کد ملی و پستی به هم رسیدند

توسعه خدمات دیجیتال و یکپارچه‌سازی زیرساخت‌های اطلاعاتی، همکاری شرکت ملی پست و سازمان ثبت احوال کشور را وارد مرحله تازه‌ای کرده است؛ همکاری‌ای که با اتصال سامانه‌ها، تبادل داده‌های هویتی و استفاده از ظرفیت شبکه گسترده پستی، به دنبال تسهیل دسترسی شهروندان به خدمات هویتی، کاهش مراجعات حضوری و هوشمندسازی فرایندهای خدمت‌رسانی است. به گزارش ایسنا، دیجیتالی شدن خدمات پست و ثبت احوال را باید بخشی از حرکت گسترده‌تر دستگاه‌های اجرایی به سمت یکپارچگی اطلاعات و ارایه خدمات هوشمند دانست؛ حرکتی که موفقیت آن به اتصال موثر سامانه‌ها، حفظ امنیت و محرمانگی داده‌های شهروندان و تبدیل ظرفیت‌های فنی به خدمات ملموس و قابل دسترس برای مردم وابسته است. دو مجموعه شرکت پست ایران و سازمان ثبت احوال کشور در این چارچوب، سه محور اصلی را برای توسعه خدمات مشترک دنبال می‌کنند: تبادل اسناد هویتی، تحویل هوشمند کارت ملی و شناسایی و بازگرداندن مدارک هویتی مفقودشده. این اقدامات با تکیه بر ظرفیت‌های اطلاعاتی و عملیاتی دو دستگاه، می‌تواند ارتباط میان فرایندهای ثبت اطلاعات هویتی و ارایه خدمات پستی را منسجم‌تر کند. یکی از مهم‌ترین بخش‌های این همکاری، توسعه فرایند تحویل هوشمند کارت ملی است. بر اساس برنامه‌ریزی انجام‌شده، کارت ملی هوشمند در محل سکونت شهروندان تحویل داده می‌شود و احراز هویت گیرنده از طریق اثر انگشت انجام خواهد شد. فعال‌سازی کارت نیز در همین فرایند پیش‌بینی شده است. اجرای این شیوه می‌تواند ضمن کاهش نیاز به مراجعه حضوری، دقت در تحویل اسناد هویتی و اطمینان از رسیدن آنها به صاحبان اصلی را افزایش دهد. در بخش دیگری از این همکاری، تبادل اسناد هویتی و ارسال شناسنامه‌های خام به ادارات ثبت احوال در سراسر کشور در دستور کار قرار گرفته است. این اقدام با هدف تسهیل فرایندهای اجرایی و بهره‌گیری از ظرفیت شبکه پستی برای جابه‌جایی امن و منظم اسناد دنبال می‌شود. اتصال سامانه «پست‌یافته» به سازمان ثبت احوال نیز از دیگر محورهای مهم این تعامل است. با برقراری این ارتباط، مدارک هویتی مفقودشده پیش از اقدام برای صدور مدارک المثنی بررسی می‌شوند تا در صورت پیدا شدن آنها، امکان شناسایی و پیگیری بازگرداندن مدارک به صاحبانشان فراهم شود. این فرایند علاوه بر تسهیل امور شهروندان، می‌تواند از صدور غیرضروری مدارک جایگزین و تکرار بخشی از فرایندهای اداری جلوگیری کند.

■ یکپارچگی داده‌ها؛ زیرساخت خدمات هوشمند

نقطه اتصال اصلی همکاری پست و ثبت احوال، یکپارچه‌سازی داده‌ها و ایجاد ارتباط میان سامانه‌های اطلاعاتی دو مجموعه است. هر یک از این دستگاه‌ها در جریان فعالیت‌های روزمره خود حجم قابل توجهی از داده‌های عملیاتی و اجرایی تولید می‌کنند که در صورت تبادل ساختاریافته و استفاده هدفمند، می‌توانند زمینه ارایه خدمات دقیق‌تر و متنوع‌تر را فراهم کنند. در چنین مدلی، اطلاعات هویتی و مکانی شهروندان در کنار زیرساخت‌های اجرایی و شبکه توزیع مرسولات پستی قرار می‌گیرد تا فرایندهایی مانند احراز هویت، تحویل اسناد و شناسایی نشانی، با هماهنگی بیشتری انجام شود. احراز هویت استنادپذیر مکانی نیز یکی از ظرفیت‌های مهم این همکاری به شمار می‌رود. بهره‌گیری از اطلاعات مکانی در کنار داده‌های هویتی می‌تواند به افزایش دقت خدمات، کاهش خطا در تحویل مدارک و بهبود ارتباط میان نشانی محل سکونت و هویت افراد کمک کند.

■ اتصال کد ملی و کد پستی

یکی از محورهای مهم همکاری شرکت ملی پست و سازمان ثبت احوال، ایجاد ارتباط میان اطلاعات هویتی و مکانی شهروندان است. در این چارچوب، پیوند کد ملی و کد پستی در کنار اطلاعات حاصل از عملیات اجرایی دو مجموعه، می‌تواند زیرساخت تازه‌ای برای توسعه خدمات هوشمند و احراز هویت استنادپذیر مکانی ایجاد کند. اهمیت این رویکرد در آن است که داده‌ها صرفاً به اطلاعات ثبت‌شده در پایگاه‌های سازمانی محدود نمی‌شوند، بلکه اطلاعات حاصل از فعالیت‌های عملیاتی و میدانی نیز در تکمیل و اعتبارسنجی داده‌ها نقش پیدا می‌کنند. بهره‌گیری از این ظرفیت می‌تواند به افزایش دقت اطلاعات، کاهش خطا در ارایه خدمات و تسهیل فرایندهای مرتبط با شناسایی هویت و محل سکونت شهروندان منجر شود. از خدمات پستی تا شکل‌گیری تجربه دیجیتال شهروندان توسعه این همکاری را می‌توان بخشی از روند حرکت خدمات عمومی به سمت دولت هوشمند دانست. روندی که در آن، دستگاه‌های اجرایی به جای ارایه خدمات به شکل جزیره‌ای، از طریق اتصال سامانه‌ها و تبادل اطلاعات، فرایندهای مشترک را به شکل یکپارچه پیش می‌برند. در این مسیر، شبکه گسترده پستی به عنوان بازوی اجرایی و ارتباطی، ظرفیت انتقال اسناد و ارایه خدمات در محل را در اختیار دارد و سازمان ثبت احوال نیز با تکیه بر پایگاه‌های اطلاعاتی و زیرساخت‌های هویتی، امکان احراز و اعتبارسنجی اطلاعات را فراهم می‌کند. پیوند این دو ظرفیت می‌تواند فاصله میان ثبت اطلاعات و دریافت خدمات را برای شهروندان کاهش دهد. در کنار این اقدامات، توسعه قابلیت‌های دیجیتال در حوزه هویت نیز دنبال می‌شود. از جمله این اقدامات، فراهم شدن امکان بارگذاری اسناد هویتی در سامانه «کیف هویت من» است که اجرای آن در انتظار ابلاغ قرار دارد. این قابلیت می‌تواند گامی در جهت دسترسی متمرکز شهروندان به اسناد و اطلاعات هویتی در بستر دیجیتال باشد. با گسترش ارتباط میان سامانه‌های پستی و هویتی، چشم‌انداز این همکاری فراتر از تبادل اسناد و تحویل کارت ملی خواهد بود. ایجاد خدمات متصل، کاهش فرایندهای تکراری، افزایش دقت اطلاعات و تسهیل دسترسی مردم به خدمات عمومی، از جمله اهدافی است که در صورت تکمیل زیرساخت‌ها و اجرای کامل برنامه‌های مشترک قابل پیگیری خواهد بود.

■ کاهش وابستگی به اسناد کاغذی

در کنار یکپارچه‌سازی زیرساخت‌های اطلاعاتی، توسعه خدمات الکترونیکی و دسترسی دیجیتال به مدارک هویتی نیز از دیگر محورهای تحول در خدمات ثبت احوال است. در همین راستا، مدارک هویتی ایرانیان از طریق سامانه «کیف هویت من» و در بستر سامانه سهیم به‌صورت الکترونیکی در دسترس عموم قرار گرفته است. توسعه این خدمات با هدف کاهش وابستگی شهروندان به اسناد کاغذی و تسهیل دسترسی به اطلاعات و مدارک هویتی دنبال می‌شود. همچنین امکان بارگذاری اسناد هویتی در کیف هویت من فراهم شده که اجرای این قابلیت در انتظار ابلاغ رسمی است. توسعه همکاری پست و ثبت احوال نشان می‌دهد که آینده خدمات عمومی بیش از گذشته به ارتباط میان پایگاه‌های اطلاعاتی و استفاده مشترک از داده‌های معتبر وابسته است.

رشد آماری شرکت‌های دانش‌بنیان در سایه افت سهم فعالیت‌های فناورانه

فاصله با اهداف برنامه هفتم همچنان پابرجاست



زیست‌بوم دانش‌بنیان ایران با وجود افزایش تعداد شرکت‌ها و رشد اسمی درآمد بنگاه‌ها، همچنان با چالش تبدیل ظرفیت علمی و سرمایه‌گذاری فناورانه به ارزش اقتصادی پایدار روبرو است. گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس نشان می‌دهد سهم فروش محصولات دانش‌بنیان از درآمد کل این شرکت‌ها کاهش یافته و جایگاه ایران در شاخص جهانی نوآوری نیز با افت همراه شده است؛ وضعیتی که از فاصله میان توسعه کمی شرکت‌ها و عمق فعالیت فناورانه آنها حکایت دارد. در چنین شرایطی، بازنگری در نظام حمایت و ارزیابی شرکت‌های دانش‌بنیان، تقویت تجاری‌سازی دستاوردهای تحقیقاتی و توسعه صادرات محصولات با فناوری بالا به یکی از ضرورت‌های سیاست‌گذاری در این حوزه تبدیل شده است.

بررسی وضعیت زیست‌بوم دانش‌بنیان کشور نشان می‌دهد اگرچه تعداد شرکت‌های فعال در این حوزه طی سال‌های اخیر افزایش یافته، اما این رشد هنوز با اهداف تعیین‌شده در برنامه هفتم توسعه فاصله دارد. بر اساس گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان کشور در پایان سال ۱۴۰۴ به حدود ۱۲ هزار و ۷۹۱ شرکت رسیده است. با این حال، از این تعداد ۱۰ هزار و ۲۰۷ شرکت در زیست‌بوم دانش‌بنیان فعال هستند و ۲ هزار و ۵۸۴ شرکت نیز به دلایلی از جمله تایید نشدن مجدد، از این مجموعه خارج شده‌اند. این آمار در حالی ثبت شده که مطابق اهداف برنامه هفتم توسعه، تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان در این مقطع باید به ۱۵ هزار و ۵۰۰ شرکت می‌رسید. به این ترتیب، تعداد شرکت‌های موجود همچنان از هدف‌گذاری برنامه عقب‌تر است. پیش‌بینی مرکز پژوهش‌های مجلس نیز نشان می‌دهد در صورت تداوم روند فعلی، تعداد کل شرکت‌های دانش‌بنیان تا پایان سال ۱۴۰۷ به حدود ۱۶ هزار و ۵۵۴ شرکت و تعداد شرکت‌های فعال به ۱۳ هزار و ۵۸۰ شرکت خواهد رسید. این پیش‌بینی به معنای تحقق حدود ۵۵ درصد از هدف نهایی برنامه هفتم، یعنی دستیابی به ۳۰ هزار شرکت دانش‌بنیان، است. بنابراین حتی در صورت ادامه روند افزایشی تعداد بنگاه‌ها، فاصله قابل توجهی میان عملکرد فعلی و اهداف کمی برنامه باقی خواهد ماند. وضعیت شرکت‌های دانش‌بنیان خلاق نیز نشان‌دهنده شکاف عمیق‌تری میان هدف‌گذاری و عملکرد است.

برنامه هفتم توسعه رسیدن به سه هزار شرکت دانش‌بنیان خلاق، معادل ۱۰ درصد کل شرکت‌های دانش‌بنیان، را پیش‌بینی کرده است. با این حال، در پایان سال ۱۴۰۴ تنها ۹۰ شرکت در این گروه فعالیت داشته‌اند و برآوردها نشان می‌دهد این تعداد تا پایان سال ۱۴۰۷ به ۱۵۸ شرکت خواهد رسید. به این ترتیب، حتی در صورت تحقق پیش‌بینی‌ها نیز تعداد شرکت‌های خلاق به حدود یک‌دهم هدف تعیین‌شده در برنامه خواهد رسید. در مقابل، تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان پذیرفته‌شده در بورس و فرابورس از ظرفیت رشد بیشتری برخوردار است. در حال حاضر ۱۱۷ شرکت دانش‌بنیان در بازار سرمایه حضور دارند و پیش‌بینی می‌شود این تعداد تا پایان سال ۱۴۰۷ به ۲۲۲ شرکت برسد.

مرکز پژوهش‌های مجلس حضور شرکت‌های دانش‌بنیان در بازار سرمایه را یکی از معیارهای سنجش بلوغ مالی و تجاری‌سازی زیست‌بوم نوآوری می‌داند. ورود این شرکت‌ها به بورس علاوه بر افزایش شفافیت عملکرد و دسترسی به منابع مالی، می‌تواند نشان‌دهنده حرکت تدریجی آنها از اتکا به حمایت‌های دولتی به سمت خلق ارزش اقتصادی پایدار باشد. با این حال، افزایش تعداد شرکت‌های بورسی به‌تنهایی برای ارزیابی موفقیت زیست‌بوم کافی نیست و باید میزان اثرگذاری اقتصادی و فناورانه این بنگاه‌ها نیز مورد توجه قرار گیرد.

◄ رشد درآمد شرکت‌ها بدون افزایش متناسب فروش محصولات دانش‌بنیان

یکی از مهم‌ترین نکات گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، تفاوت میان رشد فروش کل شرکت‌های دانش‌بنیان و میزان توسعه فعالیت‌های فناورانه آنهاست. آمارها نشان می‌دهد فروش کل این شرکت‌ها از ۳۳۱ همت در سال ۱۴۰۰ به هزار و ۷۰۰ همت در سال ۱۴۰۳ رسیده است.

فروش محصولات دانش‌بنیان نیز در همین دوره از ۹۰ همت به ۳۴۲ همت افزایش یافته است. در نگاه نخست، این ارقام از توسعه بازار و افزایش درآمد شرکت‌های دانش‌بنیان حکایت دارند، اما بررسی سهم محصولات دانش‌بنیان از درآمد کل شرکت‌ها تصویر متفاوتی ارایه می‌کند. بر اساس گزارش، این سهم از حدود ۲۷ درصد در سال ۱۴۰۰ به ۲۰ درصد در سال ۱۴۰۳ کاهش یافته است. به عبارت دیگر، اگرچه درآمد کل شرکت‌ها افزایش پیدا کرده، اما فروش محصولات دانش‌بنیان با همان سرعت توسعه نیافته است. این مساله نشان می‌دهد بخشی از رشد اقتصادی شرکت‌هایی که عنوان دانش‌بنیان دارند، لزوما از محل توسعه محصولات فناورانه آنها حاصل نشده است. خروج تدریجی برخی محصولات از فهرست محصولات پیچیده و فناورانه و افزایش سهم محصولات با فناوری متوسط و پایین، از جمله عواملی است که می‌تواند در کاهش سهم فروش محصولات دانش‌بنیان نقش داشته باشد. نکته دیگر آن است که ارقام فروش اعلام‌شده با نرخ تورم تعدیل نشده‌اند. بنابراین افزایش ریالی درآمد شرکت‌ها را نمی‌توان به‌طور مستقیم معادل افزایش واقعی تولید، توسعه بازار یا ارتقای ظرفیت فناورانه دانست. در اقتصادی که با تورم بالا مواجه است، رشد اسمی درآمد ممکن است تا حد زیادی ناشی از افزایش قیمت‌ها باشد و تصویر دقیقی از میزان توسعه واقعی فعالیت بنگاه‌ها ارایه نکند.

از سوی دیگر، سهم فروش محصولات با فناوری متوسط و بالا از تولید ناخالص داخلی در سال ۱۴۰۳ به حدود ۶ درصد رسیده است. بر اساس روند موجود، دستیابی به هدف هفت درصدی برنامه هفتم در سال ۱۴۰۴ و حتی هدف ۱۰ درصدی تا پایان سال ۱۴۰۷ امکان‌پذیر به نظر می‌رسد. با این حال، مرکز پژوهش‌های مجلس درباره دقت این برآورد هشدار می‌دهد؛ چراکه استفاده از درآمد کل شرکت‌های دانش‌بنیان به‌جای ارزش واقعی تولیدات با فناوری متوسط و بالا، ممکن است نتایج ارزیابی را تحت تاثیر قرار دهد. در واقع، مساله اصلی در این بخش صرفا افزایش فروش شرکت‌ها نیست، بلکه میزان سهم محصولات فناورانه از این فروش و توان بنگاه‌ها برای تبدیل دانش و فناوری به محصولات دارای ارزش افزوده بالاتر است.

◄ سهم محدود محصولات فناورانه در صادرات و عقب‌ماندگی از رقبا

وضعیت صادرات نیز یکی دیگر از بخش‌هایی است که فاصله میان ظرفیت بالقوه و عملکرد واقعی زیست‌بوم دانش‌بنیان را نشان می‌دهد. بر اساس گزارش، سهم محصولات با فناوری بالا از صادرات غیرنفتی کشور از ۰.۴۱ درصد در سال ۱۴۰۰ به ۱.۲۷ درصد در سال ۱۴۰۴ افزایش یافته است. اگرچه این روند افزایشی است، اما سهم محصولات پیشرفته در ترکیب صادرات کشور همچنان محدود باقی مانده است. در بخش صادرات محصولات با فناوری متوسط و بالا نیز ایران با وجود افزایش ارزش صادرات، نتوانسته به جایگاه موردنظر برنامه هفتم توسعه دست پیدا کند. ارزش صادرات این محصولات از ۱۸ میلیارد دلار در سال ۱۴۰۰ به ۲۸ میلیارد دلار در سال ۱۴۰۴ رسیده است، اما ایران همچنان در رتبه چهارم منطقه قرار دارد. در این مقایسه، امارات متحده عربی با ۱۴۴ میلیارد دلار، ترکیه با ۱۱۲ میلیارد دلار و عربستان سعودی با ۶۵ میلیارد دلار صادرات محصولات با فناوری متوسط و بالا، جایگاه‌های بالاتری از ایران دارند. این در حالی است که برنامه هفتم توسعه دستیابی به رتبه دوم منطقه را هدف‌گذاری کرده است. وضعیت صادرات محصولات با فناوری بالا از این هم ضعیف‌تر است. ایران با حدود ۵۰۰ میلیون دلار صادرات در سال ۱۴۰۴، در رتبه هشتم منطقه قرار دارد.

این ارقام نشان می‌دهد افزایش تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان و رشد فروش داخلی آنها هنوز به توسعه متناسب بازارهای صادراتی و افزایش رقابت‌پذیری محصولات پیشرفته منجر نشده است. اهمیت این موضوع در شرایط جنگ و بازسازی اقتصادی بیشتر می‌شود. توسعه صادرات محصولات فناورانه علاوه بر ایجاد درآمد ارزی، می‌تواند بخشی از منابع مورد نیاز برای واردات تجهیزات، مواد اولیه و فناوری‌های موردنیاز صنایع کشور را تامین کند. از این منظر، صادرات دانش‌بنیان‌ها صرفا یک شاخص تجاری نیست، بلکه می‌تواند در کاهش فشار بر منابع ارزی و تقویت توان تولید داخلی نیز نقش داشته باشد.

◄ افت رتبه نوآوری؛ شکاف میان ظرفیت لمی و زیرساخت‌های توسعه فناوری

یکی دیگر از هشدارهای مهم گزارش به وضعیت ایران در شاخص جهانی نوآوری مربوط است. ایران که در سال ۲۰۲۲ در جایگاه ۵۳ این شاخص قرار داشت، در سال‌های بعد روند نزولی را تجربه کرد و در سال ۲۰۲۵ با شش پله سقوط نسبت به سال قبل، به رتبه ۷۰ رسید. این وضعیت در شرایطی رقم خورده که برنامه هفتم توسعه دستیابی به رتبه ۴۲ را هدف‌گذاری کرده است. بررسی زیرشاخص‌های ورودی و خروجی نوآوری نیز ابعاد دیگری از چالش‌های این حوزه را آشکار می‌کند.

ایران در خروجی نوآوری رتبه ۴۶ و در ورودی نوآوری رتبه ۱۰۹ را دارد. این فاصله معنادار نشان می‌دهد کشور با وجود برخورداری از ظرفیت علمی و توان تولید دستاوردهای نوآورانه، در زمینه فراهم کردن زیرساخت‌ها و شرایط لازم برای توسعه نوآوری با ضعف مواجه است. به بیان دیگر، توان علمی و فناورانه کشور هنوز می‌تواند به تولید خروجی‌های نوآورانه منجر شود، اما ضعف محیط نهادی، زیرساختی و شرایط پشتیبان، مسیر تبدیل این ظرفیت‌ها به فعالیت اقتصادی گسترده و پایدار را دشوار کرده است. این شکاف از آن جهت اهمیت دارد که تولید دانش و دستاورد علمی به‌تنهایی برای توسعه اقتصاد دانش‌بنیان کافی نیست. دستاوردهای تحقیقاتی زمانی می‌توانند به مزیت اقتصادی تبدیل شوند که امکان تامین مالی، تولید صنعتی، دسترسی به بازار، حمایت حقوقی و تجاری‌سازی آنها فراهم باشد. بنابراین افت رتبه ایران در شاخص جهانی نوآوری را نمی‌توان صرفا به عملکرد شرکت‌ها نسبت داد و باید مجموعه عوامل موثر بر محیط فعالیت آنها را نیز در نظر گرفت.

◄ حمایت‌های مالی؛ ضرورت سنجش اثربخشی به‌جای افزایش منابع

مرکز پژوهش‌های مجلس در بخش دیگری از گزارش به سیاست‌های حمایتی و ابزارهای تامین مالی شرکت‌های دانش‌بنیان پرداخته است. در سال‌های اخیر، حجم حمایت‌های مالی و تنوع ابزارهای تامین مالی این شرکت‌ها افزایش یافته، اما این روند لزوما به معنای اثربخشی بیشتر حمایت‌ها نیست. یکی از نشانه‌های این مساله، همزمانی افزایش نسبت هزینه‌کرد تحقیق و توسعه به درآمد شرکت‌ها با کاهش سهم فروش محصولات دانش‌بنیان از درآمد کل آنهاست. چنین وضعیتی می‌تواند از وجود فاصله میان سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و تبدیل نتایج آن به محصولات تجاری و درآمد اقتصادی حکایت داشته باشد. البته نمی‌توان این فاصله را صرفا به ناکارآمدی حمایت‌ها نسبت داد.

فعالیت‌های تحقیق و توسعه معمولا با وقفه زمانی به نتیجه اقتصادی می‌رسند و ممکن است آثار سرمایه‌گذاری‌های انجام‌شده در کوتاه‌مدت در آمار فروش نمایان نشود. علاوه بر این، شرایط کلان اقتصادی، ضعف بازارسازی و تجاری‌سازی و احتمال تخصیص ناکارآمد بخشی از منابع نیز می‌توانند بر نتایج اثرگذار باشند. مرکز پژوهش‌های مجلس با توجه به ناهمگونی ابزارهای حمایتی، تورم بالا و نبود داده‌های نتیجه‌محور، امکان قضاوت قطعی درباره کفایت و اثربخشی اقتصادی مجموع حمایت‌ها را محدود می‌داند. بر همین اساس، تاکید اصلی گزارش بر ضرورت تغییر رویکرد از ارزیابی میزان منابع تخصیص‌یافته به سنجش نتایج واقعی حمایت‌هاست. این موضوع در شرایط جنگ و دوره بازسازی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. شرکت‌های دانش‌بنیان برای حفظ فعالیت جاری خود به تسهیلات و سرمایه در گردش نیاز دارند و در عین حال، طرح‌های تحقیق و توسعه و پروژه‌های تجاری‌سازی که پیش از جنگ آغاز شده‌اند، برای جلوگیری از توقف و از دست رفتن دستاوردهای قبلی به تامین مالی مستمر نیازمندند. در همین راستا، افزایش سرمایه صندوق نوآوری و شکوفایی و تامین منابع مالی پیش‌بینی‌شده در قانون جهش تولید دانش‌بنیان از جمله اولویت‌هایی است که در گزارش مورد تاکید قرار گرفته است. همچنین طراحی شاخص‌های مرکب برای ارزیابی اثربخشی حمایت‌ها، تامین منابع مالی پایدار برای معاونت علمی و فناوری و صندوق نوآوری و شکوفایی و هدایت حمایت‌های مالی به سمت تولید اقلام راهبردی مورد نیاز کشور در دوره جنگ و پساجنگ پیشنهاد شده است.

◄ ضرورت تغییر معیارهای ارزیابی از تعداد شرکت‌ها تا خلق ارزش اقتصادی

جمع‌بندی گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس نشان می‌دهد ارزیابی عملکرد زیست‌بوم دانش‌بنیان نباید صرفا بر تعداد شرکت‌های ثبت‌شده، حجم تسهیلات پرداختی یا میزان فروش اسمی آنها متمرکز باشد. این شاخص‌ها اگرچه بخشی از وضعیت موجود را نشان می‌دهند، اما به‌تنهایی نمی‌توانند میزان پیشرفت واقعی اقتصاد دانش‌بنیان را مشخص کنند. یکی از پیشنهادهای مهم گزارش، توجه بیشتر به شاخص‌هایی است که ارتباط مستقیم‌تری با عمق فعالیت فناورانه و توان تجاری‌سازی شرکت‌ها دارند. از جمله این شاخص‌ها می‌توان به سهم محصولات دانش‌بنیان از درآمد شرکت‌ها، میزان صادرات محصولات با فناوری بالا، درآمد حاصل از مالکیت فکری و تجاری‌سازی دارایی‌های فکری اشاره کرد. در این میان، درآمد حاصل از مالکیت فکری، از جمله خرید و فروش حقوق مالکیت فکری، می‌تواند معیاری برای سنجش میزان تبدیل دانش و فناوری به دارایی اقتصادی باشد؛ موضوعی که در ارزیابی عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان کمتر از شاخص‌هایی مانند فروش و تعداد بنگاه‌ها مورد توجه قرار گرفته است. گزارش همچنین تاکید می‌کند که در شرایط جنگ و کاهش کلی صادرات، مقایسه رتبه کشورها به‌تنهایی نمی‌تواند معیار دقیقی برای ارزیابی عملکرد داخلی باشد؛ چراکه اقتصادهای مختلف در شرایط یکسانی قرار ندارند. بنابراین در کنار مقایسه‌های بین‌المللی، باید شاخص‌های داخلی و روند تغییرات واقعی عملکرد شرکت‌ها نیز مورد توجه قرار گیرد. حفظ سطح فروش و درآمد شرکت‌های دانش‌بنیان در شرایط رکود و تورم، افزایش سهم صادرات محصولات با فناوری بالا از کل صادرات غیرنفتی و بهبود سهم محصولات دانش‌بنیان در سبد درآمدی شرکت‌ها از جمله اولویت‌هایی است که در این گزارش مطرح شده است.

در مجموع، مهم‌ترین پیام گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس این است که توسعه زیست‌بوم دانش‌بنیان را نمی‌توان با افزایش تعداد شرکت‌ها و رشد اسمی درآمد آنها یکسان دانست. آنچه در نهایت می‌تواند به تقویت اقتصاد دانش‌بنیان منجر شود، افزایش سهم واقعی فناوری در تولید و فروش، تبدیل دستاوردهای تحقیقاتی به محصولات رقابت‌پذیر، توسعه بازارهای صادراتی و کاهش وابستگی شرکت‌ها به حمایت‌های مستمر است. از این منظر، عبور از رتبه‌سازی و آمارهای کمی و حرکت به سمت سنجش ظرفیت واقعی خلق ارزش، مهم‌ترین ضرورت سیاست‌گذاری در این حوزه به شمار می‌رود.

شیوه حملات سایبری پیچیده‌تر شده است

رییس مرکز فرماندهی عملیات امنیت سایبری با بیان اینکه با استفاده هکرها از هوش مصنوعی، حملات سایبری پیچیده‌تر شده است، گفت: تقویت توان دفاع سایبری کشور در دستور کار قرار دارد.

به گزارش مهر به نقل از مرکز ملی فضای مجازی، دکتر حجت، رییس مرکز فرماندهی عملیات امنیت سایبری مرکز ملی فضای مجازی، در نخستین جلسه کمیته راهبری دومین رویداد ملی پایش امنیت سایبری با اشاره به برگزاری نخستین دوره این رزمایش با همکاری دستگاه‌های هماهنگ‌کننده و بخش خصوصی گفت: برگزاری رزمایش سال گذشته دستاوردها و نتایج ارزشمندی به همراه داشت و موجب شد برخی سازمان‌های حیاتی کشور که سال‌ها در معرض تهدید بودند، با شناسایی آسیب‌پذیری‌ها و نقاط ضعف خود، اقدامات اصلاحی را در دستور کار قرار دهند.

وی با اشاره به افزایش حملات سایبری و حرفه‌ای‌تر شدن هکرها افزود: با توسعه فناوری‌های جدید، به‌ویژه هوش مصنوعی، شیوه حملات و میزان اثرگذاری هکرها در زیست‌بوم فضای مجازی تغییر کرده و پیچیده‌تر شده است. از این رو، در دومین دوره رزمایش امنیت سایبری باید با رویکردی متفاوت و عمیق‌تر عمل کنیم.

رییس مرکز فرماندهی عملیات امنیت سایبری اظهار کرد: در این دوره تلاش داریم تجربه‌ها و روش‌های موفق سازمان‌هایی را که توانسته‌اند با طراحی معماری مناسب، در برابر حملات سایبری مقاومت کنند، ارایه کنیم. همچنین لازم است نمونه‌هایی از سازمان‌هایی که با وجود حملات متعدد، آسیب کمتری دیده‌اند، معرفی و تجربه‌های آنها به اشتراک گذاشته شود. وی با تأکید بر ضرورت تعیین جامعه هدف مشخص برای این رزمایش تصریح کرد: باید جامعه هدف را به‌صورت تخصصی انتخاب کنیم و تیم‌های دستگاه‌های هماهنگ‌کننده در سازمان‌های منتخب حضور یابند تا وضعیت امنیت سایبری آنها را عمیق‌تر و با جزییات بیشتری بررسی کنند.

انتظار داریم دستگاه‌های هماهنگ‌کننده هر چه سریع‌تر تیم‌های تخصصی خود را معرفی کنند. حجت با تأکید بر ضرورت تقویت اقدامات پیشگیرانه در برابر حملات سایبری افزود: در بسیاری از موارد، شناسایی حملات پس از وقوع حادثه انجام می‌شود، در حالی که باید با شناسایی به‌موقع تهدیدات، پیش از اجرای عملیات تخریبی از آسیب به زیرساخت‌ها جلوگیری کرد.

تجربه‌های موفق بخش خصوصی در شناسایی و مقابله به‌موقع با حملات می‌تواند به عنوان الگو در اختیار سایر سازمان‌ها قرار گیرد.

رییس مرکز فرماندهی عملیات امنیت سایبری با اشاره به ظرفیت‌های بخش خصوصی در ارتقای امنیت سایبری کشور گفت: طی یک سال گذشته ارتباط نزدیکی با بخش خصوصی برقرار شده و انتظار داریم شرکت‌های فعال در این حوزه با حضور موثرتر در رزمایش، به کمک دستگاه‌ها و سازمان‌ها بیایند.

وی افزود: بخش خصوصی در این مدت اقدامات ارزشمندی در حوزه امنیت سایبری انجام داده است؛ از جمله توسعه زیرساخت‌های هوش مصنوعی برای پایش مستمر امنیت سایبری و تولید محصولات بومی در صنعت امنیت سایبری که می‌توان از ظرفیت این دستاوردها در دومین دوره رزمایش استفاده کرد. حجت ادامه داد: تلاش داریم محصولات بومی و ظرفیت‌های حاصل از خلاقیت و نوآوری شرکت‌های داخلی را در این رزمایش به کار گیری کنیم تا ضمن تقویت توان دفاع سایبری کشور، از دستاوردهای موجود برای ارتقای امنیت سازمان‌ها بهره ببریم.

شیائومی روی دور بدبیاری

شرکت «شیائومی» (XiaomiCorp) در نتیجه رکود در بازار خودروی چین و افزایش هزینه‌های قطعات، روز سه‌شنبه از کاهش ۵۷ درصدی سود خالص خود در سه‌ماهه سوم امسال خبر داد و عملکرد ضعیف‌تر از حد انتظاری را ارایه کرد. به گزارش ایسنا، این تولیدکننده خودروهای برقی و گوشی‌های هوشمند که سهام آن در بورس هنگ کنگ عرضه شده، همچنین اعلام کرد که در راستای برنامه‌های توسعه بین‌المللی خود، قصد دارد در نیمه دوم سال ۲۰۲۷ وارد بازار خودروی آلمان شود. بر اساس داده‌های شرکت مالی «ال‌اس‌ای‌جی» (LSEG)، شیائومی سود خالص تعدیل‌شده‌ای معادل ۴.۹ میلیارد یوان (۷۳۵.۷ میلیون دلار امریکا) را برای بازه زمانی ژوئیه تا سپتامبر گزارش کرد که پایین‌تر از میانگین پیش‌بینی تحلیلگران (۵.۲ میلیارد یوان) بود. بخش خودروهای انرژی نو (NEV)، هوش مصنوعی و سایر طرح‌های جدید شیائومی، در سه‌ماهه سوم، با زیان عملیاتی ۳.۴ میلیارد یوان مواجه شد. درآمد حاصل از کسب‌وکار خودروهای انرژی نو نیز به دلیل کاهش تحویل خودروها، ۱۹.۹ درصد افت کرد و به ۲۲.۷ میلیارد یوان رسید. طبق بیانیه‌های پیشین شیائومی، این شرکت در طول سه‌ماهه سوم، ۱۰۰ هزار و ۹۷۵ دستگاه خودرو تحویل داده است که نسبت به سال گذشته ۷.۲ درصد کاهش نشان می‌دهد. شیائومی با استناد به داده‌های صنعتی اعلام کرد که مجموع فروش خرده‌فروشی در بازار خودروهای سواری چین، نسبت به سال قبل ۲۴ درصد کاهش یافته است. این شرکت در جلسه بررسی نتایج مالی پس از اعلام گزارش، اعلام کرد که رکود بازار خودروی داخلی «فشار سنگینی بر همه» وارد می‌کند. همچنین، افزایش هزینه‌ها و موجودی کالاها به عنوان چالش‌هایی برای کسب‌وکار خودرویی این شرکت مطرح شدند. با این حال، شیائومی اعلام کرد که قصد دارد در نیمه دوم سال ۲۰۲۷ وارد بازار خودروی آلمان شود و هم‌اکنون در حال انجام آزمایش‌های خودرویی در چند کشور اروپایی است. تحلیلگران، تشدید رقابت قیمتی و تضعیف بازار خودروی داخلی را به عنوان ریسک‌هایی برای کسب‌وکار خودرویی شیائومی برشمرده‌اند. به گفته آنها، فروش سری خودروهای شاسی‌بلند جدید این شرکت - موسوم به «اسکای‌نومد» (SkyNomad) - تنها توانسته است بخشی از کاهش عرضه مدل‌های قدیمی‌تر را جبران کند. سومین تولیدکننده بزرگ گوشی‌های هوشمند در جهان پس از سامسونگ و اپل، اعلام کرد که کل درآمد سه‌ماهه سوم با ۵.۲ درصد کاهش به ۱۰۷.۲ میلیارد یوان رسیده است، در حالی که درآمد گوشی‌های هوشمند ۰۸ درصد کاهش یافته است. حاشیه ناخالص گوشی‌های هوشمند این شرکت به دلیل ادامه هزینه‌های بالای حافظه، از ۱۱.۱ درصد در سال گذشته، به ۹.۲ درصد کاهش یافته است.

آمازون وارد بازار آنلاین خودرو در انگلیس می‌شود

بازار آنلاین خرید و فروش خودروی آمازون (Amazon Autos) اوایل سال ۲۰۲۷ در انگلیس راه‌اندازی می‌شود که نخستین توسعه فعالیت این پلتفرم در خارج از امریکا خواهد بود. به گزارش ایسنا، شرکت هیوندای در زمان آغاز فعالیت این پلتفرم، خودروهای نو و کارکرده تایید شده خود را عرضه خواهد کرد و شرکت انگلیسی «ورتو موتورز» (VertuMotors) نیز خودروهای کارکرده را در این بازار آنلاین به فروش خواهد گذاشت. آمازون روز چهارشنبه با اعلام این خبر، توضیح داد که در ادامه، گروه‌های بیشتری از نمایندگی‌های خودرو به این پلتفرم ملحق خواهند شد. مشتریان می‌توانند خودروهای مختلف را جست‌وجو و مقایسه کنند، قیمت نهایی و شفاف خودروها را بدون هزینه‌های پنهان مشاهده کنند، ارزش خودروی فعلی خود را به‌صورت فوری تخمین بزنند، گزینه‌های تامین مالی را بررسی کنند و خودروی موردنظرشان را به‌صورت آنلاین، رزرو کنند. با این حال، مراحل نهایی خرید باید به‌صورت حضوری در نمایندگی انجام شود. سبد اولیه محصولات هیوندای در این پلتفرم شامل خودروهای برقی، هیبریدی و بنزینی از جمله مدل‌های «آیونیک ۵» (IONIQ ۵)،