



سال دوم، شماره ۴، پیاپی ۸

خبرنامه

پژوهشکده سیاستگذاری شریف

دوماهنامه
بهمن و
اسفند
۱۴۰۲

۳	دیباچه
۴	اخبار
۴	نمایشگاه توان‌مندی‌های داخلی
۶	انتصاب دکتر علی ملکی
۶	جایزه ملی آبادیران
۶	روز درخت‌کاری
۷	گزارش مجمع عمومی پژوهشکده
۸	یادداشت‌ها
۸	ظرفیت‌های بریکس برای فرهنگ و صنایع خلاق ایران
۱۱	راهبردهایی برای توسعه صنعت نیمه‌هادی (بخش دوم)
۱۳	رویدادها
۱۳	نشست پیوست فرهنگی سیاست‌های اقتصادی
۱۷	اقتصاد پیوست فرهنگی
۱۸	تاب‌آوری زنجیره تامین صنعت میکروالکترونیک
۱۹	بررسی ابعاد سیاستی افزایش قیمت اینترنت
۲۰	نشست سی‌مرغ
۲۲	سیاست‌نامه علم و فناوری

مقارن با ماه مبارک رمضان و در آستانه سال نو، در حالی که هنوز جهان از پیامد تنش‌های منطقه‌ای همچون نسل‌کشی و جنایت جنگی در غزه رنج می‌برد، و خاطرات برگزاری دوازدهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در اذهان عمومی باقی است و ابعاد این رویداد مهم سیاسی در حال بررسی و تحلیل است، شماره جدید خبرنامه پژوهشکده سیاست‌گذاری شریف منتشر می‌شود.

پژوهشکده سیاست‌گذاری شریف خرسند است که با اتکا به دانش روز و ترویج سیاست‌گذاری مبتنی بر شواهد در راستای ارتقای حکمرانی و انجام اصلاحات ضروری آن گام برمی‌دارد. ما بر این باوریم که با همکاری و مشارکت فعال بخش خصوصی، نخبگان و حمایت مردم، می‌توانیم در مسیر رشد و توسعه اقتصادی پایدار اهتمام ورزیم. در این رهگذر خبرنامه‌ی پژوهشکده سیاست‌گذاری شریف، یکی از پل‌های ارتباطی میان این پژوهشکده و مخاطبان آن است؛ و بر این اساس محوریت این خبرنامه بر پایه انعکاس گزارش‌ها و رویدادهایی شکل گرفته است که در بازه دوماهه پیشین (بهمن و دی) در پژوهشکده سیاست‌گذاری دانشگاه صنعتی شریف انجام شده است.

در این شماره از خبرنامه می‌خوانید:

- گزارشی از حضور پژوهشکده در نمایشگاه توانمندی‌های داخلی
- گزارشی از روز درختکاری
- بازتابی از مجمع عمومی پژوهشکده
- یادداشت «ظرفیت‌های بریکس برای فرهنگ و صنایع خلاق ایران».
- یادداشت «راهبردهایی برای توسعه صنعت نیمه‌هادی (بخش دوم)».
- رویداد «پیوست فرهنگی سیاست‌های اقتصادی».
- رویداد «اقتصاد پیوست فرهنگی».
- رویداد «تاب‌آوری زنجیره تامین صنعت میکروالکترونیک».
- رویداد «از سی‌مرغ تا سیمرغ»
- انتشار فصلنامه سیاست‌گذاری علم و فناوری، دوره ۱۳، شماره ۴، بهمن ۱۴۰۲

امیدواریم که این خبرنامه مورد توجه شما قرار گیرد.

با احترام،

پژوهشکده سیاست‌گذاری شریف

نمایشگاه توانمندی‌های داخلی

« مشارکت پژوهشکده سیاستگذاری دانشگاه صنعتی شریف در ارائه توضیحات غرفه آب در نمایشگاه توانمندی‌های تولید داخلی محضر رهبر معظم انقلاب روز دوشنبه ۹ بهمن ۱۴۰۲ حضرت آیت‌الله خامنه‌ای رهبر معظم انقلاب اسلامی به مدت ۴ ساعت از نمایشگاه توانمندی‌های تولیدات داخل در محل حسینیه امام خمینی(ره) بازدید کردند.

این نمایشگاه با محوریت شرکت‌های دانش بنیان و زنجیره تامین تولید برپا شده بود. در این نمایشگاه شرکت‌های دانش بنیان در بخش‌های «انرژی»، «صنعت نفت و پتروشیمی»، «صنایع خودروسازی»، «معدن و صنایع معدنی و فلزی»، «ارتباطات و فناوری اطلاعات و ساخت ماهواره»، «صنایع غذایی و کشاورزی»، «صنعت آب و فاضلاب»، «تجهیزات پزشکی»، «صنایع دستی»، «حمل و نقل هوایی، دریایی، ریلی و زمینی»، «صنایع نساجی» و «مسکن و لوازم خانگی» آخرین دستاوردها و تولیدات خود را به نمایش گذاشته بودند.



مدیر اجرایی اندیشکده آب و محیط‌زیست به نمایندگی از پژوهشکده سیاست‌گذاری دانشگاه صنعتی شریف در غرفه آب این نمایشگاه حضور داشته و در ابتدای تشریف‌فرمایی مقام معظم رهبری جهت بازدید از این غرفه به ارائه گزارشی از نتایج تحقیقات اندیشکده آب و محیط‌زیست از وضعیت منابع و مصارف آب کشور پرداخت. در ادامه بازدید رهبر معظم انقلاب از غرفه آب نیز معظم‌له به استماع گزارش رئیس فدراسیون صنعت آب ایران از راهکارهای پیشنهادی برای رفع ناترازی منابع و مصارف آب و دستاوردها و توانمندی‌های حوزه صنعت آب کشور پرداختند.

« تشکیل بازار بهینه‌سازی ضامن تحقق اهداف نقشه راه آب کشور

اندیشکده آب و محیط‌زیست پژوهشکده سیاست‌گذاری دانشگاه صنعتی شریف در نمایشگاه توانمندی‌های تولید داخلی، به ارائه یافته‌های پژوهشی و سیاستی پژوهشکده برای بازدیدکنندگان پرداخت.

در جریان بازدید رئیس‌جمهور از غرفه آب این نمایشگاه، ابعاد مختلف مسئله برای ایشان تشریح و راهکارهای پیشنهادی تحقق اهداف نقشه راه آب کشور ارائه شد.

رئیس‌جمهور، در این دیدار، ضمن درخواست برای کوتاه‌تر شدن بازه زمانی تحقق اهداف کمی مندرج در نقشه راه، از وزیر نیرو خواستند تا برای برون‌رفت از تبعات ناترازی آب به شکل ویژه از ظرفیت‌های تخصصی و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی استفاده شود و در این خصوص به قوانین و بخش‌نامه‌های موجود نیز بسنده نکنند و در مواردی که نیازمند قوانین و مقررات ویژه است، موضوع را در جلسات هیئت دولت مطرح نمایند.



انتصاب دکتر علی ملکی

هامون طهماسبی، پژوهشگر ارشد اندیشکده صنعت و توسعه پایدار پژوهشکده سیاست‌گذاری شریف، نفر اول برنده جایزه ملی آبادیران شد. جایزه ملی آبادیران (آبادینو) با هدف شناسایی فعالان مردمی حوزه آبادانی و پیشرفت فناورانه به دنبال شناسایی فعال‌ترین و مؤثرترین بازیگران این عرصه در بخش‌های مختلف دانشگاهی، شرکت‌ها، گروه‌های مردمی و مسئولیت اجتماعی پایه‌گذاری شده است.



آقای علی ملکی، مدیر محترم اندیشکده صنعت و توسعه پایدار، به مسئولیت نمایندگی ایران در بانک جهانی منصوب شد.

دکتر علی ملکی مشاور وزیر اقتصاد، رئیس پیشین مرکز راهبردی دانشگاه صنعتی شریف، عضو هیئت‌علمی و رییس پیشین پژوهشکده سیاست‌گذاری دانشگاه صنعتی شریف، به‌عنوان نمایندگی ایران در بانک جهانی منصوب شد.

علی اردلان، فرهاد نیلی، مجتبی خالصی و... از جمله نمایندگان سال‌های اخیر ایران در بانک جهانی بوده‌اند؛ شرکت در اجلاس جهانی، استفاده از ظرفیت‌های اقتصادی این مجموعه، تعاملات آموزشی و پژوهشی و... بخشی از کارهایی‌ست که بر عهده نمایندگان ایران در این نهاد بین‌المللی قرار دارد.



روز درخت‌کاری

به مناسبت روز درخت‌کاری و به‌منظور ترویج این فرهنگ پسندیده، جمعی از پژوهشگران پژوهشکده سیاست‌گذاری شریف اقدام به کاشتن چندین اصله نهال در محوطه پژوهشکده کردند.



جایزه ملی آبادیران

برندگان نخستین دوره جایزه ملی آبادیران، معرفی و تقدیر شدند

مراسم تقدیر از برندگان این جایزه که در رقابت بین ۷۵۰ شرکت‌کننده انتخاب شده‌اند از برنامه‌های نخستین گردهمایی فعالان مردمی آبادانی و پیشرفت فناورانه بود که نهم بهمن ماه در باغ موزه انقلاب اسلامی و دفاع مقدس برگزار شد.

گزارش مجمع عمومی پژوهشکده

در تاریخ ۳ بهمن ۱۴۰۳، همزمان با ایام ولادت حضرت علی (ع) و روز پدر، جلسه مجمع عمومی پژوهشکده روز سه‌شنبه از ساعت ۱۶ تا ۱۸ در سالن کنفرانس پژوهشکده و با حضور ریاست، اعضای محترم هیئت علمی و سایر همکاران برگزار شد. ابتدا ریاست پژوهشکده ضمن گرامیداشت مقام والای پدر و میلاد حضرت علی (ع)، خیر مقدم گفته و به اهمیت این رویداد پرداختند. در ادامه اعضا به بحث و گفتگو پیرامون جایگاه پدر در خانواده و جامعه، چالش‌ها و مصائب احتمالی ایشان از جمله سختی‌های امرار معاش و همچنین موضوع درآمد پژوهشگران و دهک‌های درآمدی جامعه پرداختند.

در بخش پایانی، از تلاش‌های ارزشمند همکاران حاضر در این مجمع صمیمانه قدردانی شد. در مجموع این گردهمایی فرصت مغتنمی برای تجلیل از جایگاه رفیع پدران و طرح دغدغه‌های معیشتی پژوهشگران بود.



ظرفیت‌های بریکس برای فرهنگ و صنایع خلاق ایران

محمد امین شفیعی‌خانی

یادداشت تحلیلی

اندیشکده حکمروایی فرهنگ و صنایع خلاق

حوزه تخصصی: دیپلماسی فرهنگی



مجمع بریکس که به تازگی عضویت کشورهای نظیر ایران را در بخش بریکس پلاس خود پذیرفته است، حاصل توافق راهبردی چهار کشور نوظهور صنعتی و اقتصادی چین، روسیه، هند، برزیل و آفریقای جنوبی است. این مجمع که نوعی واکنش به وضع موجود جهانی تحت سلطه تعداد محدودی از کشورهای غربی و آمریکای شمالی است، دارای مزایای رقابتی و سرمایه‌های متنوعی برای همکاری در مسیر توسعه کشورهای عضو است. سهم ۲۹ درصدی از تولید ناخالص داخلی (GDP)، رشد چشمگیر اقتصادی در رقابت با گروه کشورهای جی ۷ (G7)، ۴۶ درصد از جمعیت کشورهای جهان، ۴۳ درصد از تولید نفت دنیا و برخورداری از بیش از ۳۰ درصد از مساحت سرزمینی جهان، از جمله این مزایای کشورهای بریکس به همراه کشورهای تازه ورود آن، یعنی بریکس پلاس است.

با این اوصاف و با تصور تلاش بریکس برای تغییر نظم غرب‌محور جهان، این راهبرد مشترک جمهوری اسلامی ایران با این مجمع جهانی نوپا می‌تواند ظرفیت‌های مختلفی از جمله در عرصه فرهنگ داشته باشد. در این یادداشت به دنبال بررسی برخی از ظرفیت‌های بریکس پلاس برای گسترش تعاملات فرهنگی جمهوری اسلامی ایران هستیم:

« توافق‌نامه فرهنگی ۲۰۲۳ بریکس، ظرفیت محتمل برای بریکس پلاس

از نشانه‌های توجه کشورهای عضو بریکس به همکاری و تعاملات فرهنگی، توافق‌نامه‌ای است که در سال ۲۰۲۳ و در حاشیه اجلاس این گروه در آفریقای جنوبی تنظیم و تصویب شد. همکاری و تعامل در حوزه‌های مختلف فرهنگ از جمله مهم‌ترین اهداف این سند می‌باشد. این توافق‌نامه را می‌توان به عنوان فرصتی محتمل برای توسعه تعاملات فرهنگی میان کشورهای تازه وارد به این پیمان جهانی نوین دانست، که از آن جمله ایران و کشورهای عربی هستند.

ضمن آنکه در امتداد این توافق‌نامه، دولت آفریقای جنوبی به عنوان میزبان بریکس ۲۰۲۳، یک

جشنواره (فستیوال) فرهنگی با اجزای مختلف، اعم از اجراهای فرهنگی (تئاتر و موسیقی)، نمایشگاه، کارگاه‌ها، محافل گفتگو و رویدادهای شبکه‌سازی را برگزار نموده است.

« ظرفیت‌های نهادی موجود بریکس برای تعاملات فرهنگی و دانشگاهی

هر چند انعطاف و تحولات زیادی در نهادها و تشکلهای اقماری بریکس امکان‌پذیر است، اما در این مجال نگاهی به برخی از نهادها و تشکلهای موجود پیرامون بریکس داریم که می‌توانند ابزاری مهم برای توسعه دیپلماسی فرهنگی و نظایر آن، یعنی دیپلماسی عمومی، علمی و فناورانه باشند:

شورای اندیشکده‌های بریکس (BRICS Think Tank Council): این شورا که از سال ۲۰۱۳ تشکیل شده، با هدف افزایش همکاری‌ها در زمینه تحقیق و توسعه ظرفیت‌های مربوطه شکل گرفته است. شایان ذکر است که شورای مذکور در ۲۴ و ۲۵ مارس ۲۰۲۲ به میزبانی چین، یک نشست مجازی و یک سمپوزیوم یک‌روزه برگزار نموده است.

مجمع دانشمندان جوان بریکس (BRICS Young Scientist Forum): این مجمع اگرچه در حاشیه نشست وزرای علم، فناوری و نوآوری بریکس در پایتخت برزیل در سال ۲۰۱۵ برگزار شد، اما فرصتی مناسب برای کنشگری و توسعه دیپلماسی فرهنگی و علمی جمهوری اسلامی ایران با تقویت امکان کنشگری دانشمندان جوان برگزیده ایرانی است.

مجمع مدنی بریکس (BRICS Civil Forum): این مجمع نیز که از سال ۲۰۱۵ با هدف تقویت گفتگوهای سازنده بین سازمان‌ها و نهادهای جامعه مدنی و دانشگاهی در کشورهای بریکس در مورد طیف گسترده‌ای از مسائل اجتماعی آغاز به کار نموده است، اگرچه متمرکز بر دغدغه‌های اجتماعی است اما طبیعتاً ظرفیت‌هایی برای توسعه تعاملات و کنش‌های فرهنگی نهادهای مدنی و مردمی جمهوری اسلامی ایران را نیز می‌تواند دارا باشد.

لیگ دانشگاه‌های بریکس (BRICS University)

League): این لیگ که در اکتبر ۲۰۱۵ در پکن تأسیس شد، به عنوان بستری برای ارتباطات و تعاملات دانشگاه‌های برتر کشورهای عضو لحاظ می‌شود. همچنین این لیگ به عنوان یک اتاق فکر بین‌المللی برای حمایت فکری و تحقیق در زمینه سیاست‌گذاری‌ها در میان کشورهای بریکس محسوب می‌شود. شایان ذکر است که تا مه ۲۰۲۲ بیش از ۵۰ دانشگاه به عضویت این لیگ درآمده‌اند که ۲۸ دانشگاه آن، چینی هستند.

دیگر نهادهای علمی بریکس: افزون بر لیگ دانشگاه‌ها، نهادها و شوراهای دیگری نیز وجود دارند که می‌توانند محمل تعاملات فرهنگی واقع شوند. نشست وزیران علم، فناوری و نوآوری بریکس، شبکه دانشگاهی بریکس (BRICS NU) و مجمع آکادمیک بریکس (BAF) بخشی از این نهادها و تشکیلات علمی و دانشگاهی را شامل می‌شوند.

« ظرفیت‌های نهادی بریکس برای تعاملات در حوزه صنایع فرهنگی و خلاق:

۱. ظرفیت‌های صنعتی، فناورانه و نوآورانه:

- مجمع بریکس در انقلاب صنعتی جدید
- مجمع بریکس در زمینه کلان‌داده برای توسعه پایدار
- کنفرانس بین‌المللی رقابت بریکس
- مرکز شایستگی‌های صنعتی بریکس
- جایزه نوآوران جوان بریکس

۲. ظرفیت‌های اقتصادی:

- بریکس پی (BRICS Pay)
- بانک توسعه نوین (NDB)
- صندوق ذخیره ارزی بریکس
- شورای تجاری بریکس
- مزایای استفاده از این ظرفیت‌ها:
- توسعه صنایع فرهنگی و خلاق
- تأمین مالی
- پاسخ به نیازهای صنایع فرهنگی و خلاق

کشور

• دلارزدایی

• گسترش تعاملات بانکی ویژه میان کشورهای عضو

« پیشنهادات سیاستی برای دیپلماسی فرهنگی ایران در قبال بریکس:

ایجاد نهادهای جدید برای توسعه همکاری فرهنگی: جمهوری اسلامی ایران می‌تواند ابتکار عمل را در ایجاد نهادهای جدید برای هم‌افزایی متولیان میراث فرهنگی و گردشگری کشورهای عضو بریکس پلاس به دست بگیرد.

تمرکز بر دغدغه‌های مشترک فرهنگی: دیپلماسی فرهنگی ایران می‌تواند بر دغدغه‌های مشترک فرهنگی مانند خانواده‌زدایی، همجنس‌گرایی، حریم خانواده، فضای مجازی و نظام رسانه‌ای تمرکز کند و تفاهم‌نامه‌ها و پویش‌های مشترک با کشورهای عضو بریکس پلاس طراحی کند.

همکاری در حوزه فناوری‌های فرهنگی و رسانه‌ای: ایران می‌تواند با اتکا به ظرفیت‌های فناورانه و صنعتی خود، در زمینه‌های مربوط به حکمرانی و بهبود فضای فرهنگی و رسانه‌ای با کشورهای عضو بریکس پلاس همکاری کند.

مزایای این سیاست‌ها:

تقویت شبکه تعاملات فرهنگی: ایران می‌تواند به عنوان پرچمدار تقویت تعاملات فرهنگی در بین کشورهای عضو بریکس و بریکس پلاس شناخته شود.

رفع چالش‌های فرهنگی: این سیاست‌ها می‌توانند به رفع چالش‌های فرهنگی ایران مانند منزوی‌سازی و تخریب چهره جهانی ایران کمک کنند.

دستاوردهای اقتصادی: همکاری با بریکس پلاس می‌تواند دستاوردهایی در حوزه فناوری‌های فرهنگ‌بنیان و اقتصاد فرهنگ برای ایران به ارمغان بیاورد.

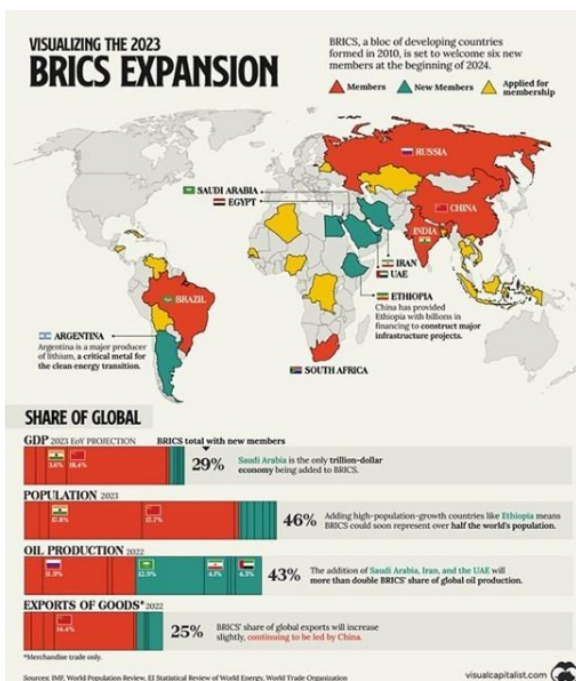
اقدامات لازم:

طراحی و ایجاد نهادهای جدید: ایران باید ابتکار عمل را در ایجاد نهادهای جدید برای همکاری فرهنگی با کشورهای عضو بریکس پلاس به

دست بگیرد.

طراحی تفاهم‌نامه‌ها و پویش‌های مشترک: ایران باید با کشورهای عضو بریکس پلاس در زمینه‌های مورد علاقه مشترک مانند خانواده، فضای مجازی و رسانه‌ای تفاهم‌نامه‌ها و پویش‌های مشترک طراحی کند.

تعریف اقدامات و ظرفیت‌های مشترک در حوزه فناوری‌های فرهنگی و رسانه‌ای: ایران باید از ظرفیت‌های فناورانه و صنعتی خود برای همکاری با کشورهای عضو بریکس پلاس در زمینه‌های مربوط به حکمرانی و بهبود فضای فرهنگی و رسانه‌ای استفاده کند.



راهبردهایی برای توسعه صنعت نیمه‌هادی (بخش دوم)

در بخش نخست یادداشت «**راهبردهایی برای توسعه صنعت نیمه‌هادی**» به این موضوع اشاره شد که با وجود روند روبه‌رشد صنعت نیمه‌هادی، موانع و چالش‌هایی در مقابل شرکت‌های فعال در این حوزه قرار دارند و این شرکت‌ها برای مواجهه با این چالش‌ها نیازمند اتخاذ راهبردهایی همچون پیشرو بودن در حوزه

فناوری هستند. در این یادداشت به سه راهبرد راهگشای دیگر یعنی «سرمایه‌گذاری جسورانه و بلندمدت بر روی تحقیق و توسعه»، «تاب‌آوری بیشتر در شرایط بی‌ثبات» و «جذب نیروی کار مستعد» پرداخته می‌شود.

« سرمایه‌گذاری جسورانه و بلندمدت بر روی تحقیق و توسعه

در صنعت نیمه‌هادی مدت زمان چرخه‌های تحقیق و توسعه می‌تواند بسیار طولانی باشد، در اکثر موارد این بازه‌ی زمانی بیش از ده سال طول می‌کشد. این فعالیت‌های تحقیقاتی معمولاً زودبازده نیستند؛ در نتیجه شرکت‌های سهامی خاص به طور کلی انگیزه چندانی برای این‌گونه سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت ندارند. به همین دلیل دولت‌ها در بسیاری از مواقع به تأمین مالی این فعالیت‌ها کمک می‌کنند. با این شرایط ممکن است بسیاری از سرمایه‌گذاران برای تأمین مالی چنین فعالیت‌هایی تردید داشته باشند؛ اما تجربه ثابت کرده که شرکت‌های فعال در صنعت نیمه‌هادی با سرمایه‌گذاری‌های جسورانه و بلندمدت بر بخش تحقیق و توسعه توانسته‌اند در نهایت سود قابل‌توجهی به دست آورند.

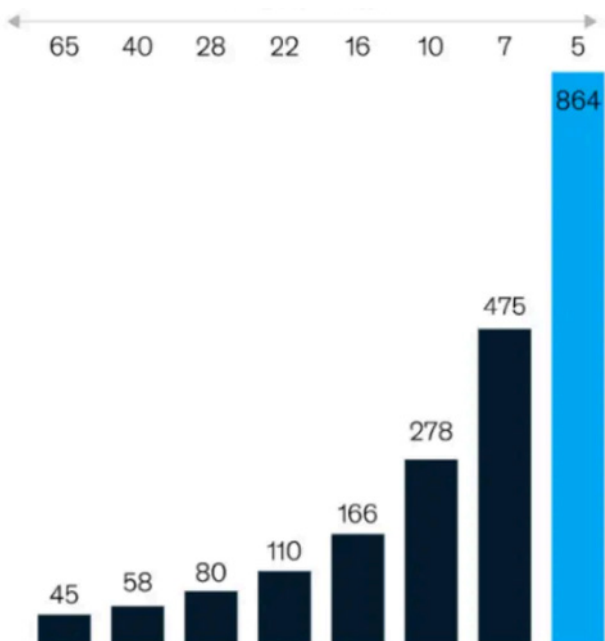
به عنوان مثال، شرکت هلندی «ASML» در بازه‌ی زمانی ۱۷ سال حدود ۷ میلیارد دلار صرف توسعه‌ی فناوری لیتوگرافی با اشعه‌ی ماوراء بنفش فوق‌العاده عمیق (EUV) برای مصارف صنعتی کرده است؛ این شرکت اکنون هر یک از دستگاه‌های لیتوگرافی مذکور را با قیمت حدود ۲۰۰ میلیون دلار به فروش می‌رساند و فروش این دستگاه‌ها منبع اصلی درآمد این شرکت است.

سرمایه‌گذاری هنگفت شرکت‌های فعال در صنعت نیمه‌هادی بر روی پروژه‌های تحقیق و توسعه‌ی بلندمدت، علاوه بر ارتقای این صنعت، موجب جهش فناورانه‌ی سایر صنایع نیز می‌شود. برای مثال، تولید تراشه‌های محاسبات کوانتومی کمک شایانی به صنایع دارویی می‌کند

« تاب‌آوری بیشتر در شرایط بی‌ثبات شرکت‌های فعال در صنعت نیمه‌هادی

همواره در تلاش هستند تا راهبردهای جدیدی برای مدیریت اختلالاتی همچون مشکلات موجود در زنجیره‌ی تأمین و تغییر در تقاضا اتخاذ کنند. در بازارهایی با عدم تناسب بین عرضه و تقاضای محلی، این شرکت‌ها می‌توانند ظرفیت بیشتری را به تولید ریزتراشه‌هایی با فناوری مورد نیاز آن بازار اختصاص دهند.

برای مثال، بازار اروپا بیشتر برای تولید ریزتراشه‌های خودرویی و مصارف صنعتی متقاضی تراشه‌هایی با فناوری بالای ۲۸ نانومتر است. بازار ایالات متحده نیز بیشتر متقاضی تراشه‌هایی با فناوری تولید زیر ۷ نانومتر برای کاربردهای پردازشی است. به این ترتیب ظرفیت تولید شرکت‌های نیمه‌هادی که قصد حضور و فعالیت در اروپا و آمریکا دارند، باید برای پاسخ‌گویی به نیاز آن مناطق تنظیم شود. چنین راهبردی موجب کمک به بازار محلی، انعطاف‌پذیری زنجیره‌ی تأمین و کاهش وابستگی بین بازارها می‌شود. شرکت‌های نیمه‌هادی همچنین می‌توانند با افزایش چابکی خود (از طریق ایجاد تنوع در تأمین‌کنندگان، تقویت راهبردهای قیمت‌گذاری، بهبود تخصیص تراشه به مشتریان، همکاری نزدیک با صنایع و دعوت از مشتریان به سرمایه‌گذاری مشترک)، زمان تحویل محصولات را کاهش دهند

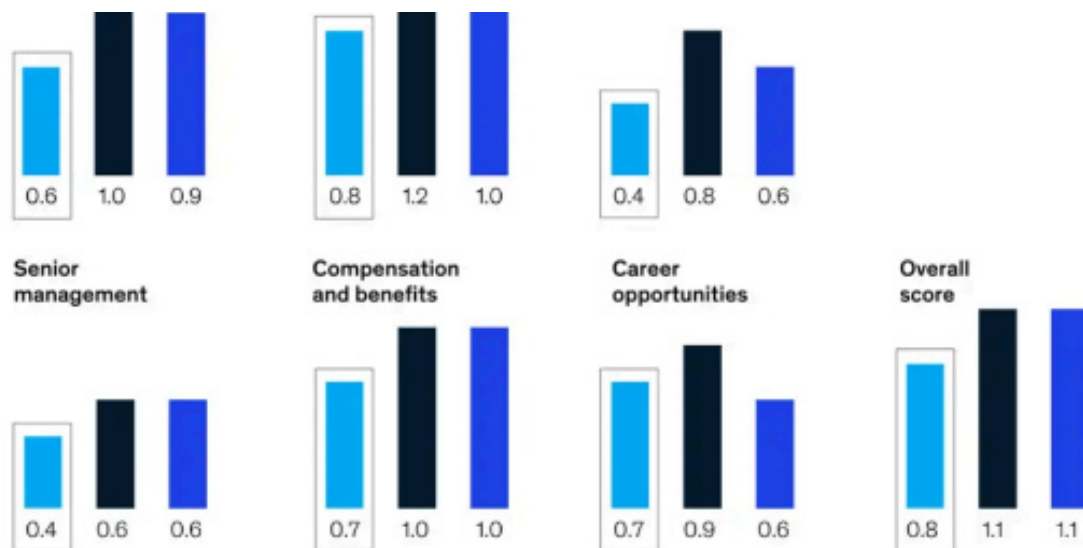


نمودار ۱: میزان نفر-ساعت مورد نیاز برای طراحی تراشه‌هایی با نسل‌های فناوری متفاوت

یکی از راه‌حل‌های ممکن برای تأمین نیروی کار مناسب می‌تواند مشارکت با دانشگاه‌ها و مؤسسات تحقیقاتی باشد. اگر شرکت‌های فعال در این حوزه از برنامه‌های آموزشی مربوط با حوزه‌ی مورد نیاز خود حمایت کنند و یا پیشنهاداتی را در خصوص نحوه‌ی برگزاری کلاس‌های ارائه‌شده در دانشگاه‌ها مطرح کنند، احتمالاً فارغ‌التحصیلان مهارت‌های لازم برای کار در این صنعت فناورانه را خواهند داشت. همچنین ساختار سازمانی و جریان‌های مالی شفاف، مبارزه با فساد، رعایت عدالت، پذیرش فرهنگ‌ها و قومیت‌های مختلف، توجه به بهداشت کار و سلامت کارکنان و همچنین افزایش دستمزدها در این صنعت ضروری است.

به‌طورکلی، با پیشرفت فناوری در صنعت نیمه‌هادی، نیاز به نیروی کار متخصص افزایش می‌یابد. برای مثال، همان‌طور که در نمودار ۱ مشاهده می‌شود میزان نفر-ساعت مورد نیاز برای طراحی ریزتراشه‌ها با نسل‌های فناوری پیشرفته‌تر، به‌طور تصاعدی افزایش می‌یابد.

بدین ترتیب شرکت‌های فعال در صنعت نیمه‌هادی باید تلاش خود را برای جذب نیروهای متخصص افزایش دهند، اما در این مسیر با چالش‌هایی مواجه هستند. برای مثال با توجه به مجموعه نمودارهای ۲ که جذابیت محیط کار را در میان صنایع مختلف مطابق با شاخص‌هایی همچون فرهنگ‌ها و ارزش‌ها، تکثر و تنوع فرهنگی، تعادل بین زندگی شخصی و کار، حقوق و مزایا، فرصت‌های شغلی و مجموع این شاخص‌ها مورد ارزیابی قرار می‌دهد، شرکت‌های نیمه‌هادی از منظر همه این شاخص‌ها وضعیت بدتری را نسبت به شرکت‌های خودروسازی و سایر شرکت‌های فناوری [۴] دارند. به همین دلیل، شرکت‌های نیمه‌هادی باید سعی کنند وضعیت خود را از این لحاظ ارتقا دهند تا بتواند نیروهای متخصص مورد نیاز خود را استخدام کنند.



¹Normalized score, showing difference to value of 3.

²Including integrated device manufacturers, fabless, and foundry.

³Customer-facing tech companies preferred by graduates in science, technology, engineering, and mathematics; in detail: Amazon, Apple, Google, IBM, Microsoft, Samsung.

⁴Main competing automotive companies preferred by graduates in science, technology, engineering, and mathematics; in detail: BMW Group, Ferrari, Ford Motor Company, Lamborghini, Tesla, Volkswagen.

Source: Glassdoor

نمودار ۲: مقایسه‌ی شرکت‌های فعال در صنایع مختلف از لحاظ شاخص‌های جذابیت محیط کار

نشست پیوست فرهنگی سیاست‌های اقتصادی

نشست «پیوست فرهنگی سیاست‌های اقتصادی»، ۱۳ اسفندماه به همت اندیشکده حکمروایی فرهنگی (حرف) و اندیشکده مطالعات فرهنگ و توسعه در خانه اندیشه‌ورزان برگزار شد.

اندیشکده حکمروایی فرهنگی (حرف) و اندیشکده مطالعات فرهنگ و توسعه برگزار می‌کنند:

پیوست فرهنگی سیاست‌های اقتصادی

دکتر کامیل قیدرلو
مشاور وزیر اقتصاد و مدیر اندیشکده مطالعات فرهنگ و توسعه

دکتر محمد جلال
مشاور وزیر اقتصاد

دکتر علی ملکی
مشاور وزیر اقتصاد و عضو هیأت علمی دانشگاه صنعتی شریف

مکان: سالن کنفرانس خانه اندیشه‌ورزان
زمان: یکشنبه ۱۳ اسفند ساعت ۱۶

دبیر نشست: دکتر محمد حسین شعاعی
عضو هیأت علمی دانشگاه امام صادق علیه السلام

سازمان‌های همکار:

- سازمان اسناد و کتابخانه ملی
- سازمان اسناد و کتابخانه ملی
- سازمان اسناد و کتابخانه ملی

در این نشست علی ملکی، مشاور وزیر اقتصاد و عضو هیأت علمی دانشگاه شریف، محمد جلال، مشاور وزیر اقتصاد و کامیل قیدرلو، مشاور وزیر اقتصاد و مدیر اندیشکده مطالعات فرهنگ و توسعه و محمد حسین شعاعی، عضو هیأت علمی دانشگاه امام صادق (ع) به‌عنوان دبیر نشست حضور داشتند.

در ابتدای جلسه، دبیر نشست موضوع جلسه را عنوان کرد: ما در این نشست به دنبال چگونگی

سیاست‌گذاری و مورد توجه قرار دادن پیوست فرهنگی در وزارت اقتصاد هستیم. از این حیث که مهمانان در وزارت اقتصاد مشغول هستند؛ هر دو جنبه عملی و نظری موضوع را می‌توان مورد بحث قرار داد.

هیچ سیاستی مستقل از موضوع نمی‌تواند ادعای خنثی بودن داشته باشد



در ابتدای نشست ملکی درباره لزوم پیوست فرهنگی در سیاست اقتصادی گفت: نقطه شروع بحث این است که هیچ سیاستی مستقل از موضوع نمی‌تواند ادعای خنثی بودن داشته باشد. بنابراین هر سیاستی اثرات اجتماعی و فرهنگی به همراه دارد. بنابر این تعریف از سیاست یعنی «مجموعه سازوکاری که قدرت انتخاب در میان گزینه‌های مختلف و ترجیحات بین آن‌ها را اعطا می‌کند که با انتخاب و اجرای هرکدام از آن، روی گروهی از افراد تاثیرگذار هستیم»؛ هر نوع سیاستی به علت آثار و تبعات روی افراد دارد، خالص نیست. به عبارتی سیاست نمی‌تواند صرفاً فرهنگی یا صرفاً اقتصادی باشد بلکه در سطوح متفاوت اثرگذار است؛ شاید میزان اثرگذاری متفاوت باشد اما مجموعاً این تاثیرات منفک از یکدیگر نیستند. شاید در تقسیم‌بندی کلاسیک آن بتوان یک سیاست را بنابر نهاد مجری آن فرهنگی، اقتصادی، عمرانی یا... نامید اما در واقعیت یک سیاست را نمی‌توان از همه ابعاد آن جدا کرد. پس یک سیاست‌گذار نمی‌تواند به آثار سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و... بی‌توجه باشد.

ملکی افزود: بنابر همین مقدمات دو نوع سیاست اقتصادی وجود دارد که می‌توان با این تفکیک به تحلیل بهتر موضوع کمک کرد: اول،

سیاست‌هایی با هدف افزایش کارایی و به دنبال تخصیص منابع در جای مختلف با هدف برطرف کردن ناکارآمدی است. دوم، سیاست‌های توزیعی و بازتوزیعی که خیلی متمرکز بر کارایی نیستند و به بحث بازتوزیع و جایگاه اقتصادی افراد در جامعه پرداخته و توجه اصلی آن ناظر بر فاصله‌هاست. تقریباً تا جایی که من می‌دانم هیچ‌کسی مخالف این جمله نیست که سیاست بازتوزیعی باید در راستای کاهش شکاف باشد و حتی در جوامع سرمایه‌داری که سهم بیشتر بر آزادی است، باز تلاش دولت در جهت کاهش نابرابری‌هاست. حال باید این سوال را پرسید که دو نوع سیاست که بدان اشاره شد چه لوازم فرهنگی دارند؟



ابعاد تاثیرگذار در سیاست‌گذاری

در ادامه محمد جلال، مشاور وزیر اقتصاد، به تشریح مسئله پیوست فرهنگی سیاست اقتصادی با نگاه عملیاتی‌تر پرداخت و بیان داشت: بنابر تجربه گذشته، هرگونه اصلاح و تغییر در سیاست‌گذاری دارای دو سطح است. سطح اول، برخی سیاست‌ها سمت مردمی ندارد و گرچه کار بزرگی است اما برخورد مستقیم با مردم ندارد. برای مثال طرح سامانه پرداخت به ذی‌نفع نهایی که جریان پرداخت را در کشور شفاف کرد طرح بزرگی بود اما تماس مستقیمی با مردم نداشت. شاید اینجا نگرانی پیوست فرهنگی خیلی موضوعیت نداشته باشد. اما نوع دوم از سیاست‌ها آنکه در سمت مردم وزن بیشتری دارد و باید با صبوری انجام شود. در این سیاست‌ها صبوری کردن به معنای در نظرگرفتن ملاحظات فرهنگی و اجتماعی است. همانطور که در طبیعت هم نگاه کنیم هیچ‌گاه رشد اتفاقی و سریع اتفاق نیافتاده

است، پس حتی پدیده‌های نادرست نیز می‌تواند در کشور ریشه دوانده و اصلاح آن نیازمند صبوری و توجه به ابعاد فرهنگی و اجتماعی است. برای مثال در موضوع نان مبحثی مانند کالابریگ کردن نان مطرح شد که خدا را شکر اتفاق نیفتاد. زیرا میزان تماس ماهیانه شما با جامعه ۴ میلیارد تراکنش بوده، درحالی که با چرخش موضوع به سمت نانویان، تنها با ۸۰ هزار نفر چالش دارید. سطح تماس مردمی کالای نان بیش از ۳ برابر بنزین بود و اگر سهمیه‌بندی مدنظر قرار می‌گرفت احتمالاً مسائل جدی و کلیدی با خود همراه داشت. همچنین جنبه مهمی که بلا تکلیفی در این موضوع را بیشتر کرده بود عمق برش اجتماعی موضوع بود که باید مدیریت می‌شد.



وی در خصوص پیوست‌نگاری فرهنگی افزود: در جلسات معمولاً ۸۰ درصد به دنبال توصیف قله یا هدف هستند و کمتر از ۲۰ درصد افراد در خصوص بافت و هنجار اجرای آن سیاست و وضعیت موجود و الگوی عزیمت تغییر توجه دارند. تصمیم نگرفتن در شرایط فعلی کشور ما نوعی تصمیم بد است. لذا امروز باید با این رویکرد نگاه کنیم که پیوست‌های فرهنگی و اجتماعی سیاست‌های اقتصادی به‌عنوان عنصر لاینفک طرح در اندیشکده و مراکز علمی بررسی شود و هیچ طرحی بدون در نظر نگرفتن این ابعاد در وزارتخانه پذیرش نشود.

در ادامه **کمیل قیدرلو**، مدیر اندیشکده مطالعات فرهنگ و توسعه، با تقسیم‌بندی نوع تأثیر فرهنگ در سیاست اقتصادی گفت: در هر

امر سیاست‌گذارانه دو جنبه فرهنگی و اقتصادی حتماً حضور دارد و در هر عرصه‌ای اگر این دو وجه را نبینیم سیاستمان محل پرسش و مشکل است. ما امر سیاسی غیرفرهنگی نداریم، پس طراحی آن باید فرهنگی باشد، خود لفظ پیوست فرهنگی اشتباه است. یعنی طرحی دارید که فرهنگ پیوست می‌شود و از دل آن بیرون نیامده است. مثال بارز آن شهرسازی در کشور است که هیچ تناسبی با وضعیت انسان ایرانی ندارد و بعد از اتمام مرحله مهندسی طرح، به دنبال پیوست یک امر فرهنگی در آن هستند. اصولاً هر طرحی اگر در ابتدا ابعاد اجتماعی و فرهنگی آن دیده نشود اهمیت ندارد. لذا اینگونه سیاست‌ها در ذات خود غلط است. سیاستی درست است که نتیجه آن اصلاح رفتار باشد. یعنی در طراحی سیاست باید فرهنگی فکر کنید مثلاً تغییر رفتار یا باور. الان سیاست اقتصادی ما با سیاست فرهنگی در تضاد است. تا زمانی که نتوانیم فرهنگ را در دل سیاست جا دهیم نمی‌توانیم بر باور و رفتار موثر باشیم. هر سیاستی که در چندسال اخیر موفق بوده فرهنگی بوده است که با پذیرش یا مطالبه مردم همراه شده است. چنین موضوعی در ذاتش فرهنگ وجود دارد و اگر فرهنگ پیوست باشد مشکلاتی ایجاد می‌کند. از سال ۱۳۸۶ پیوست فرهنگی در شهرداری تهران مطرح شد آیا اثرش در شهر هست؟ ۸۸۰ طرح اتاف (ارزیابی تأثیرات اجتماعی و فرهنگی) دارند. آیا در عمل اثراتش را می‌بینیم. در شهر بروز فرهنگی پیوست فرهنگی را می‌بینید؟ نه چرا چون «پیوست» بوده است.

سیاست با منافع مردم پیوند خورده است

قیدرلو در خصوص طراحی فرهنگی افزود: اصولاً باید در ابتدای طرح، فرهنگی فکر کنیم. هر سیاست یا کاری که انجام می‌دهیم، ذهن، منافع و رفتارش با مردم پیوند دارد و چیزی را می‌توان اجرا کرد که در ذاتش فرهنگ باشد. اگر چنین چیزی رخ دهد پس سیاست‌گذاری انجام شده است. اگر سیاستی این ویژگی را نداشته باشد، سیاستش بحران‌زاست. مردم روبه‌روی سیاست هستند. اگر سیاستی مردمی نباشد و اصطلاحاً از آن‌ها مخفی شود، سیاست با بحران مواجه است. مردم دشمن چیزی هستند

که نمی‌دانند. مثلاً بخش عمده‌ای از مخاطبان سازمان مالیاتی مردم نیستند در حالی که مردم می‌ترسند تبعاتش در زندگی آنان اثر داشته باشد، پس این سیاست درست اجرا نشده است. امروزه باید گفت، آموزش داد، تمهید کرد و با مردم در هر سیاست پیش رفت.

وی در خصوص فرهنگی دیدن طرح‌ها گفت: دسته دوم ذاتاً سیاستی هستند. برای مثال موسیونوز، مورگان شوستر، یا میسیو همگی در کتاب خاطرات خود نوشته‌اند، مشکل اصلی ایران که دولت ناکارآمد دارد این است که نمی‌تواند خزانه واحد تشکیل دهد. با تجمیع این حساب‌ها به اندازه بودجه جمهوری اسلامی پول وجود داشته است اما دولت جمهوری اسلامی برای هزینه مجبور به استقراض و ایجاد تورم شده است. شما در سیاست‌گذاری باید کاری کنید که سیاست شما تبدیل به دغدغه مردم شود. رابطه دیالکتیکی بین حکمران، سازمان و مردم است، ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر دارند. مجموعاً سیاست در ذات خود فرهنگی است و هر سیاست امتداد فرهنگی و اقتصادی دارد.

در ادامه **ملکی** در خصوص سیاست اقتصادی گفت: هیچ سیاست خالص اقتصادی نداریم، اگر سوالمان این باشد که در سیاست درست اقتصادی لوازم فرهنگی چیست؟ حداقل به دو معنا لوازم فرهنگی داریم: یک بستر اجرای سیاست اقتصادی است. پس سیاست اقتصادی برای آنکه بتواند پیاده‌سازی شود باید به جامعه توجه کند در این نگرش است که حضور فرهنگ اصالت ندارد و نگاه پیوستی دارد. اما نگاه دوم و فعال این نیست؛ یعنی علاوه با ایجاد لوازم فرهنگی هر سیاست اقتصادی، خالق آثار فرهنگی است. شما ممکن است مسئله اقتصادی ایجاد کرده باشید، اما مسائل فرهنگی جدیدی ایجاد خواهید شد. از منظر انقلاب اسلامی جامعه مطلوب ما حداقل به لحاظ نظری، فرهنگی است. یعنی آن را فرهنگ‌محور تعریف می‌کنیم. این نگاه از نگاه اول پیشرفته‌تر است. اغلب دستگاه‌های ما نگرش اول را دارند که حتی در کیفیت اجرای آن هم حرف و حدیث است. ما باید به سمت سیاست‌گذاری نوع دوم برویم که در

سازمان‌های ما خیلی محدود است.

دبیر نشست با ارائه یک صورت‌بندی از مطالب گفت: در عرصه تئوری اساس سیاست در ذات فرهنگی باید دیده شود و در اینجا ما سیاست خالص نداریم. سیاست‌گذار خیلی خوب است که این مورد را لحاظ کند. هر سیاست اقتصادی تبعات فرهنگی دارد که باید بدان توجه شود. امر فرهنگی در سیاست‌گذاری پیشینی یا پسینی نیست و در دل و ذات آن سیاست باید لحاظ شود هر سیاستی که این توجه فرهنگی را نداشته باشد، شکست می‌خورد

در ادامه **جلال** در خصوص سیاست‌های عملیاتی فرهنگی گفت: هر سیاستی که این توجه فرهنگی را نداشته باشد، شکست می‌خورد. در علم اقتصاد رفتاری باب این موضوع به لحاظ تئوری و علمی باز شد که مردم زمانی که می‌خواهند تصمیم بگیرند عکس‌العمل و ذهنیتشان در انتخاب موثر است. اگر شما بخواهید رفتار مردم را پیش‌بینی کنید، باید کاری کنید که رفتار مردم با پذیرش همراه شود. یا در اوج این موضوع باید تبدیل به خواست مردم شود. بازی برد-برد است اول باید برد را به مخاطب دهید و برد دوم که بزرگتر است متوجه سیاست‌گذار شود.



وی در خصوص یارانه نان افزود: در مورد مثال نان، کاری که برای پذیرش اجتماعی جامعه هدف که نانوایان بودند جالب توجه بود. تصمیم این بود که کارتهای هوشمند زودتر از طرح باید در دسترس قرار گیرند. کار رساندن این کارتهای هوشمند به همه جای کشور واقعاً دشوار بود اما این رقابت بین استان‌ها صورت گرفت که کدام استان زودتر این کار را انجام دهد. یعنی پذیرش اجتماعی در سطح مدیران میانی انجام

رویدادهای سیاسی شریف (رشد) SPRI EVENTS

۱۰۴

اقتصاد پیوست‌نگاری فرهنگی: ابعاد تأمین مالی زیست‌بوم پایدار پیوست‌نگاری

سه‌شنبه ۱۷ بهمن ۱۴۰۲

یاسر جلالی
دستیار رئیس سازمان تبلیغات اسلامی

ابراهیم معظمی گودرزی
مدیر امور فرهنگ عمومی و شبکه زندگی شورای عالی انقلاب فرهنگی

مصطفی تسبیحی
فعال حوزه‌ی ایرانی، افروز محیط زیستی و رئیس توسعه پایدار و تعبیر انجمن وزارت نفت

محمد امین ششیخ‌خانی
رئیس هیئت مدیره و پژوهشگر انجمن توسعه فرهنگ و رسانه

میدان فلسطین، پلاک ۳۹۷، سالن جلسات همکف مرکز راهبردی فرهنگ و رسانه جهت هماهنگی برای شرکت حضوری در نشست با شماره ۰۲۱-۸۷۱۰۵۴۹۱ تماس حاصل فرمایید.



یاسر جلالی: برای شکل‌گیری زیست‌بوم پایدار پیوست فرهنگی در کشور ابتدا باید چندین طرح و پروژه اولویت‌دار دولتی شناسایی شود که پیوست فرهنگی برای آن انجام گیرد. در واقع دولت باید برای طرح‌های کلان خود سفارش پیوست دهد. در ادامه آن، مؤسسات و شرکت‌هایی راه‌اندازی شود که خدمات پیوست‌نگاری را به کارفرمایان این پروژه‌های دولتی ارائه دهند.



شد. در قدم بعدی شناسایی میزان مصرف آرد و نانواپی‌ها بود. یارانه نان قبلاً یکسان داده می‌شد اما بعد از این طرح بنا شد که سهمیه نان هر نانواپی به نسبت کارکرد درستی که دارد افزایش یابد. این مشوق باعث شد تا نانواپی‌ها زودتر طرح را بپذیرند و سیاست‌گذاری نان تسریع شد. اصولاً هر جا حاکمیت می‌خواهد اراده خود را اعمال کند بهتر است از ابزار تشویقی استفاده کند و زمانی باید از ابزار قهری استفاده کند که دستش خالی است و در استثنائات؛ یعنی در روند مستمر نباید استفاده شود.

در ادامه نیز قیدرلو به تشریح نظری موضوع فرهنگی در امر سیاست‌گذاری پرداخت: سیاست‌گذار ۴ نوع کنش از جامعه انتظار دارد. ۱- سیاست تبدیل به مطالبه‌اش شود. ۲- از سیاست حمایت کند. ۳- مقاومت نکنند و پس نزنند و ۴- همراهی. مسئله سیاست فرهنگی نیز باید به عنوان بخشی از حکمرانی فرهنگی فهمیده شود. یعنی باید مبتنی بر فرهنگ باشد. ما دو نوع دیدگاه داریم: اول اینکه در طراحی سیاست مسئله مردم و بافت دیده شود. یعنی باید بدانیم که هر کنش سیاسی بستر فرهنگی دارد. دوم هم هر سیاست در پیش، حین و پس از آن نیاز به طراحی فرهنگی دارد. که در تمام مراحل نیاز به طراحی فرهنگی دارد.

اقتصاد پیوست فرهنگی

در نشست «اقتصاد پیوست فرهنگی: ابعاد تأمین مالی زیست‌بوم پایدار پیوست‌نگاری در ایران» مطرح شد:

ابراهیم معظمی گودرزی: در پیش‌نویس آیین‌نامه اجرایی نظام‌نامه پیوست فرهنگی پیشنهاد شده است که به جای اختصاص بخشی از بودجه یک سازمان به پیوست‌نگاری، اعتبار آن در خود پروژه و طرح لحاظ بشود و چنانچه طرحی پیوست نداشته باشد توسط سازمان برنامه و بودجه مصوب نشود.

مصطفی تسبندی: ما تجربه ۳۰ ساله ارزیابی زیست‌محیطی را آسیب‌شناسی کرده‌ایم. یک مشکل اینست که گزارش‌های ارزیابی زیست‌محیطی در کشور محرمانه هستند. اگر شفافیت و دسترسی به این گزارش‌ها وجود داشته باشد دیگر نیاز به طرح رتبه‌بندی مشاوران وجود ندارد.

تاب‌آوری زنجیره تامین صنعت میکروالکترونیک

۲۴مین رویداد پژوهشی پژوهشکده سیاست‌گذاری دانشگاه صنعتی شریف و اولین رویداد از سری رویدادهای «فناوری‌های پیشرفته و درحال‌ظهور» با عنوان «تاب‌آوری زنجیره تامین صنعت میکروالکترونیک» روز سه‌شنبه مورخ ۸ اسفندماه ۱۴۰۲ به صورت مجازی و با حضور بیش از ۳۰ نفر از کشورهای کانادا، آمریکا، هند و ایران برگزار شد.

24TH SPRI RESEARCH EVENT
Advanced & Emerging Technologies Series

Industry & Sustainable Development Think Tank (ISDTT)
Sharif Policy Research Institute (SPRI)
Iran National Microelectronics Program (INMP)

Semiconductor Supply Chain Resilience

Prateek Shrivastava
Orbit & Skyline Semiconductor Pvt. Ltd
India

Dr. Tina Hemati
LI-COR Biosciences
USA

Tuesday
February 27th, 2024

VC.SHARIF.EDU/CH/SPRI

04:00 PM (Iran)
01:30 PM (CET)
07:30 AM (EST)

LIVE(📺)

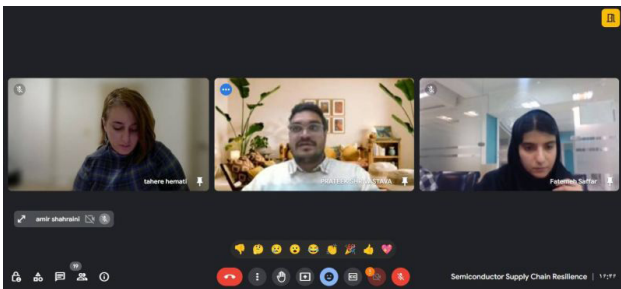
اعضای این پنل تخصصی، تینا همتی و پرتیک شریواستاوا بودند. همچنین فاطمه صفار، پژوهشگر اندیشکده صنعت و توسعه پایدار پژوهشکده سیاست‌گذاری شریف دبیر و میزبان

این نشست بود.

خانم تینا همتی، دکتری مهندسی برق از دانشگاه اوکلاهما آمریکا و مهندس طراح اپتیکی در شرکت LI-COR Biosciences و آقای پرتیک شریواستاوا، مهندس تضمین کیفیت در شرکت صنایع نیمه‌هادی Orbit & Skyline هستند.

مباحث مطرح‌شده در این رویداد به‌طورکلی ذیل محورهای زیر بود:

- ۱- زنجیره تامین نیمه هادی جهانی: مروری بر وضعیت فعلی زنجیره تامین صنایع نیمه‌هادی، از جمله بازیگران کلیدی، روندهای اصلی و پیشرفت‌های اخیر
- ۲- چالش‌های کلیدی زنجیره تامین نیمه هادی‌ها در شرایط کنونی.
- ۳- مطالعات موردی و بررسی برترین شیوه‌ها: توضیح نمونه‌های واقعی از ابتکارات در تاب‌آوری زنجیره تامین صنعت میکروالکترونیک از جمله مطالعات موردی استراتژی‌های تاب‌آوری موفق و تجربیات پیشین در این زمینه



در انتهای این رویداد، در بخش پرسش و پاسخ به سوالات شرکت‌کنندگان در زمینه‌ی وضعیت و نقش کشور هند در زنجیره‌ی تأمین میکروالکترونیک پاسخ داده شد.

بررسی ابعاد سیاسی افزایش قیمت اینترنت

نشست «بررسی ابعاد سیاسی افزایش قیمت اینترنت» توسط آزمایشگاه داده و حکمرانی با همکاری رصدخانه دیجیتال شریف (راد شریف) برگزار شد. این نشست با حضور «محمد

کشوری»، مدیر گروه طیف، «محمد رضایی»، صاحب‌نظر حوزه ارتباطات و «آرش کریمی‌بیگی»، مدیرعامل شاتل موبایل، همراه بود که به بررسی ابعاد افزایش تعرفه اینترنت از جمله نارضایتی‌های موجود بین مشترکین و اپراتورها، سرکوب قیمت‌ها، قیمت‌گذاری دستوری و تعهدات تحمیل‌شده پرداختند.

کشوری تأکید کرد که مهم‌ترین دلیل نارضایتی‌های موجود در بین اپراتورها و مشترکین، عدم توازن بین هزینه‌ها و کیفیت خدمات است و اشکال اصلی در ساختار اقتصادی را تورم، تغییر مداوم نرخ ارز و تحریم دانست. او همچنین افزود: «در سال‌های ۹۰ و ۹۱، زیرساخت کشور پهنای باند را بسیار گران‌تر می‌فروخت و بسیار محسوس بود. پس از اینکه نرخ ارز رشد کرد، حتی اگر اپراتورها خودشان هم پهنای باند خریداری می‌کردند، شاید تنها در بحث کیفیت تغییری حاصل می‌شد. در حال حاضر درآمد زیرساخت ۴ هزار میلیارد تومان است که از این مبلغ، ۶۰ درصد آن به پهنای باند اختصاص داده می‌شود که در این صورت هزینه تمام‌شده برای اپراتورها تفاوت چندانی نمی‌کند؛ اما در کیفیت به دلیل توپولوژی زیرساخت، قطعاً تأثیرگذار خواهد بود».

در ادامه، کشوری به مقایسه شرایط مشترکین ایران با سایر کشورها پرداخت: «افراد به دلیل اینکه متحمل هزینه فیلترشکن هم هستند، نارضایتی بسیاری دارند. باید قبول کنیم که اینترنت در ایران، حتی با افزایش تعرفه‌ها، بازهم ارزان است. اما تفاوتی که ایران با سایر کشورها دارد، این است که افراد ملزم به خرید بسته‌های اینترنتی هستند و حتی اگر جایی باشند که بتوانند از اینترنت مودم آن استفاده کنند، این مورد را به دلیل کیفیت بد اینترنت ترجیح نمی‌دهند. این در حالی است که در کشورهای دیگر، اینترنت از شبکه ثابت با قیمت و کیفیت مطلوب تأمین می‌شود».

کریمی‌بیگی نیز در ادامه افزود: «در این ۱۰ تا ۱۵ سال اخیر، کسانی تصمیم‌گیرنده در بازار مربوطه و تلکام کشور هستند که نه تنها در تلکام تجربه نداشته‌اند، بلکه تجربه شرکت‌داری در ایران را نیز نداشته و آگاهی تخصصی در مورد هزینه و فایده و یا حقوق‌ها و هزینه‌ها ندارند. هزینه‌های ریالی و دلاری در ابعاد مختلفی افزایش پیدا کرده است و افزایش ۳۲ درصدی هیچ تناسبی با توجه به تورم ندارد».

رضایی در خصوص نارضایتی‌های موجود از افزایش تعرفه بسته‌های اینترنتی گفت: «اتفاقی که همه ما منتظر آن بودیم، رخ داده است اما همگان نارضایتی بالایی در این زمینه دارند. از اهداف افزایش این تعرفه به دلیل افزایش حاشیه سود اپراتورها، به صرفه بودن خدمات‌رسانی و برقراری عدالت اجتماعی بود که در حال حاضر شاهد عدم تحقق این اهداف هستیم و هیچ‌کدام از آن‌ها به صورت بهینه رخ نداده است. علت آن، این است که رگولاتور در این وهله سعی بر تصمیم‌گیری براساس صلح داشته؛ این در حالی است که در سایر کشورها تعامل و همراهی از جانب تنظیم‌گر با اپراتورها شکل می‌گیرد و اهداف سالانه یکی‌یکی تحقق می‌یابند. با توجه به تحریم‌ها و تورم‌های موجود در کشور، رگولاتور باید شاخص‌های خود را سالانه و متناسب با این مسائل در نظر بگیرد و مهم‌ترین اتفاق در این وهله، بازنگری از سوی رگولاتور است».

رضایی قوانین اعمال‌شده بر اپراتورها را

غیرمنطقی و سرسختانه دانست. او معتقد است که این قوانین سرسختانه تنها باعث می‌شود که اپراتورها تنها برای رسیدن به شاخص‌های اعمال شده اقدامات کلی انجام دهند و موفق به بهبود کیفیت خدمات نشوند.

کریم بیگی نیز تأکید کرد که اپراتور یک کسب و کار است و باید طبق هزینه و برنامه کسب و کاری خود به بهبود خدمات و سرویس‌های خود پردازد: «با توجه به عدم تناسب بین مباحثی مثل هزینه و فایده، مارجین، شکاف بین ارز و ریال درخصوص هزینه‌های اپراتورها، من فکر نمی‌کنم انگیزه لازم ایجاد شود. با وجود حدود ۸ سال سرکوب تعرفه، نمی‌توان تعادلی ایجاد کرد و همه را راضی نگه داشت».

کشوری ضمن بیان اینکه اپراتور موظف است سالانه در راستای توسعه شبکه و خدمات‌رسانی خود، مبلغی را به سرمایه‌گذاری اختصاص دهد، درخصوص راه‌حل‌های قابل اجرا توضیح داد: «برای اینکه بخشی از مشکلات و نارضایتی‌ها درخصوص کیفیت حل شود، باید از تکنولوژی‌های جدید استفاده کرد تا بدین ترتیب به بهره‌وری و ایجاد رضایت رسید».

نشست از سی‌مرغ تا سیمرغ

خودسازمان‌دهی شهروندان و داوطلبان غیررسمی از در

پاسخ به بحران‌ها و بلایا

این نشست با همکاری مشترک مدرسه توسعه پایدار شریف و موسسه حامی علوم انسانی، در تاریخ ۱۵ اسفند ۱۴۰۲، در پژوهشکده سیاست‌گذاری شریف برگزار شد. در این رویداد خانم کوثر داریوندی و آقای پروفیسور Phanish Puranam به ارائه مطالعه پژوهشی خود در خصوص نحوه خودسازمان‌دهی شهروندان و نیروهای داوطلبی در پاسخ به بحران‌ها پرداختند.

در ابتدا در توضیح مسئله تحقیق، به این

اشاره شد که در زمان وقوع بحران‌های بزرگ معمولاً تعداد زیادی از شهروندان و مردم عادی به صورت خودجوش و به صورت غیررسمی برای کمک به حادثه‌دیدگان داوطلب می‌شوند. با توجه به حجم کاری بالای نهادهای رسمی، اضافه شدن نیروهای داوطلبی می‌تواند به جهت بهبود عملکرد پاسخ به بحران مفید باشد ولیکن این پدیده انسان دوستانه معمولاً تحت تأثیر مشکل ناهماهنگی و عدم سازمان‌یافتگی این نیروها قرار داشته و حتی می‌تواند به بی‌نظمی و هرج و مرج پس از بحران بیفزاید.

از سوی دیگر، به دلیل عدم شناخت نهادهای رسمی از این افراد، عدم شناخت از مهارت‌های آنها و همچنین عدم وجود ارتباط رسمی یا سازمانی میان آنها و داوطلبان، عملاً به کارگیری سلسله مراتب‌های موجود برای هماهنگ‌سازی در این شرایط میسر نیست. لذا نیاز به ساز و کارهای جایگزین برای سازماندهی داوطلبان غیررسمی وجود دارد.

در این راستا، به جهت شناسایی ساز و کارهای سازماندهی غیر سلسله مراتبی، در این مطالعه نمونه‌های موفق که در آن داوطلبان توانسته‌اند بدون مداخله نهادهای بیرونی و صرفاً به صورت داخلی، خود را سازماندهی کنند، مورد بررسی قرار گرفته‌اند. مرور ادبیات ترکیبی در این مطالعه برای بررسی خودسازماندهی داوطلبان غیررسمی در شبکه‌های اجتماعی به کار رفته است. نتایج حاصل از تحلیل عبارت است از:

شروع: خودسازماندهی معمولاً با اقدام تعداد کمی از افراد آغاز می‌شود و به سرعت (در عرض چند ساعت تا چند روز) به شبکه‌ای بزرگ (با صدها یا هزاران نفر) تبدیل می‌شود.

ساختار: شبکه‌های داوطلبانه می‌توانند با رهبری متمرکز یا پراکنده شروع شوند، اما در نهایت به سمت ساختاری متعادل‌تر تکامل می‌یابند.

فرآیند تکامل: سه فرآیند مختلف برای تکامل شبکه‌های داوطلبانه وجود دارد که هر کدام سازوکارهای متفاوتی دارند.

عوامل تعیین‌کننده: دو عامل ویژگی‌های بحران و ویژگی‌های پلتفرم رسانه اجتماعی ساختار آغازین و فرآیند تکامل شبکه را تعیین می‌کنند.

در آخر پیشنهاداتی برای مطالعات آینده و پیشنهادهای مدیریتی و مداخلاتی که می‌توان برای بهبود فرآیند خود سازماندهی داوطلبان غیر رسمی ارائه شد.



سیاست‌نامه علم و فناوری

دوره ۱۳، شماره ۴، بهمن ۱۴۰۲، ویژه‌نامه «توسعه صنایع فرهنگی و خلاق»
منتشر شد:

سیاست‌نامه علم و فناوری

سیاست‌نامه
علم و فناوری

دوره ۱۳ شماره ۴ ۱۴۰۲

الزامات بین‌المللی شدن کسب‌وکارهای صنایع خلاق و فرهنگی (با تمرکز بر کسب‌وکارهای محتوای دیجیتال)
فهیمة محمدی؛ مهدی عبدالحمید؛ امیر ذاکری

تحلیل گفتمان طرح حمایت از حقوق کاربران و خدمات پایه کاربردی فضای مجازی
علیرضا قربانی؛ عبدالکریم خیامی

تحلیل داده برای سیاست‌گذاری: کاربست تحلیل شبکه‌های اجتماعی در تشکیل و تحلیل اکوسیستم وبسایت‌های ایرانی صنعت گردشگری
سعید علی اکبر؛ مهرداد مقصودی؛ امیرمهدی محمدی

تجسم الگوها، جوامع و فرصت‌ها برای سرمایه‌گذاری مشترک در صنعت فیلم از دریچه تحلیل شبکه‌های اجتماعی
مهرداد مقصودی؛ محمدعلی امینی؛ سعید علی اکبر؛ سجاد حبیبی پور

سنجش اجتماعی رسانه‌های نمایشی VOD ایرانی میان کاربران توییتر فارسی
رضا جهانبازی؛ ارسلان ویسی سرچمی

الزامات روزنامه‌نگاری داده‌محور در اخبار صداوسیما
ارسلان ویسی سرچمی؛ ابراهیم فتاحی؛ جهاندار امیری



پژوهشکده سیاست‌گذاری
دانشگاه صنعتی شریف

تهران، خیابان آزادی، خیابان حبیب‌اللهی، خیابان قاسمی
کوچه تیموری، محوطه آموزش دانشگاه، ساختمان پژوهشکده سیاست‌گذاری شریف

کد پستی: ۱۴۵۸۸۸۹۶۹۴

۰۲۱-۶۶۰۶۵۱۴۰

۰۲۱-۶۶۰۶۵۱۳۹

www.spri.sharif.ir

@spri_sharif

www.linkedin.com/company/sharif-policy

Sharif Policy Research Institute (SPRI), Education Campus of Sharif University of
Technology, Teimouri Alley, Qasemi St., Habibollahi St., Azadi St., Tehran, Iran

Postal Code: 1459993599

Tel: +98-021-66065139

