین چاینا یونیکام در حال کابل‌کشی فیبر نوری برای اتصال آسیای میانه، آسیای جنوب شرقی، آفریقا و آمریکای جنوبی است. به عبارت دیگر کشور چین از طریق شرکت‌های فناوری خود و ورود به عرصه استانداردسازی به چین پیشرفت بی‌سابقه‌ای دست یافته است.

دکتر قنبری باغستان تأکید کرد: این گذار موفق چین در زمینه استانداردسازی یک دفعه و ناگهانی محقق نشده؛ بلکه به خاطر ورود سریع، به موقع و موفق شرکت‌های بزرگ این کشور به این عرصه بوده است. به گفته وی، از جمله مهم‌ترین نشانه‌های فهم اهمیت موضوع استانداردسازی در کشور چین را باید در تغییر ترکیب هیئت‌های نمایندگی این کشور از ترکیب

**دکتر قنبری باغستان:**  
بر اساس برآوردهای جهانی از بین  
پنج شرکت بزرگ آی تی جهان،  
کمپانی هوآوی با اختلاف بسیار  
زیادی بیشترین تعداد استاندارد و  
پروتکل امنیتی مربوط به فناوری  
نسل پنج را توسعه داده است

صرفاً سیاسی به ترکیب همراه با تکنسین‌های فنی در محافل مهم سیاست‌گذاری و تصمیم‌سازی بین‌المللی از جمله در آیکان، کارگروه مهندسی اینترنت، معماری اشیای دیجیتال، مجمع حکمرانی اینترنت (IGF)، گروه کارشناسان دولتی سازمان ملل متحد در زمینه تحولات حوزه فناوری، کنوانسیون دیجیتال ژنو و... دانست.

دکتر قنبری باغستان در پایان ادغام/شبکه‌سازی، اشرافیت فناورانه و حضور مؤثر، کارشناسانه و هدفمند در محافل کارشناسی جهانی در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی را از مکانیسم‌های قدرت‌افزای و زمینه‌سازی ورود به عرصه «استانداردسازی» عنوان کرد که توجه به آن برای کشور جهت تداوم جهش در عرصه علم و فناوری امری ضروری است.

## پارک فاوا از نوع پارک‌های سمت بازار و مکمل خدمات پارک‌های سمت عرضه است پارک فاوا بر مراحل توسعه و بلوغ شرکت‌ها تمرکز دارد

کارگاه آموزشی حکمرانی مدرن در پارک‌های علم و فناوری ویژه دبیران شورای هماهنگی مناطق ده‌گانه و مدیران روابط عمومی پارک‌های علم و فناوری و دانشگاه‌های سراسر کشور، به میزبانی پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) و با همکاری روابط عمومی وزارت عتف به صورت حضوری و برخط در پلتفرم اسکای‌روم برگزار شد.

در این کارگاه آموزشی مهندس محمدعلی جعفری مدیر مرکز توسعه واحدهای فناوری پارک فاوا با موضوع معرفی «شبکه توسعه اقتصاد دیجیتال (تاد)» به سخنرانی پرداخته‌اند که گزارش آن را در ادامه می‌خوانید:



محمدعلی جعفری مدیر مرکز توسعه واحدهای فناوری پارک فاوا، در ابتدای سخنان خود در خصوص تولد یک کسب‌وکار و نقش ساختارهای حمایتی در کشور گفت: برای ایجاد یک کسب‌وکار در کشور ساختارهای حمایتی مانند مراکز نوآوری، مراکز رشد و پارک‌های علمی/علمی و فناوری وجود دارد. در ابتدای این فرایند معمولاً یک هسته و تیم با برنامه تجاری مشخص که نمونه اولیه یک محصول را دارند، توسط شتاب‌دهنده‌ها و مراکز نوآوری و مراکز رشد حمایت شده و به شرکت‌های دارای محصول پارک‌ها و مراکز توسعه فناوری وارد می‌شوند. پارک‌های علمی/علمی و فناوری به شرکت‌ها برای به دست آوردن بازار ملی و در نهایت بازار بین‌المللی کمک خواهند کرد. به عبارت دیگر پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات از نوع پارک‌های سمت (تقاضا) بازار است و مکمل خدمات پارک‌های سمت عرضه محسوب می‌شود.

جعفری نکاتی را درخصوص دسته بندی اکوسیستم حمایت از توسعه فناوری در کشور عنوان کرد و گفت: مرحله پیش رشد یا هسته‌ها در قالب MVP+Team+BizPlan، مرحله





رشد یا شرکت‌های نوپا در قالب **BSP/Product**، مرحله توسعه یا شرکت جوان در قالب **Product+Market** و مرحله بلوغ یا شرکت‌های بالغ و محوری در قالب **Portfolio+Market** **share** وجود دارند. پارک‌های دانشگاهی و مراکز رشد تمرکز خود را بر مرحله رشد و پیش رشد قرار داده و پارک‌های علم و فناوری (استانی) بر تمامی این مراحل متمرکز هستند. همچنین پارک‌های فناوری (سمت بازار) مانند پارک فاوا تمرکز خود را بر مراحل توسعه و بلوغ قرار داده است.

مدیر مرکز توسعه واحدهای فناوری پارک فاوا در ادامه به ارائه تعریفی از شبکه توسعه اقتصاد دیجیتال (تاد) پرداخت و عنوان کرد: شبکه توسعه اقتصاد دیجیتال (تاد) پلتفرمی است که در آن پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد، مراکز نوآوری و شتاب‌دهنده‌های دارای مجوز رسمی، با هدف ارتقای سطح فعالیت‌ها در حوزه **ICT** و توسعه اقتصاد دیجیتال کشور، با یکدیگر همکاری می‌کنند. پارک فاوا در شبکه توسعه اقتصاد دیجیتال شرکای استراتژیک مختلفی مانند پارک‌های علم و فناوری، مراکز و کارخانه‌های نوآوری، مراکز رشد واحدهای فناوری و شتاب‌دهنده‌ها دارد.

وی داشتن دستورالعمل‌های پذیرش واحدهای فناور، شورای پذیرش مستقل و فرایند مدون اجرایی پذیرش، داشتن دستورالعمل حمایت‌های مالی، داشتن سیستم نظارت و ارزیابی فعالیت‌های واحدهای فناور مستقر، فضای اداری موجود و قابل استفاده برای واحدهای فناور و سابقه فعالیت‌های گذشته را از محورهای پذیرش عضو در شبکه توسعه اقتصاد دیجیتال عنوان کرد.



**مهندس محمدعلی جعفری:**  
**گرت یا اعتبار جوانه حمایت مالی پارک فاوا است که به پایان نامه‌ها/رساله‌های دارای ایده که در راستای دستبازی به MVP در برنامه گرت فناوری وزارت عتف پذیرفته شده و توسط پارک فاوا انتخاب می‌شوند، تعلق می‌گیرد**

جعفری چهار هدف حمایت‌های مالی هدفمند، اشتراک دانش و تجربه، آموزش و مشاوره و شبکه‌سازی را از اهداف کلی شبکه اعلام کرد و یادآور شد: حمایت‌های مالی هدفمند از طریق گرت فناوری (جوانه و شکوفایی)، اعتبار رشد و اعتبارات اختصاصی پارک فاوا (بین‌المللی سازی، حمایت از شفافیت اقتصادی و...); اشتراک دانش و تجربه را از طریق اشتراک دانش و تجربیات پارک‌ها، مستندات و آئین نامه‌ها در اکوسیستم و کمک به توسعه سیستم‌های مالی و اجرای روش پیشکار؛ آموزش و مشاوره را از طریق حمایت از آموزش‌های مورد نیاز هسته‌ها و شرکت‌ها، مشاوره‌های حرفه‌ای در کلینیک‌های مشاوره و دوره‌های مهارتی برای نیروی کار استان؛ و شبکه‌سازی را از طریق تسریع و هم افزایی در ارائه خدمات به مخاطبان و جلسات و همایش‌های هم اندیشی صورت می‌گیرد.



مدیر مرکز توسعه واحدهای فناوری پارک فاوا در ادامه به خدمات قابل ارائه پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات به اعضای شبکه تاد پرداخت و گفت: به جز اعطای گزنت‌های مختلف به شرکت‌ها، حضور در پایون پارک فاوا در نمایشگاه‌ها، اسکان متقابل شرکت‌ها در مراکز عضو شبکه، تجاری سازی و برندینگ محصولات، خدمات بین‌المللی سازی و کمک به پذیرش شرکت‌ها در بورس و ایجاد شفافیت مالی از جمله خدمات قابل ارائه پارک فاوا به اعضای شبکه توسعه اقتصاد دیجیتال است.

وی در پایان همچنین به ایستگاه‌های حمایتی مانند اعتبار اجرایی، اعتبار شکوفایی، اعتبار رشد و اعتبار جوانه اشاره کرد و یادآور شد: هدف اعتبار اجرایی تأمین بخشی از هزینه‌های اجرایی برنامه‌های حمایتی شبکه در مراکز عضو است. همچنین گزنت یا اعتبار جوانه حمایت مالی پارک فاوا است که به پایان نامه‌ها/رساله‌های دارای ایده که در راستای دستیابی به MVP در برنامه گزنت فناوری وزارت عتف پذیرفته شده و توسط پارک فاوا انتخاب می‌شوند، تعلق می‌گیرد.

جعفری تصریح کرد: گزنت رشد حمایت مالی پارک فاوا است که به شرکت‌های دوره رشد مستقر در مراکز عضو شبکه تاد تعلق گرفته و اعتبار شکوفایی حمایت مالی پارک فاوا از آزمایشگاه‌های فناوری است که به منظور تولید محصول نیمه صنعتی یا ارتقای فناوری محصولات موجود پرداخت می‌شود. این حمایت با مشارکت وزارت عتف در آن بخش از برنامه گزنت فناوری است که به حمایت طرح‌ها یا پروژه‌های فناورانه و بازارگرای آزمایشگاه‌های تحقیقاتی اختصاص دارد.





# حکمرانی مدرن در پارک‌های علم و فناوری

کارگاه آموزشی ویژه مدیران روابط عمومی پارک‌های علم و فناوری و دانشگاه‌های سراسر کشور

به میزبانی پارک فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا)

در کارگاه  
عطاء لواهری  
همراه با

## سخنرانان:

دکتر ندا شفیعی (سرپرست اداره کل روابط عمومی وزارت عتف)

اهمیت ارتباطات مؤثر در فعالیت‌های روابط عمومی پارک‌های علم و فناوری

دکتر محمدجعفر صدیقی دامغانی زاده (مشاور وزیر ارتباطات و رئیس پارک فاوا)

حکمرانی مدرن در پارک‌های علم و فناوری؛ نگاهی به تاریخ توسعه پارک‌های علم و فناوری در ایران

دکتر احسان چیت‌ساز (معاون توسعه بازار پارک فاوا)

مقیاس‌پذیری کسب‌وکارهای مدرن از طریق تأمین مالی جمعی

دکتر عباس قنبری باغستان (مشاور ارتباطات و امور بین‌الملل فاوا)

ضرورت گذار به استانداردسازی در حکمرانی مدرن پارک‌های علم و فناوری

مهندس محمدعلی جعفری (مدیر مرکز توسعه واحدهای فناوری پارک فاوا)

معرفی شبکه توسعه اقتصاد دیجیتال (تاد)

ساعت ۹ الی ۱۳

چهارشنبه (۱۴۰۰/۰۳/۲۶)

لینک جلسه: <https://www.skyroom.online/ch/ictpark1400/public>



## تولید شیبانی با مانع زدایی

پارک‌های علم و فناوری نسل جدیدی از سازمان‌های پژوهشی هستند که رسالت کلان آن‌ها توسعه اقتصادی و تعمیق تکنولوژی شرکت‌ها با هدف افزایش توان رقابت‌پذیری است.