

یادداشت

سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران در مسیر نوآوری و شکوفایی



دکتر اشرف برادرادی
رئیس سازمان اسناد و کتابخانه ملی

● کتابخانه‌ها و آرشیوهای ملی، نهادهایی با مأموریت گسردآوری، پردازش، نگهداری و ارائه و تحویل اطلاعات و منابع اطلاعاتی هستند. در واقع نقش اصلی این سازمان‌ها مدیریت اطلاعات در محمل‌ها و قالب‌های گوناگون است. وجود منابع و داده‌های دانش بشری در مجموعه‌های کتابخانه‌ها و آرشیوها به‌عنوان گنجینه‌های دانش بشری و میراث‌دار سرمایه‌های فکری ملت‌ها بر کسی پوشیده نیست. از سوی دیگر فعالیت اساسی این مراکز دسته‌بندی، پردازش و آماده‌سازی و در نهایت دسترسی‌پذیرکردن اطلاعات (بازایی) برای مخاطبان آن بوده است؛ اما توسعه روزافزون فناوری‌های اطلاعاتی، گسترش شبکه‌های ارتباطی و اینترنتی و تولید اطلاعات در قالب دیجیتال، کتابخانه‌ها و آرشیوها را تحت تأثیر قرار داده است. توسعه نشر الکترونیکی، گسترش روزافزون کتاب‌های الکترونیکی، انتشار مجلات و مقالات آنلاین، منابع چندرسانه‌ای، پایان‌نامه‌های دیجیتال، عکس‌ها، فیلم‌ها، اسناد الکترونیک، اتوماسیون‌های اداری، محتوای فضای مجازی، محتوای وب‌سایت‌ها و... منجر به بروز چرایی‌ای تو در این مراکز شده است و همه می‌کوشند به کمک فناوری، مدیریت اطلاعات را متحول کنند. علاوه بر این، بسیاری از منابع چاپی و آنالوگ در قالب پروژه‌های دیجیتال‌سازی به ساختارهای صفر و یکی تبدیل می‌شوند و فاصله بین مخازن کتابخانه‌ها و آرشیوها به دورترین نقاط جهان تنها به اندازه دردسترس‌بودن رایانه، تلفن همراه یا سایر ابزارهای دستی هوشمند خواهد بود.

شناسایی، توسعه و ترویج فناوری‌هایی که می‌توانند در مدیریت اطلاعات و داده‌های کتابخانه‌ای و آرشیوی اثربخش باشند، از ضرورت‌های مورد توجه در این سازمان‌هاست. اگر این تحول فناوری‌محور و به عبارتی دقیق‌تر، تحول دیجیتال در کتابخانه‌ها و آرشیوها اتفاق نیفتد، حیات و بقای آنها و ارائه خدماتشان، روزبه‌روز کم‌رنگ‌تر می‌شود و فلسفه وجودی ایشان با پرسش‌هایی جدی روبه‌رو خواهد شد.

این تغییر پارادایم موضوعی اجتناب‌ناپذیر است و سازمان‌های ملی به‌دلیل جایگاه و روابط ملی و بین‌المللی‌شان باید خود را با آن تطبیق دهند. از سوی دیگر پیاده‌سازی زیربنای‌های فناوریانه مورد نیاز، هزینه زیادی می‌طلبد. ناکافی بودن بودجه دولتی برای به‌روزرسانی فناوری‌های نوین در تمام کتابخانه‌ها و آرشیوهای ملی جهان برای ایجاد این تغییر ساختار، موجب شده است درصد چشمگیری از بودجه هزینه‌شده برای زیرساخت فناوریانه و توسعه منابع از راه‌های متفاوتی به‌جز بودجه دولتی تخصیص داده‌شده به این مراکز جذب شود، به‌گونه‌ای که براساس آمار در حدود ۳۰ درصد از بودجه سالانه کتابخانه ملی بریتانیا از محل غیردولتی جذب‌شده در کتابخانه ملی استرالیا بر پایه داده‌ها و خدمات ارائه‌شده کتابخانه‌ای است. بر این اساس ایجاد یک بستر مطمئن برای کسب درآمد پایدار در آینده برای سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران بدون آسیب به منابع و داده‌ها و اختلال در ایفای وظایف جاری سازمان و همچنین ایجاد زمینه‌ای برای جذب ایده‌های نوین مبتنی بر داده‌های موجود ضرورتی انکارناپذیر خواهد بود؛ بنابراین سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران به‌عنوان بزرگ‌ترین گنجینه داده و محتوای زبان فارسی بر آن شده است برای نخستین‌بار با حمایت سازمان فناوری اطلاعات کشور و معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری و با همکاری شتاب‌دهنده نوین‌تک و مرکز نوآوری‌ی دانشکده برق و کامپیوتر دانشگاه تهران منابع و زیرساخت‌های خود را در قالب رویداد کارآفرینانه ویتا در دسترس توسعه‌دهندگان کسب‌وکارهای نوین حوزه داده و محتوا قرار دهد. در این رویداد اهدافی مانند حل چالش‌ها و رفع نیازهای فناوریانه سازمان، ایجاد ارزش‌افزوده بر پایه داده‌ها و محتوای موجود و ایجاد فضایی برای رشد ایده‌های نوین در زمینه محتوا مد نظر قرار گرفته است.گفتنی است این رویداد از ۱۴تیر تا ۱۱ مرداد سال جاری با انتخاب ایده‌های برتر در راستای پیاده‌سازی و تولید محصول یا خدمت نهایی ادامه خواهد یافت.



حامد ذاکر
دبیر سرویس استارت‌آپ

شناخت مسائل مربوط به آینده کشورها، پیش‌بینی سناریوهای محتمل در حوزه‌های مختلف و تحلیل تغییرات پیش‌رو، به امری بسیار مهم و اساسی برای کشورهای جهان تبدیل شده است. اهمیت این مباحث آن‌چنان است که در کشورهای پیشرفته سال‌های درازی است رشته‌های مرتبط با آینده‌پژوهی (Future Studies) تدریس می‌شوند. در ایران نیز از سال ۹۳ پژوهش آینده‌پژوهی به‌طور مستمر انجام و هر سال گزارشی از صد چالش اصلی کشور در سال جاری پیش‌رو ارائه شده است. در گزارش سال ۹۶، برای اولین‌بار تقابل کسب‌وکار نوپا و سنتی در فهرست چالش‌های اصلی کشور در کنار بحران‌هایی مانند آب، رکود اقتصادی، تورم، سیاست خارجی دولت آمریکا و... و در رتبه ۹۹ قرار گرفت. این تقابل سال بعد به رتبه ۹۵ بحران‌های اصلی کشور افزایش جایگاه داد.

در گزارش آینده‌پژوهی سال ۹۶ که از سوی گروه پژوهشی آینده‌بان تهیه شده، در تعریف چستی تقابل کسب‌وکار نوپا و سنتی چنین آمده است: «کسب‌وکارهای نوپا در یک مفهوم بسیار کلی تقریباً همه کسب‌وکارها با هرگونه ابداع و نوآوری در فرایند تولید، توزیع و مبادله را دربر می‌گیرد. در سال‌های اخیر، چنین حرکتی به این صورت که ایده‌های خلاقانه و نوآورانه در کشور شکل گرفته باشد، کمتر دیده شده است. شاید بهتر باشد به‌جای کسب‌وکار نوپا بگوییم کسب‌وکارهای سنتی با ابزار فروش نوپا خریدوفروش می‌شوند. خدمات و کارهای سابق، اکنون به طرق مدرن و از طریق خطوط اینترنت نمایش داده شده و به فروش می‌رسند؛ اما همین تغییر در عرضه نیز محل چالش‌ها و تقابل‌هایی شده که در سال ۱۳۹۵ نمونه‌هایی از آن را دیدیم و در سال ۱۳۹۶ شاهد تشدید آن خواهیم بود.» با توجه به رشد بیشتر فناوری، نفوذ بیشتر محصولات فناوریانه در زندگی روزمره و افزایش چشمگیر فرهنگ استفاده از تکنولوژی در سطح جامعه، می‌توان انتظار داشت تقابل کسب‌وکارهای نوپا و استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای سنتی ابعاد تازه و جدی‌تری به خود بگیرد.

اکنون نه‌تنها شاهد کسب‌وکارهایی هستیم که اساسا مبتنی بر نوآوری بوده و تکنولوژی نه به‌عنوان یک ابزار که به‌عنوان روح و خمیر مایه اصلی کسب‌وکارها قرار گرفته است؛ بلکه بر گسترده‌گی و عمق نفوذ کسب‌وکارهایی که از تکنولوژی به‌عنوان ابزاری قدرتمند استفاده می‌کنند نیز افزوده شده است.

نشانه‌های تقابل:

نشانه‌های گسترش کسب‌وکارهای نوپا در جامعه و افزایش تقابلی که با کسب‌وکارهای سنتی ایجاد می‌کند، بر هیچ‌کس پوشیده نیست. درحالی‌که امروزه بسیاری از ما بیشتر از گذشته از مسافره‌های درست استفاده می‌کنیم، آژانس‌های کرایه اتومبیل روزبه‌روز

استارت‌آپ-۸

تقابل بازاریابی سنتی و نوپا

آینده‌پژوهی ایران واكوسیستم استارتاپی



ضعیف‌تر شده و رو به افول هستد؛ چراکه مجموعه‌ای از فناوری‌های مختلف، دسترسی الپلیکیشنی به مسافری‌ها را برای ما فراهم می‌کنند و ما با راحتی بیشتر، هزینه کمتر و اطمینان تقریباً مشابه، به مسافرب درستی دسترسی پیدا می‌کنیم.

روزگاری همه نیازمندی‌ها در صفحات میانی و آگهی‌نامه‌های روزنامه‌ها چاپ می‌شدند، امروزه با روی‌کار آمدن آگهی‌نامه‌های اینترنتی، بسیار سریع‌تر، راحت‌تر، بادقت‌تر و با هزینه کمتری می‌توانیم آگهی مدنظر خود را جست‌وجو و پیدا کنیم. امروزه برای خرید بلیت هواپیم‌ا، قطار و حتی اتوبوس، کمتر به آژانس‌های هواپیمایی مراجعه می‌کنیم؛ چراکه تنها با مراجعه به چند سایت با اپلیکیشن، همان خدمات را با سرعت، دقت و امکان مقایسه بیشتر دریافت می‌کنیم. پرداخت قبض جریمه، بسیاری از عملکردهای بانکی که برای آن به شعب بانک مراجعه می‌کردیم، پرداخت قبوض و بسیاری از فعالیت‌های دیگر، امروزه از طریق همین کسب‌وکارهای نوپا انجام می‌شوند؛ کسب‌وکارهایی که به مرور و در بسیاری از موارد جایگزین نسل گذشته و سنتی خود شده‌اند.

چرایی تقابل:

پرسش بنیادینی که می‌تواند مطرح باشد، آن است که چرا این کسب‌وکارهای سنتی و نوپا (استارت‌آپ‌ها) تقابل حاصل شده است و چرا برنده این تقابل، معمولاً کسب‌وکارهای نوپا هستند؟ برای جست‌وجوی پاسخ، بهتر است نگاهی به تفاوت‌های بنیادین این دو داشته باشیم:

هدف‌گذاری:

استارت‌آپ‌ها بسیار مسئله‌محور هستند؛ هسته مرکزی هر استارت‌آپ، ایده کوچک و خاصی است و هسته مرکزی هر ایده، مشکل و معضلی به‌خصوص در جامعه است. بنابراین استارت‌آپ‌ها بر مشکلات مردم و مشتریان تمرکز بالایی دارند و دنبال راهکاری برای آن هستند. در نتیجه جامعه در مواجهه با کسب‌وکاری نو، خدمات بیشتری می‌گیرد و خیلی زود کسب‌وکار سنتی را فراموش می‌کند. مثلاً مسافره‌های اپلیکیشنی مانند

حذف واسطه‌ها و ایجاد ارتباط مستقیم بین خریداران و فروشندگان بین ۱۵ تا ۵۰ درصد موجب کاهش قیمت تمام‌شده کالاها و خدمات برای مشتریانی بوده است که از خدمات استارت‌آپ‌ها بهره‌مند شده‌اند. در کشور ما، تأثیر استارت‌آپ‌ها روی کسب‌وکارهای سنتی بسیار مشهود است و اشتغال‌زایی، بهبود خدمات، کمتر شدن بهای خدمات و در نتیجه مثبت شدن دید مردم به استارت‌آپ‌ها، از جمله تأثیرات پیدایش این شرکت‌های نوپاست، ولی متأسفانه دیده می‌شود گاهی جبهه‌گیری کسب‌وکارهای سنتی، به‌دلیل نداشتن اطلاع دقیق از مدل کسب‌وکار استارت‌آپی، اتفاق افتاده است.

در تحقیقی که یکی از دانشگاه‌های ایران به‌تازگی انجام داده است، نشان می‌دهد این جبهه‌گیری‌ها به مرور زمان درست می‌شود و با بالا رفتن سطح اطلاعات نسبت به مدل کسب‌وکار استارت‌آپ‌ها، سیستم‌های سنتی و استارت‌آپی هم‌پا و هم‌رکاب یکدیگر خواهند شد.

آینده تقابل:

• رشد تکنولوژی و نوآوری نه‌فقط متوقف نمی‌شود، بلکه سرعت بیشتری نیز می‌گیرد. بنابراین کسب‌وکارهایی که مبتنی بر آن باشند، فرصت رشد و توسعه بیشتری داشته و کسب‌وکارهایی که بیشترین فاصله را با آن داشته باشند، بیشترین سهم بازار را از دست داده و در نهایت حذف می‌شوند.

از همین‌رو می‌توان گفت اکنون ما در یک دوره گذار بین کسب‌وکار سنتی و نوپا هستیم و در این دوره شاهد بیشترین تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و حقوقی خواهیم بود.

کسب‌وکارهای سنتی می‌توانند حتی به شرکت‌های نوپای استارت‌آپی به عنوان یک فرصت نگاه کنند نه تهدید. به شرط آنکه شرایط جدید حاکم بر جامعه مورد توجه آنها قرار گیرد و خود را هماهنگ با این شرایط کنند. شرکت‌های نوپا و سنتی می‌توانند در اکثر مواقع تعاملی دوطرفه داشته باشند. استارت‌آپ‌ها در تعامل با کسب‌وکارهای سنتی و با افزایش خلاقیت و نوآوری طرفین، می‌توانند به سیستم سنتی کمک کرده و آنها را با خود همراه کنند که در نهایت هم به ارائه خدمات بهتر و رضایت مردم و مشتریان منجر می‌شود. بنابراین باید توجه داشت گسترش کسب‌وکارهای نوپا همیشه به معنی پایان عمر کسب‌وکارهای سنتی نیست و مثلاً وجود اپلیکیشن‌هایی مانند اسنپ‌فود موجب گسترش دامنه نفوذ رستوران‌ها شده است. اگر قبلاً در شعاع خاصی رستوران‌ها مشتریان خود را جذب می‌کردند، امروزه با این کسب و کارهای نوین، از محله‌های دورتر نیز رستوران‌ها مشتری دارند.

معرفی کتاب

● در حوزه استارت‌آپ‌ها، برخلاف چند سال پیش که هیچ کتابی در دسترس علاقه‌مندان وجود نداشت، این روزها با مجموعه‌ای از کتاب‌های واقعا خوب و کاربردی، نه فقط کتاب‌های ترجمه‌شده که حتی کتاب‌های تألیفی روبه‌رو هستیم. با این حال، کتاب‌های ترجمه‌شده در حوزه استارت‌آپ‌ها، در مقایسه با بسیاری از حوزه‌های دیگر، این مزیت را دارند که بیشترشان ازسوی افرادی که در دل اکوسیستم استارت‌آپی حضور دارند، ترجمه شده‌اند و به همین دلیل، شاهد ترجمه‌های قابل قبولی از این منظر هستیم. در سری «بایدخواندای استارت‌آپی»، به معرفی ۱۰ کتاب استارت‌آبی خواهیم پرداخت که هر فعال استارت‌آبی باید آنها را خوانده باشد.

بایدخواندای استارت‌آپی ۶ کار تیمی و گروهی



● توانایی کار تیمی و داشتن روحیه مشارکت در کارهای گروهی یکی از پیش‌زمینه‌های فعالیت در استارت‌آپ‌ها است. یکی از دلایل مهم شکست استارت‌آپ‌ها (البته در کنار موضوعات مهم‌تری از جمله شناختنودن آنها با مفاهیم و مبانی بازاریابی) مشکلاتی هست که در این حوزه، یعنی کار تیمی و گروهی پیش می‌آید. کتاب‌های زیادی در زمینه کار تیمی و گروهی وجود دارند. بسیاری از آنها، رویکردهای روان‌شناسانه یا رفتارشناسانه دارند و بر علوم رفتاری مبتنی هستند. اگرچه این رویکرد روان‌شناسانه، نگاهی مهم و اصولی به موضوع کار تیمی است، اما کمبود کتاب‌هایی با رویکرد عملی و اجرایی در این حوزه، می‌تواند به عنوان یکی از دلایل مهم وجودنداشتن یا پرون‌شدن این مهارت در ما به حساب آید.

«کار تیمی و گروهی»، نوشته دکتر محمدعلی حقیقی، فرح‌انگیز عبدالل‌زاده و فریبا دهقان، یکی از کتاب‌های خاص در این حوزه است. تفاوت اصلی این کتاب با کتاب‌های مشابه در چند نکته قابل طرح است: ۱- اینکه کتاب کاملاً با رویکرد اجرایی نوشته شده است؛ یعنی به جای پرداختن به مسائل تئوریک و نظریات آکادمیک، به طرح موضوع و ارائه راهکار در آن پرداخته شده است، ۲- حجم قابل قبولی از نظر تعداد صفحه و متن دارد که به سریع‌خوانی کتاب و کاهش احتمال به‌پایان‌رساندن آن برای استارت‌آپی‌ها -که تجربه نشان داده است گاهی کمی کم‌حوصله هستند- بسیار کمک می‌کند، ۳- کتاب از نمودار، چارت و جدول‌های فراوانی تشکیل شده است. این، کمک می‌کند که خواننده کتاب هر چند صفحه یک‌بار برای دقایقی از «خواننده‌متن» بودن بیرون آمده و متن خوانده‌شده را به صورت تصویری مطالعه کند، ۴- ساختار منسجمی دارد. دقیقاً همان‌طور که در هنگام خواندن یک کتاب کاربردی ما Mind Map یا نقشه ذهنی می‌کشیم، این کتاب به شکلی تنظیم شده است که عملاً مطالب به صورت فهرست‌ها و گزینه‌ها دسته‌بندی شده‌اند.

کتاب خط سیر مشخصی دارد. فصل اول شامل دو بخش است. بخش اول که مبانی و کلیات است، با تعریف تیم شروع می‌شود و با «ایجاد» و «مدیریت» تیم ادامه پیدا می‌کند. سپس با انواع تیم و گروه آشنا می‌شویم، بعد نقش اعضای تیم را می‌خوانیم و در ادامه با خطرات تیم آشنا می‌شویم. در بخش دوم که دربارۀ اصول کار تیمی است، درباره چگونگی انتخاب اعضای تیم می‌خوانیم و با موضوعات مهمی از جمله تناسب فرد با گروه، تناسب فرد با شغل، تناسب فرد با سازمان و البته با موضوع مهم توزیع فرهنگ در گروه آشنا می‌شویم.در فصل دوم که شامل سه بخش است، با موضوع تصمیم‌گیری بر گروه، مزایا و معایب تصمیم‌گیری گروهی، شیوه‌های کار گروهی و گروه‌اندیشی آشنا می‌شویم و در بخش دوم، درباره توانا فکری، تکنیک دلفی، نمودار استخوان ماهی، روش‌های سنتی حل مسئله در تیم و تکنیک گروه اسمی می‌خوانیم. بخش سوم هم به موضوع باز هم مهم و حیاتی «توسعه کار تیمی» که یکی از مهم‌ترین علل شکست استارت‌آپ‌ها به‌ویژه در هنگام رشد و پس از موفقیت‌های اولیه است، مشغول می‌شویم. به مصداق «سالی که نکوست از بهارش پیداست»، بعضی از کتاب‌ها هستند که خواندن فهرست به‌تنهایی شما را ترغیب به مطالعه آن می‌کند. کتاب «کار تیمی و گروهی» انتشارات «مهربان نشر» یکی از این کتاب‌ها است. با خواندن ۱۲۸ صفحه، شما «مدیر تیم» نمی‌شوید، اما یاد می‌گیرید که به عنوان مدیر، مسئول یا رهبر یک تیم یا حتی به‌منزله عضوی از یک تیم، باید به چه موضوعاتی توجه کنید و می‌آموزید که در مواجهه با مشکلات، چه راهکارهایی باید در چته داشته باشید. اگر از دو موضوع طرح جلد کتاب (که واقعا جاداشنی بهتر باشد) و صفحه‌آرایی (که با توجه به کیفیت کتاب، می‌توانست از طرح‌های گرافیکی بهره‌مند باشد) بگذریم، یکی از کتاب‌هایی است که هر فردی که در جایی مشغول به کار و فعالیت است که بیش از یک نفر در آنجا کار می‌کنند (نه فقط استارت‌آپ‌ها)، باید آن را بخواند.