گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۵۳۶۵۸۵
چهارشنبه ۴ آذر ۱۴۰۵ ۳:۲۷

احمد بالوی‌پور، مؤسس و رئیس هیئت‌مدیره شرکت و آموزشگاه دارکوب

نوآوری و توسعه فناوری اطلاعات؛ ظرفیت ایران برای رقابت در بازارهای جهانی

توسعه صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات در ایران، بیش از هر چیز به فراهم بودن زیرساخت‌های مناسب، دسترسی پایدار به اینترنت، تربیت نیروی متخصص و ایجاد فرصت‌های واقعی برای فعالیت در بازارهای داخلی و بین‌المللی وابسته است. احمد بالوی‌پور، مؤسس و رئیس هیئت‌مدیره شرکت و آموزشگاه دارکوب، با اشاره به ظرفیت بالای نیروی انسانی متخصص در کشور معتقد است ایران از توان رقابت با بسیاری از کشورهای فعال در حوزه فناوری اطلاعات برخوردار است؛ اما تحقق این ظرفیت، مستلزم رفع موانع زیرساختی و تقویت ارتباط کسب‌وکارهای ایرانی با بازارهای جهانی است.

به گزارش شبکه خبری مدیران نابغه، احمد بالوی‌پور، مؤسس و رئیس هیئت‌مدیره شرکت و آموزشگاه دارکوب، در گفت‌وگویی درباره راهکارهای توسعه صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات در کشور، به تشریح مهم‌ترین چالش‌های این حوزه، ظرفیت نیروی انسانی متخصص، ضرورت بهبود کیفیت اینترنت، توسعه کسب‌وکارهای آنلاین، آموزش مهارت‌محور و نقش رسانه‌ها در معرفی فرصت‌های اقتصادی این صنعت پرداخت.

پایداری اینترنت؛ ضرورت فعالیت کسب‌وکارهای فناوری اطلاعات

بالوی‌پور در پاسخ به پرسشی درباره مهم‌ترین توصیه خود به مسئولان حوزه ارتباطات برای توسعه صنعت فناوری اطلاعات اظهار کرد که بهبود سرعت اینترنت و جلوگیری از قطعی‌های مکرر، از اساسی‌ترین نیازهای این صنعت است.

او با اشاره به تجربه فعالیت مجموعه دارکوب در بازارهای بین‌المللی توضیح داد که بخش قابل توجهی از مشتریان این مجموعه در خارج از کشور قرار دارند و ارائه خدمات به آن‌ها به ارتباط اینترنتی پایدار و باکیفیت وابسته است.

به گفته وی، کاهش سرعت اینترنت، قطعی‌های مکرر و دشواری دسترسی به ابزارهای ارتباطی، نه‌تنها روند اجرای پروژه‌ها را مختل می‌کند، بلکه می‌تواند اعتماد مشتریان خارجی به همکاری با شرکت‌های ایرانی را نیز تحت تأثیر قرار دهد.

بالوی‌پور افزود که در چنین شرایطی، شرکت‌های ایرانی برای اطمینان دادن به مشتریان خارجی درباره تداوم خدمات خود با دشواری روبه‌رو می‌شوند؛ زیرا مشتری باید اطمینان داشته باشد که ارتباط کاری و روند اجرای پروژه در آینده نیز بدون اختلال ادامه خواهد یافت.

وی با اشاره به آثار اقتصادی این مسئله بیان کرد که فعالیت شرکت‌های فناوری اطلاعات می‌تواند فرصت‌های شغلی قابل توجهی برای جوانان متخصص ایجاد کند و زمینه درآمدزایی و ورود ارز به کشور را فراهم سازد. از این رو، هر عاملی که استمرار فعالیت این شرکت‌ها را مختل کند، علاوه بر خود مجموعه‌ها، نیروی انسانی شاغل در این حوزه را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد.

او همچنین خاطرنشان کرد که حدود ۴۰ درصد مشتریان مجموعه دارکوب از خارج از کشور تأمین می‌شوند؛ موضوعی که نشان‌دهنده اهمیت ارتباطات بین‌المللی و دسترسی پایدار به اینترنت برای ادامه فعالیت این مجموعه است.

ظرفیت نیروی متخصص ایرانی برای رقابت در بازارهای جهانی

مؤسس شرکت دارکوب در ادامه، درباره امکان شکل‌گیری الگوهای نوآورانه ایرانی در صنعت فناوری اطلاعات و رقابت با نمونه‌های موفق جهانی توضیح داد که پیش از هر اقدامی برای خلق الگوهای جدید، باید فرصت کافی برای فعالیت، تولید خدمات و دسترسی به مشتریان فراهم باشد.

به اعتقاد او، زمانی که کسب‌وکارها در مراحل اولیه فعالیت با محدودیت‌های متعدد مواجه هستند، نمی‌توان انتظار داشت به‌سرعت به جایگاه‌های بالاتر در عرصه نوآوری و رقابت جهانی دست پیدا کنند.

بالوی‌پور با تأکید بر استعداد و توانایی نیروهای متخصص ایرانی اظهار کرد که نیروی انسانی کشور از ظرفیت علمی و فنی قابل توجهی برخوردار است و در صورت فراهم شدن شرایط مناسب، می‌تواند خدماتی با کیفیت بالا و هزینه رقابتی به بازارهای بین‌المللی ارائه دهد.

وی با اشاره به تجربه فعالیت در بازار دبی عنوان کرد که مجموعه آن‌ها در مقاطعی توانسته است تعرفه‌هایی پایین‌تر از برخی تیم‌های فعال در این بازار ارائه دهد؛ موضوعی که به گفته او، علاوه بر توان تخصصی نیروهای ایرانی، تحت تأثیر تفاوت نرخ ارز و هزینه‌های فعالیت در ایران نیز قرار دارد.

او افزود که در شرایط فعلی، هزینه استفاده از خدمات تخصصی نیروهای ایرانی برای مشتریان خارجی می‌تواند مزیت رقابتی ایجاد کند. با این حال، این مزیت زمانی به نتیجه پایدار تبدیل می‌شود که کیفیت خدمات، تعهد کاری و امکان ارتباط مستمر با مشتریان نیز حفظ شود.

بالوی‌پور معتقد است ظرفیت صنعت فناوری اطلاعات ایران بسیار فراتر از شرایط فعلی است و در صورت کاهش موانع فعالیت و گسترش ارتباطات اقتصادی با سایر کشورها، شرکت‌های ایرانی می‌توانند سهم بیشتری از بازار جهانی خدمات دیجیتال را به دست آورند.

چالش‌ها نباید مانع خلاقیت و ادامه فعالیت شوند

این فعال حوزه فناوری اطلاعات با اشاره به دشواری‌های فعالیت شرکت‌های ایرانی در بازارهای بین‌المللی بیان کرد که مجموعه دارکوب نیز برای گسترش همکاری‌های خارجی با موانعی مواجه بوده است؛ با این حال، تلاش کرده مسیر فعالیت خود را متوقف نکند.

او توضیح داد که تجربه فعالیت در شرایط مختلف به مجموعه آن‌ها آموخته است که برای ادامه مسیر باید انعطاف‌پذیر باشند و در مواجهه با محدودیت‌ها، راهکارهای جایگزین پیدا کنند.

وی با اشاره به اینکه چالش‌های کاری گاهی زمینه بروز خلاقیت و ابتکار را فراهم می‌کنند، تأکید کرد که کسب‌وکارهای فعال در حوزه فناوری اطلاعات باید همواره برای تغییر شرایط و پیدا کردن مسیرهای تازه آمادگی داشته باشند.

ضرورت تحول در ساختارهای آموزشی سازمان فنی و حرفه‌ای

بالوی‌پور در بخش دیگری از این گفت‌وگو، به موضوع آموزش مهارت‌های تخصصی و نقش سازمان فنی و حرفه‌ای در تربیت نیروی انسانی مورد نیاز بازار کار پرداخت.

او با اشاره به تجربه تعامل با این سازمان اظهار کرد که یکی از موضوعات مهم در این حوزه، ضرورت بهبود زیرساخت‌های سامانه‌ای و خدمات الکترونیکی است.

به گفته وی، سازمان فنی و حرفه‌ای به دلیل جایگاه آموزشی و ارتباط با نظام مهارت‌آموزی در کشورهای مختلف، ظرفیت ارزشمندی دارد و مدارک مهارتی آن می‌توانند در مسیر اشتغال و فعالیت حرفه‌ای افراد مؤثر باشند؛ اما برای بهره‌گیری بهتر از این ظرفیت، لازم است سامانه‌ها و فرایندهای اجرایی نیز متناسب با جایگاه این سازمان توسعه پیدا کنند.

بالوی‌پور با اشاره به سامانه‌ها و پورتال‌های مورد استفاده در این مجموعه بیان کرد که بهبود طراحی، کاربری و عملکرد این سامانه‌ها می‌تواند تجربه مراجعه‌کنندگان و کارآموزان را بهتر کند و فرایندهای اداری و آموزشی را ساده‌تر سازد.

او همچنین تأکید کرد که دریافت هزینه برای خدمات آموزشی یا آزمون، به‌خودی‌خود مسئله اصلی نیست؛ بلکه مهم این است که در مقابل خدمات ارائه‌شده، زیرساختی مناسب، منظم و کارآمد در اختیار مخاطبان قرار گیرد.

آموزش مهارت‌محور؛ فاصله میان مدرک و توانایی ورود به بازار کار

مؤسس و رئیس هیئت‌مدیره شرکت و آموزشگاه دارکوب، یکی از مشکلات مهم نظام آموزش مهارت را فاصله میان آموزش‌های نظری و نیازهای واقعی بازار کار دانست.

او توضیح داد که در بسیاری از موارد، افراد دوره‌های آموزشی مختلفی را پشت سر می‌گذارند و حتی مدارک متعددی دریافت می‌کنند، اما هنگام ورود به محیط کار، توانایی کافی برای انجام وظایف عملی ندارند.

بالوی‌پور با اشاره به رویکرد آموزشی مجموعه دارکوب اظهار کرد که یکی از ویژگی‌های این مجموعه، ارتباط مستقیم میان فعالیت شرکت و آموزشگاه است. به گفته او، دارکوب یک مجموعه فعال در حوزه فناوری اطلاعات است که پس از سال‌ها فعالیت حرفه‌ای، بخش آموزشی خود را نیز راه‌اندازی کرده تا تجربه‌های عملی و تخصصی به کارآموزان منتقل شود.

وی با اشاره به سابقه ۲۳ساله فعالیت حرفه‌ای خود در این حوزه بیان کرد که این تجربه، پشتوانه‌ای برای طراحی دوره‌هایی بوده است که محتوای آن‌ها با نیازهای واقعی بازار کار ارتباط دارد.

او افزود که هدف مجموعه، صرفاً ارائه آموزش‌های تئوری نیست، بلکه تلاش می‌شود کارآموزان با مهارت‌هایی آشنا شوند که بتوانند پس از پایان دوره، آن‌ها را در محیط واقعی کار به کار بگیرند.

بالوی‌پور همچنین به دوره کارآموزی اشاره کرد و گفت در برخی مسیرهای آموزشی، افراد می‌توانند پس از گذراندن دوره و حدود یک ماه کارآموزی، آمادگی بیشتری برای ورود به بازار کار پیدا کنند.

به اعتقاد او، زمانی آموزش اثربخش خواهد بود که کارآموز علاوه بر آشنایی با مفاهیم، توانایی انجام پروژه و حل مسائل واقعی را نیز کسب کند. این رویکرد می‌تواند فاصله میان آموزشگاه و محیط حرفه‌ای را کاهش دهد.

دارکوب؛ پیوند تجربه اجرایی با آموزش تخصصی

بالوی‌پور درباره رویکرد فعالیت شرکت و آموزشگاه دارکوب توضیح داد که ارتباط میان تجربه اجرایی و آموزش تخصصی، یکی از مبانی شکل‌گیری این

مجموعه بوده است.

او معتقد است مجموعه‌ای که خود در بازار کار فعالیت مستمر دارد، بهتر می‌تواند نیازهای واقعی کارفرمایان و مشتریان را شناسایی کند و بر اساس آن، محتوای آموزشی مناسب ارائه دهد.

وی افزود که در دارکوب تلاش شده تجربه‌های به‌دست‌آمده از اجرای پروژه‌ها و فعالیت حرفه‌ای به محتوای آموزشی تبدیل شود تا کارآموزان صرفاً با اطلاعات کتابی و نظری وارد بازار نشوند.

به گفته او، این شیوه می‌تواند به تربیت نیروهایی کمک کند که از همان ابتدای ورود به محیط کار، شناخت بهتری از مسئولیت‌ها، فرایندها و انتظارات حرفه‌ای داشته باشند.

آینده کسب‌وکارهای آنلاین و ظرفیت رشد بازار ایران

مؤسس شرکت دارکوب در بخش دیگری از گفت‌وگو، به آینده تجارت الکترونیک و فرصت‌های موجود در بازار ایران اشاره کرد و اظهار داشت که سهم خرده‌فروشی آنلاین در کشور همچنان پایین است و ظرفیت قابل توجهی برای توسعه دارد.

او با اشاره به برآوردهای مطرح‌شده در این زمینه گفت که سهم خرده‌فروشی آنلاین در ایران، به گفته وی، حدود چهار درصد است؛ در حالی که این رقم را برای ترکیه حدود ۱۵ درصد و برای امارات حدود ۲۰ درصد عنوان کرد.

بالوی‌پور همچنین با اشاره به بازار چین، سهم خرده‌فروشی آنلاین در این کشور را حدود ۴۰ درصد دانست و این ارقام را نشانه‌ای از ظرفیت رشد تجارت الکترونیک در بازار ایران ارزیابی کرد.

وی تأکید کرد که با گسترش زیرساخت‌ها، افزایش اعتماد مصرف‌کنندگان و تقویت حضور کسب‌وکارها در فضای آنلاین، امکان رشد چندبرابری این بازار وجود دارد.

او معتقد است فروش اینترنتی در آینده نزدیک به بخش جدایی‌ناپذیر فعالیت بسیاری از کسب‌وکارها تبدیل خواهد شد و شرکت‌هایی که از هم‌اکنون برای این تحول آماده شوند، فرصت بیشتری برای توسعه فعالیت خود خواهند داشت.

توسعه خدمات آنلاین و کاهش رفت‌وآمدهای غیرضروری

بالوی‌پور در ادامه به ارتباط میان توسعه کسب‌وکارهای آنلاین و مسائل شهری اشاره کرد و توضیح داد که گسترش خدمات اینترنتی می‌تواند علاوه بر ایجاد فرصت‌های اقتصادی، به کاهش رفت‌وآمدهای غیرضروری نیز کمک کند.

به گفته او، زمانی که خرید کالاها، دریافت خدمات و انجام بسیاری از امور از طریق بسترهای آنلاین امکان‌پذیر باشد، بخشی از مراجعات حضوری کاهش پیدا می‌کند و این موضوع می‌تواند در کاهش ترافیک و آثار ناشی از رفت‌وآمدهای شهری مؤثر باشد.

وی افزود که توسعه فروشگاه‌های اینترنتی، سامانه‌های خدماتی و پورتال‌های الکترونیکی باید به یکی از مسیرهای اصلی تحول کسب‌وکارها تبدیل شود.

او تأکید کرد که حرکت به سمت خدمات آنلاین محدود به فروشگاه‌های اینترنتی نیست، بلکه بخش‌های مختلف اقتصادی و سازمانی نیز می‌توانند با دیجیتالی کردن فرایندهای خود، کیفیت خدمات‌رسانی را افزایش دهند.

هوش مصنوعی و تغییر الگوهای فعالیت اقتصادی

این فعال حوزه فناوری اطلاعات با اشاره به سرعت تحولات فناوری، هوش مصنوعی را یکی از عواملی دانست که می‌تواند الگوهای سنتی کسب‌وکار را دگرگون کند.

او توضیح داد که همان‌طور که در گذشته بسیاری از افراد تصور نمی‌کردند اپلیکیشن‌ها بتوانند شیوه انجام خدمات و فعالیت‌های روزمره را تا این اندازه تغییر دهند، اکنون نیز هوش مصنوعی در حال ایجاد تحولاتی است که دامنه آثار آن در آینده گسترده‌تر خواهد شد.

بالوی‌پور معتقد است کسب‌وکارها برای حفظ جایگاه خود باید تحولات فناوری را جدی بگیرند و به‌جای مقاومت در برابر تغییرات، برای استفاده درست از ابزارهای جدید برنامه‌ریزی کنند.

نقش رسانه‌ها در معرفی ظرفیت‌های صنعت فناوری اطلاعات

بالوی‌پور در پاسخ به پرسشی درباره نقش رسانه‌ها، خبرگزاری‌ها، مطبوعات و فضای مجازی در توسعه صنعت فناوری اطلاعات اظهار کرد که رسانه‌ها می‌توانند با معرفی ظرفیت‌های این حوزه، زمینه آگاهی بیشتر جامعه و فعالان اقتصادی را فراهم کنند.

به اعتقاد او، صنعت فناوری اطلاعات ایران هنوز در بخش‌های مختلف، به‌ویژه تجارت الکترونیک و خدمات آنلاین، در ابتدای مسیر رشد قرار دارد و اطلاع‌رسانی درباره فرصت‌های موجود می‌تواند به افزایش مشارکت کسب‌وکارها در این عرصه کمک کند.

وی همچنین بر اهمیت معرفی تجربه شرکت‌های موفق، آموزش‌های تخصصی و ظرفیت نیروی انسانی ایرانی تأکید کرد و گفت که رسانه‌ها می‌توانند با انعکاس این موضوعات، به شناخته‌شدن توانمندی‌های داخلی در بازارهای مختلف کمک کنند.

او افزود که توسعه کسب‌وکارهای آنلاین نیازمند همکاری بخش‌های مختلف، از جمله مجموعه‌های آموزشی، شرکت‌های فناوری، سازمان‌های مرتبط و رسانه‌هاست. هرچه آگاهی عمومی درباره مزایای خدمات آنلاین بیشتر شود، زمینه رشد این بازار نیز فراهم‌تر خواهد شد.

آمادگی برای آینده؛ فرصت پیش‌روی شرکت‌های فناوری اطلاعات

بالوی‌پور در جمع‌بندی دیدگاه‌های خود تأکید کرد که بازار فناوری اطلاعات و خدمات آنلاین در ایران ظرفیت رشد قابل توجهی دارد و بسیاری از بخش‌های این بازار هنوز به مرحله بلوغ نرسیده‌اند.

او معتقد است توسعه تجارت الکترونیک، گسترش خدمات آنلاین، آموزش نیروی متخصص و استفاده از فناوری‌های نوین می‌تواند فرصت‌های تازه‌ای برای شرکت‌های ایرانی ایجاد کند.

از نگاه وی، مجموعه‌هایی که از هم‌اکنون برای این تغییرات برنامه‌ریزی کرده‌اند و زیرساخت‌های لازم را در بخش فنی، نیروی انسانی و آموزش فراهم آورده‌اند، آمادگی بیشتری برای بهره‌برداری از فرصت‌های آینده خواهند داشت.

تجربه شرکت و آموزشگاه دارکوب نیز بر همین پیوند میان فعالیت اجرایی، آموزش تخصصی و شناخت بازار استوار است؛ رویکردی که می‌تواند به تربیت نیروی انسانی آماده ورود به بازار کار و تقویت جایگاه شرکت‌های ایرانی در حوزه خدمات فناوری اطلاعات کمک کند.