خبر

معرفی ۳۰ هوادار برتر دارای کارت هواداری باشگاه استقلال در فصل بهار

۳۰ هوادار برتر ماه‌های فروردین، اردیبهشت و خردادماه، از جمع دارندگان کارت هواداری باشگاه استقلال از سوی بانک شهر معرفی شدند.

به گزارش روابط عمومی بانک شهر، طبق توافق‌نامه همکاری میان باشگاه استقلال و بانک شهر، شعب این بانک در سراسر کشور مسئولیت صدور کارت هواداری برای هواداران استقلال را بر عهده دارند. فرایند صدور کارت هواداری، همان فرایند صدور کارت بانکی است.

درهمین راستا، با توجه به استقبال هواداران دو تیم فوتبال محبوب پایتخت از این طرح، بانک شهر با در نظر گرفتن کارکرد حساب‌های مرتبط با کارت هواداری باشگاه استقلال نسبت به معرفی ۳۰ هوادار برتر این باشگاه در فصل بهار سال جاری اقدام کرده است. همچنین اسامی هواداران برتر باشگاه پرسپولیس در آینده نزدیک اعلام خواهد شد.

اسامی ۳۰ هوادار برتر ماه‌های فروردین، اردیبهشت و خردادماه دارای کارت هواداری باشگاه استقلال بدین شرح است:

نام و نام خانوادگی هوادار	نام شعبه
نرگس اصغرپورجاوید	رجایی شهر
عباس یوسفی	شهرک راه آهن
مرتضی شهبازی گندوان	فردیس کرج
دنیا شینا	فاطمی
محمدامیدوارکازرونی	امیرکبیر شیراز
رضا توسلی	میدان قدس
اکرم خانی زاده گان	اسلامشهر
ندا باهنر	بلوار اندرزگو
سودابه رحیمی	قایم مقام فراهانی
لیلا میرزائی منش	جهاد همدان
عباس یوسفی	شهرک راه آهن
شایان قندچی طهرانی	سه راه فرمانیه
مهدی زنگنه پور	آفریقا اسفندیار
فهیمه مشایخی	تهرانسر
دنیا شینا	فاطمی
میلاد ایلیات	اسلامشهر
نعیمه عبادسیچانی	پل بزرگمهر
اکرم خانی زاده گان	اسلامشهر
لیلا میرزائی منش	جهاد همدان
زهرا گرامی طیبی	معالی آباد شیراز
علیرضا احمدی لاریجانی	مرکزی
میلاد ایلیات	اسلامشهر
خسرو کیمیاوی	شهید قندی
مسعود عصاره	دزفول
سیاوش طالبی	کیش
مجتبی انصاری	اکباتان مگامال
حسین عشرتی	بندر لنگه
پری کفاش سفیدسنگی	مصلی مشهد
رومینا صالحی	پیروزی

مصرف روزانه بنزین اوج گرفت؛ آیا وارد فاز ناترازی خواهیم شد؟

معمای بنزین

خبرهای پی‌درپی بنزینی، بازار گمانه‌ها درباره احتمال افزایش قیمت بنزین را داغ کرده است. از یک طرف، مقامات دولتی و حتی نمایندگان مجلس تاکید دارند که بنزین گران نمی‌شود، اما از دیگر سو، خبرهایی چون کمبود بنزین، احتمالات درباره قیمت بنزین را بالا می‌برد. با این وجود، وزارت نفت اخیرا از افزایش مصرف روزانه بنزین از ۸۸ به ۱۲۲ میلیون لیتر طی دو سال اخیر خبر داده که رشد ۳۸ درصدی مصرف را در این مدت نشان می‌دهد. آنطور که جلیل سالاری، مدیرعامل شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران در ابتدای مردادماه امسال اعلام کرده، مصرف بنزین کشور در روزهای گذشته اعدادی نظیر ۱۲۷ میلیون لیتر را ثبت کرده است و با توجه به میانگین کنونی مصرف روزانه ۱۱۴ میلیون لیتر بنزین در کشور، پیش‌بینی می‌شود این عدد با توجه به پیش‌رو بودن سفرهای تابستانی و ایام اربعین باز هم افزایش یابد که نیازمند مدیریت مصرف از سوی مردم است.

خبر سه‌نرخی شدن قیمت بنزین از اساس کذب است و نه دولت برنامه‌ای برای این مهم دارد و نه مجلس، چراکه چنین افزایش یا تغییری ابتدا باید در قانون بودجه سالانه کشور لحاظ شود

به گزارش خبرآنلاین، وی پیش‌تر در خرداد ۱۴۰۲ درباره جدی شدن روند ناترازی هشدار داده و گفته بود: مصرف روزانه بنزین کشور ۱۱۰ میلیون لیتر است و مصرف و تولید سربه‌سر شده‌اند. به گفته او، سالانه بیش از یک میلیون خودرو عرضه می‌شود و هیچ خودرویی هم اسقاط نمی‌شود. بنابراین در صورت ادامه این روند، به ناترازی بنزین خواهیم رسید و واردکننده خواهیم شد.هوشنگ فلاحتیان، معاون برنامه‌ریزی وزارت نفت نیز به تازگی با اشاره به افزایش مصرف روزانه انواع حامل‌های انرژی در کشور، خبر داده؛ دو سال قبل میانگین مصرف روزانه بنزین ۸۸ میلیون لیتر بوده، اما اکنون به ۱۲۲ میلیون لیتر در روز رسیده است.

چرا بنزین در مازندران کمیاب شد؟

این هشدارها در حالی از سوی مقامات وزارت نفت به گوش می‌رسد که خبری از سوی خبرگزاری دولت مبنی بر کمبود ۷۲ ساعته سوخت در برخی جایگاه‌های استان مازندران منتشر شد. گزارش رسانه دولت، از تعطیلی برخی جایگاه‌های سوخت و طولانی شدن صف‌های بنزین در مناطق مرکزی و غربی مازندران از جمله آمل، محمودآباد و نور حکایت داشت.

البته بنا به گفته مسئولان شرکت‌های توزیع پخش فرآورده‌های نفتی ساری و چالوس به عنوان دو نهاد تامین‌کننده سوخت جایگاه‌های توزیع، علت اصلی ازدحام سنگین در مقابل مراکز توزیع تاخیر در به مقصد رسیدن تانکرهای حامل سوخت به خصوص بنزین بوده است.

مسئولان این اتفاق را ناشی از حضور مسافران در شهرهای غربی و مرکزی دانسته که عملا مانع از ارسال سریع سوخت شده و زنجیره توزیع در مرکز و غرب استان را با اختلال مواجه کرده است.

همچنین روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه چالوس در اطلاعیه‌ای با بیان این‌که حجم مسافرت‌ها به مازندران بخصوص در مناطق غربی در مرداد ماه به شدت افزایش یافته، اعلام کرده؛ با توجه به حجم بالای مسافر واقامت طولانی آنان تقریبا تمامی روزهای هفته با ترافیک جاده‌ای مواجه هستیم..

این اطلاعیه می‌افزاید که مصرف بنزین در غرب استان چشمگیر است و در حال حاضر شرایط پیک را سپری می‌کنیم که مصرف بنزین نسبت به مواقع عادی افزایش ۵۰ درصدی دارد. علاوه بر افزایش مصرف سوخت در زمان پیک مسافر، ترافیک جاده‌ای سبب کند شدن حرکت نفتکش‌ها شده است که توزیع سوخت را با مشکل رو به رو می‌کند.

این اطلاعیه به چندین برابر شدن زمان ارسال محموله‌های سوختی به دلیل ترافیک سنگین اشاره و ادامه می‌دهد که در حال حاضر در برخی شهرستان‌ها ارسال سوخت حدود ۱۰ ساعت طول خواهد کشید.

شایعه افزایش قیمت بنزین به ۷ هزار تومان

در این میان، اواخر تیرماه خبری درباره قیمت بنزین و به اسم خبرگزاری اصولگرای تسنیم در فضای مجازی منتشر شد که البته انتشار این خبر از سوی این خبرگزاری تکذیب شد. تسنیم در خبری اعلام کرد؛ هیچ خبری درباره قیمت بنزین در سایت و فضای مجازی این خبرگزاری منتشر نشده است. لازم به ذکر است که دولت در حال حاضر هیچ برنامه و تصمیمی برای تغییر قیمت بنزین ندارد و قیمت‌های اعلامی کذب است.

در خبر منتشر شده آمده بود: قرار است براساس این طرح مصرف هر باک تا ۳۰ لیتر به مبلغ لیتری ۳ هزار تومان، از ۳۰ لیتر تا ۶۰ لیتر به مبلغ لیتری ۷ هزار تومان و از ۶۰ لیتر به بالا به مبلغ هر لیتر ۱۸هزار تومان عرضه شود.

بنزین سه‌نرخی می‌شود؟

اما گمانه‌های دیگری که در این بین شنیده می‌شد، احتمال سه‌نرخی شدن قیمت بنزین بود که البته مقامات دولتی و حتی نمایندگان مجلس تاکنون تکذیب کرده‌اند. علی بهادری‌جهرمی، سخنگوی دولت، بیست و هشتم تیرماه درباره سه‌نرخی شدن قیمت بنزین، با رد شایعات مربوط به این موضوع اعلام کرده بود: در واکنش به این دسته از شایعات فقط باید خندید.

مصطفی نخعی، سخنگوی کمیسیون انرژی مجلس نیز با تکذیب شایعه سه نرخی شدن قیمت بنزین، گفته بود: خبر سه‌نرخی شدن قیمت بنزین از اساس کذب است و نه دولت برنامه‌ای برای این مهم دارد و نه مجلس، چراکه چنین افزایش یا تغییری ابتدا باید در قانون بودجه سالانه کشور لحاظ شود و از آنجا که این تغییر و افزایش نرخ در قانون بودجه نیامده است، نرخ بنزین در سال جاری هیچ تغییری نخواهد کرد.

نماینده مردم نهبندان و سربیشه در مجلس متذکر شده بود: متاسفانه هر از چندگاهی چنین شایعاتی در رسانه‌ها و فضای مجازی پخش می‌شود، اما به عنوان سخنگوی کمیسیون انرژی از مردم می‌خواهم به هیچ عنوان به شایعه‌ها توجه نکنند چراکه هیچ تغییر و افزایشی در قیمت سوخت بنزین و گازوییل در سال ۱۴۰۲ اتفاق نخواهد افتاد.

احمد وحیدی، وزیر کشور هم بیست و پنجم تیرماه در حاشیه مراسم هفته بهزیستی در پاسخ به پرسشی درباره احتمال افزایش قیمت بنزین، عنوان کرده بود: این موضوع کاملا شایعه است و خلاف واقعیت؛ هیچ افزایش قیمتی نخواهیم داشت. وی در پاسخ به این پرسش که آیا دولت در این زمینه برنامه‌ریزی برای آینده دارد یا احتمال دو یا سه نرخی شدن بنزین وجود دارد یا نه، تاکید کرده بود: خیر؛ اصلا دولت برنامه‌ای در این زمینه ندارد.

کارت سوخت می‌ماند یا می‌رود؟

در این حال و هوا اما در روزهای داغ تیرماه، مدیر سامانه هوشمند سوخت شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی از اجرای طرح آزمایشی عرضه سوخت از طریق کارت بانکی در یک جایگاه شهر تهران خبر داده و گفته بود: در صورت موفقیت‌آمیز بودن مراحل آزمایشی و صدور مجوزها، در مرحله نخست این طرح، توزیع بنزین سوپر از طریق کارت بانکی آغاز خواهد شد.مدیر سامانه هوشمند سوخت شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی عنوان کرده بود: برای استفاده از کارت بانکی در توزیع سوخت نیاز به اتصال به شبکه شتاب وجود ندارد و افرادی که کارت بانکی دارند، مانند طرح هدفمندی یارانه‌ها یک شماره حساب در دسترس به عنوان کارت سوخت معرفی می‌کنند.

شرایط حذف کارت سوخت آزاد اعلام شد

صادقی، مدیر سامانه هوشمند کارت سوخت همچنین درباره شرایط حذف کارت سوخت آزاد، خبر داده بود: حذف کارت سوخت جایگاهداران بر اساس میزان فروش است؛ به طوری که جایگاه‌های سوختی که عرضه کمتری دارند، به آن‌ها یک کارت تعلق می‌گیرد.به گفته او، جایگاه‌های پرفروش همچنان یک سکو و یک کارت را خواهند داشت. در مراکز شهرها هم به همین روال است، یعنی هر یک سکو یک کارت سوخت.

چرا دولت واقعیت مصرف بنزین را به مردم نمی گوید

با این حال، برخی از عنوان می‌کنند؛ تا نباشد چیزکی، مردم نگویند چیزها. روزنامه اطلاعات در گزارشی نوشت: حتی اگر آنقدر بدبین نباشیم که آن‌را محک زدن واکنش افکار عمومی و نوعی نظرسنجی پنهان بدانیم، واقعیت این است که دولت و حکومت سال‌هاست بدون هیچ منطق کارشناسی، به دلیل امنیتی شدن بی‌دلیل تعدیل قیمت یک کالای مورد نیاز جامعه، به نوعی خود و مردم و مملکت را در حالت آچمز نگه داشته و قدرت تصمیم‌گیری یا هر نوع اتخاذ تصمیمی را به دلیل واهمه از تبعاتش از دست داده است و در مقابل خود را در مقامی یا موقعیتی نمی‌بیند که بتواند در برابر ابر چالش‌های کشور با مردم رک و صریح و دلسوزانه و همدردانه گپ بزند و در رفع آن بکوشد و این هیچ خوب نیست؛ اما فریز کردن مساله هم دردی را دوا نمی‌کند.

خبر

مدیر امور شعب بانک توسعه صادرات در گفت‌وگو با اگزیم‌نیوز خبر داد

راه‌اندازی شعبه مجازی بانک توسعه صادرات تا پایان سال ۱۴۰۲

مدیر امور شعب و بازاریابی بانک توسعه صادرات از راه‌اندازی شعبه مجازی این بانک برای خدمت‌رسانی برخط برای مشتریان تا پایان سال جاری خبر داد.

یوسف نجدی در گفت‌وگو با خبرنگار اگزیم‌نیوز درباره اقدامات انجام شده برای راه‌اندازی شعبه مجازی این بانک، گفت: بانک‌ها مکلفند که تا پایان سال جاری ۵۱ خدمت از خدمات پایه خود را در چارچوب شعب یا پیشخوان مجازی ارائه کنند.

این مقام مسئول اظهار داشت: سال گذشته اقداماتی برای راه‌اندازی شعبه مجازی بانک توسعه صادرات انجام شد اما اقدامات انجام شده بیشتر به عنوان یک پیشخوان مجازی بوده و به همین دلیل به اهداف تعیین شده، دست نیافته بود. با این حال کمیته عالی فاوا در ماه‌های گذشته با حضور دو عضو هیات مدیره در بانک تشکیل شده و به طور هفتگی جلسات آن برگزار و گزارشات پیشرفت آن به طور مرتب اطلاع رسانی می‌شود که نشان از اهمیت موضوع برای بانک است.

مدیر امور شعب و بازاریابی بانک توسعه صادرات اظهار داشت: در حال حاضر با همکاری معاونت فناوری اطلاعات بانک و شرکت توسعه فناوری آرمان، اقدامات مربوط به راه‌اندازی اولین شعبه مجازی بانک در حال انجام است.

نجدی توضیح داد: با راه‌اندازی این شعبه، مشتریان برای افتتاح حساب، درخواست تسهیلات، بارگذاری مدارک و امور ارزی دیگر نیازی به حضور فیزیکی در بانک ندارند و امکان دسترسی به این شعبه را در تمام کشورخواهند داشت.

وی خاطرنشان کرد: بانک توسعه صادرات ایران به عنوان بانک تخصصی حوزه صادرات کشور تنها ۳۸ شعبه در کشور دارد و یکی از انتظارات مشتریان از ما راه‌اندازی شعبه مجازی بوده تا بتوانند خدمات خود را به طور برخط دریافت کنند.

این مقام مسئول تصریح کرد: با راه‌اندازی این شعبه، مشتریان به کارتابل مدیریتی دسترسی خواهند داشت و امور برای آنها تسهیل خواهد شد.

نجدی گفت: البته خدمات بانکداری مجازی بانک توسعه صادرات از این شعبه نیز فراتر خواهد رفت؛ ما بدنبال آن هستیم تا با همکاری معاونت فناوری اطلاعات بانک و شرکت توسعه فناوری آرمان، طرحی را در زمینه بانکداری باز برای مشتریان اجرایی کنیم.

وی در خصوص مزیت راه‌اندازی این طرح برای مشتریان، اظهار داشت: در حال حاضر بنا بر قوانین بانک مرکزی، سقف تراکنش روزانه، هفتگی و ماهانه مشتریان محدودیت‌هایی دارد که با استفاده از خدمات بانکداری باز، این محدودیت‌ها برای مشتریان برداشته خواهد شد و این موضوع تنها یکی از مزایای استفاده از خدمات بانکداری باز برای مشتریان بانک توسعه صادرات خواهد بود.

برگزاری دومین کنفرانس ملی تحول دیجیتال در دانشگاه خاتم

«دومین کنفرانس ملی تحول دیجیتال» با حمایت بانک پاسارگاد و با حضور دکتر مجید قاسمی، رئیس انجمن مدیریت ایران و رئیس دانشگاه خاتم و همچنین جمعی از اساتید و اندیشمندان حوزه مدیریت، اقتصاد و فناوری اطلاعات در روزهای ۲۱ و ۲۲تیرماه ۱۴۰۲ در محل دانشگاه خاتم برگزار شد.

به‌گزارش روابط‌عمومی بانک پاسارگاد، این کنفرانس با رویکرد «رهبری و مدیریت زیست‌بوم دیجیتال» و با هدف بهبود و ارتقا عملکرد قلمرو دیجیتال، ارتقا دانش و مهارت‌های رهبری دیجیتال و ارائه تجارب برتر فناوری‌های دیجیتال در کسب‌وکارها برگزار گردید.

محورهای اصلی این کنفرانس عبارت بودند از: حکمرانی زیست بوم دیجیتال، توسعه قابلیت‌های فرهنگ دیجیتال، توسعه شبکه ارزش‌آفرینی دیجیتال، ترسیم آینده صنعت در تحول دیجیتال، رهبران دیجیتال و مدیران نسل آینده، رویکردها و مدل‌های زیست‌بوم دیجیتال، شایستگی‌های سرمایه‌انسانی در دیجیتالی شدن، راهکارهای بهبود تجربه دیجیتالی ذی‌نفعان کلیدی، مدیریت سرمایه‌گذاری دیجیتال (انسانی، فنی و تجهیزات) و نقش تسهیل‌گران و توسعه‌دهندگان در دیجیتالی شدن.

در ابتدای این مراسم دکتر مجید قاسمی سخنرانی خود را با موضوع "نقش رهبران در حکمرانی تحول دیجیتال" ارائه کرد.

ایشان در ابتدا اقدام به بیان تعریف تحول دیجیتالی توسط مؤسسه‌های معتبری مانند ACCA، OECD، Deloitte، gartner و KPMG پرداخت و به نکات مهم آن‌ها اشاره داشت و فرآیند تحول دیجیتالی را شامل سه بخش رقمی‌سازی، دیجیتالی شدن و تحول دیجیتالی معرفی کرد.

وی در ادامه به بیان مراحل سفر تحول دیجیتالی پرداخت و در این خصوص افزود: مدیران و رهبران باید بتوانند بازتعریف چشم‌انداز سازمان را رقم بزنند، چرا که رقابت‌ها در عصر دیجیتالی بسیار دشوار و حساس خواهد بود. او در ادامه به تشریح مواردی مانند درک شکاف‌های موجود در محیط کسب‌وکار، چگونگی دیجیتالی شدن، نحوه بازنگری دیجیتالی‌سازی و کنترل شتاب تحول دیجیتالی پرداخت.

رئیس دانشگاه خاتم در ادامه افزود: ما اگر محل ایجاد تحول دیجیتال را مانند ساختمانی در نظر بگیریم، در یک طرف این ساختمان حکمرانی دیجیتالی و طرف دیگر درگیر کردن سازمان با موضوع‌های دیجیتالی قرار گرفته است.

در بخش زیربنایی نقشه راه تحول دیجیتالی قرار دارد و در گام بعد سرمایه‌گذاری دیجیتالی باید مورد توجه قرار گیرد. از سوی دیگر باید شناسایی و تشخیص دارایی‌های راهبردی (دانش مشتری، فرهنگ، نام تجاری و نوآوری محصول) مورد توجه قرار گیرد و بر اساس مدل کسب وکار، فرآیند عملیاتی و درک مشتری، قابلیت‌های دیجیتالی را طراحی و اجرا کنیم.

رئیس انجمن مدیریت ایران در ادامه به اثرهای تحول دیجیتالی بر بعدهای توسعه پایدار سازمان ملل پرداخت و آن‌ها را در سه بعد سیاره‌زمین، بشریت و رفاه مورد بررسی قرار داد و در بحث سیاره زمین به مواردی مانند حفاظت از کره‌زمین با سامانه‌های حمل‌ونقل و انرژی با کربن کمتر، حداقل نمودن مصرف منابع و انرژی با ایجاد شهرها، خانه‌ها و جاده‌های هوشمند توسط فناوری‌های دیجیتالی و استفاده و کنترل فناوری‌های دیجیتالی در جهت تحقق هدف‌های اقتصاد چرخشی یا دَوَرانی اشاره کرد.

دکتر قاسمی درخصوص اقتصاد چرخشی و دورانی گفت: اقتصاد چرخشی یعنی با انواع توانمندی‌هایی که دیجیتالی شدن می‌تواند ایجاد نماید، تا جای ممکن منابعی که در اختیار داریم را باز چرخانی کنیم. یکی از مشکلات مهم در دنیا کمبود و محدودیت منابع و مدیریت منابع محدود است. این‌جا اقتصاد دیجیتالی به اقتصاد دنیا کمک می‌کند تا با استفاده مجدد از منابع بهترین بهره‌برداری‌ها صورت پذیرد. برای نمونه در این حوزه در زرند واحد کک‌سازی ۸۰۰ هزار تنی متعلق به میدکو هیچ آلودگی به شهر منتقل نمی‌کند، چون با سرمایه‌گذاری ۲۲ میلیون دلاری و تولید با بهره‌مندی از سیستم CDQ، تمام بخارهای حاصل به یک مجموعه با تکنولوژی بالا منتقل می‌شود و از آن‌ها ۱۴ مگاوات برق هم تولید می‌گردد، یعنی یک منبع مخرب با تحول دیجیتالی تبدیل به یک منبع جدید و مفید می‌شود. وقتی صحبت از تحول دیجیتالی می‌شود به این مفهوم نیست که حتما باید مجموعه پیچیده‌ای وجود داشته باشد. در واقع بحث مهم تحول ذهنی سرمایه‌گذاری‌ها و توانمندی‌هایی است که انسان می‌تواند با آن‌ها به روش‌های جدیدی دست پیدا کند.

وی در ادامه افزود: در رابطه با بحث بشریت، ایجاد شکل‌های جدید شغل و امکان دورکاری در اقتصاد دیجیتالی فراهم می‌شود و همچنین ارزشمند شدن شغل‌هایی که با مهارت‌های علمی، فناوری، مهندسی و ریاضیات در ارتباط هستند اتفاق می‌افتد. در بعد رفاه هم تحول تولید از طریق ایجاد رویکردها و مدل‌های کسب‌وکار با استفاده از فناوری‌های دیجیتالی و لزوم انسان محوری و خدمت‌رسانی فناوری‌های نوین به جامعه، در راستای حصول اطمینان از دست‌رسی برابر افراد برای بهره‌مندی از فرصت‌های اقتصادی و اجتماعی مورد توجه و تأکید قرار می‌گیرد. به طور مثال ما با برنامه ویپاد و شعبه پاد مستقر در تهران در بیش از ۸هزار شهر کوچک و روستا حضور داریم و ارائه خدمات می‌کنیم. در این مجموعه حدود یک میلیون و سی هزار نفر از دی ماه وارد زیست‌بوم ما شده‌اند و از تسهیلات خرد استفاده می‌کنند. بدین ترتیب ما از سال گذشته هم‌راستا با تغییرات جهانی آغاز به کار کردیم. نکته جالب این است که نکول این تسهیلات حتی بدون این‌که برای این تسهیلات وثیقه‌ای دریافت کنیم، از پایین‌ترین نرخ نکول بانک‌های کشور نیز پایین‌تر است. در واقع یک رابطه تعاملی مطرح است، عملا اعتبار را خود صاحبان حساب برای خودشان تولید کرده‌اند. رئیس دانشگاه خاتم سپس به بحث زیست‌بوم دیجیتالی اشاره کرد و در این‌راستا چارچوب زیست‌بوم دیجیتالی که به منظور ارائه نگاه جامعه و درک مشترک از عواملی که بر روی زیست‌بوم دیجیتالی یک کشور اثر می‌گذارد را مورد تحلیل قرار داد. وی در ادامه سه رکن اصلی این چارچوب شامل: زیرساخت دیجیتالی و به‌کارگیری آن، جامعه، حقوق و حکمرانی دیجیتالی و بحث اقتصاد دیجیتالی را تشریح کرد.

مدیرعامل بانک پاسارگاد مفهوم حکمرانی دیجیتالی را شامل به‌کارگیری حکمرانی دیجیتالی برای تعیین مسئولیت‌پذیری نقش‌ها، توان تصمیم‌گیری و قدرت مدیریت برای تغییر جهت دیجیتالی‌نمودن سازمان دانست و هدف ساختار حکمرانی دیجیتال را اطمینان از بلوغ کسب‌وکارهای دیجیتالی و به حداقل رساندن تلاش‌ها و هزینه‌های مرتبط با این بلوغ بیان کرد. وی در این خصوص گفت: این کار بسیار سخت است چون سازمانی که در یک ساختار قدیمی یا حتی یک ساختار به‌روز فعالیت می‌کند، ناگهان با پدیده نوظهوری مثل همین دیجیتالی شدن روبه‌رو می‌شود. در خیلی از سازمان‌ها مقاومت‌های زیادی در این راستا مشاهده می‌شود و سازمان‌هایی موفق‌تر خواهند بود که بدنه جوان‌تری داشته باشند. ما سن‌وسال‌دارها باید توجه داشته باشیم، تذکری به خودمان دهیم و حواسمان جمع باشد که برای حرکتی که به‌سمت حرم پیش می‌رود و از حرامی فاصله می‌گیرد آماده باشیم.

رئیس انجمن مدیریت ایران افزود: در واقع حکمرانی دیجیتالی به هدایت فعالیت‌های دیجیتالی سازمان در مسیر درست کمک می‌کند و این حکمرانی انرژی پراکنده را به موتور واحد تبدیل و در عین حال دو هدف کلی را دنبال می‌نماید: اول به سازمان‌ها اطمینان می‌دهد که فعالیت‌های دیجیتالی را به‌شیوه‌ای اخلاقی و کارآمد انجام دهند. دوم به سازمان‌ها کمک می‌کند که چابک و تطبیق‌پذیر باقی بمانند.

رئیس دانشگاه خاتم در پایان بحث حکمرانی دیجیتال، هفت اصل کلیدی حکمرانی دیجیتال را برشمرد و سپس نقش رهبران در تحول دیجیتالی را تشریح کرد.

وی در این خصوص ابتدا به تغییرهای ساختاری مورد نیاز تحول دیجیتالی اشاره کرد که شامل: رهبری، فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، و نقش‌ها و مهارت‌های سرمایه انسانی می‌شود و در ادامه وظیفه رهبران را مورد بررسی قرار داد. دکتر قاسمی وظیفه رهبران را شامل ۴ بخش برشمرد که در بخش تدوین راهبرد کسب‌وکار دیجیتالی؛ مدیران باید راهبردهای کسب‌وکار دیجیتالی را طوری تدوین کنند که تعیین‌کننده جهت ابتکارهای سازمان باشد. در بخش طراحی مدل عملیاتی فناوری اطلاعات و کسب‌وکار؛ مدیران باید یک مدل عملیاتی طراحی کنند که ابتکارهای فناوری را با سرعت و چابکی ارائه دهد و به طور مؤثر فناوری اطلاعات و کسب‌وکار را به هم متصل کند. در خصوص مبانی فناوری؛ مدیران باید پایه‌های فناوری را در قالب سکوهای دیجیتالی قرار دهند و ساختارسازی کنند و در بحث فرهنگ دیجیتالی؛ مدیران باید فرهنگ سازمانی را به صورت تدریجی به گونه‌ای تغییر دهند که مشارکتی و مشتری‌محور باشد و به سرمایه انسانی این قدرت را بدهد تا خودشان بتوانند تصمیم‌های مهمی اتخاذ کنند.

مدیرعامل بانک پاسارگاد در این رابطه گفت: در قدم‌هایی که رهبر می‌خواهد مسئولیت‌های آن را پیگیری کند، بحث فرهنگ سازمانی موردتأکید جدی است. یک مدیر ارشد باید درک دیجیتالی داشته‌باشد. چارچوب دیجیتالی رسمی را تنظیم و ساختار و فرآیند سازمانی ایجاد کند و رهبری تغییر را برعهده گیرد. یک رهبر تغییر باید بتواند سیگنال دهد و دیگران را در این تغییر درگیر کند. در مرحله بعد باید بتواند شرایط تغییر همگانی را در سازمان ایجاد کند. از ویژگی‌های رهبران دیجیتالی و موفق می‌توان به نوگرایی، توسعه فرصت‌های جدید، تمرکز بر فرصت‌های مبتنی بر فناوری، پیش‌قدم شدن در فرصت‌های جدید و تمرکز بر فرصت‌های فناوری اشاره کرد.

دکتر قاسمی در انتهای صحبت‌های خود افزود: فِی الجُمله اعتماد مَکُن بر ثباتِ دَهر، کاین کارخانه‌ایست که تغییر می‌کند. زمانی ما در ارزیابی تعالی سازمانی (EFQM) شرکت کرده بودیم و مورد ارزیابی قرار گرفتیم. ما گفتیم متن انگلیسی EFQM را به ما بدهید تا متوجه شویم کلیات آن چیست. در یکی از این جلسات به آن‌ها گفتم شما تا به حال فکر کرده‌اید که تعالی زمانی که سعدی می‌فرماید: رسد آدمی به جایی که به جز خدا نبیند بنگر که تا چه حد است مقام آدمیت، یعنی چه؟ تا به حال از این تعالی، تعالی بهتری دیده‌اید؟ چرا نمی‌آیید تعالی را بر اساس فرهنگ سازمانی خودمان تعریف کنید؟ یک چارچوبی را که در صنعت اروپا اجرا شده، در نظر گرفته‌اید که در بخش خدمات اجرا نشده است و با آن می‌خواهید بانک یا بیمارستان یا جای دیگر را ارزیابی کنید. در این صورت با مشکل مواجه خواهید شد و نمی‌توانید تعاریف را تطبیق دهید. البته تا حدی کار شد و اتفاق خوبی هم افتاد.

دکتر قاسمی در ادامه با آرزوی موفقیت برای همه حاضرین و تشکر از برگزارکنندگان این رویداد، به صحبت‌های خود پایان داد.

در سایر سخنرانی‌ها دکتر امیر ناظمی سخنرانی با عنوان «آینده تحول دیجیتال در صنعت» انجام دادند، سپس دکتر بابک مجیدی با موضوع «آموزش سرمایه‌انسانی کارا برای آینده سازمانی مبتنی بر هوش مصنوعی و واقعیت دیجیتال» سخنرانی بخش اول را به پایان رساند. در بخش دوم، برنامه با سخنرانی دکتر سعید روحانی با عنوان «تحول دیجیتال به کمک تحلیل گری داده» آغاز و در ادامه دکتر علی عبداللهی با موضوع «رهبران دیجیتال و مدیران نسل آینده» به سخنرانی پرداخت و در پایان دکتر محمد حسن زاده موضوع «تحول مجازی: جاری سازی و مراحل آن» را ارائه نمودند.

در روز پنجشنبه ۲۲ تیرماه با معرفی Living Lab شروع و با سخنرانی دکتر عبداله شمیسا با موضوع «آینده اتوماسیون صنعتی در زیست بوم دیجیتال» ادامه یافت. بعد از آن دکتر امیر ناظمی سخنرانی را با موضوع «آینده تحول دیجیتال در صنعت» ادامه داد. سپس موضوع «ژئواکونومی دیجیتال در خاورمیانه دیجیتال»، با سخنرانی دکتر مصطفی امینی به پایان رسید. بخش دوم برنامه با سخنرانی دکتر جواد رضازاده با موضوع «ارائه تجارب استفاده از اینترنت اشیاء برای نظارت هوشمند دیجیتالی در محیط های صنعتی» آغاز و بعد از ایشان دکتر مهدی بیگی با موضوع «راهبردهای بهبود تجربه دیجیتالی مشتریان در زیست بوم دیجیتال» ادامه و در پایان دکتر محمد طهرانی با موضوع «اینترنت ارزش: توسعه زیست‌بوم دیجیتال بر بستر غیر متمرکز» برنامه را پایان داد.

گفتنی است در هر دو روز کنفرانس هم‌زمان با سخنرانی در سالن آمفی تئاتر، در سالن امام رضا (ع) «نشست تخصصی انرژی هوشمند» و «نشست تخصصی معدن و صنایع فلزی هوشمند» در روز اول و «نشست تخصصی سلامت هوشمند» همچنین «نشست تخصصی کشاورزی هوشمند» در روز دوم برگزار شد.

در پایان سخنرانی‌ها، سرکار خانم دکتر آذر صائمیان دبیر علمی بیانیه کنفرانس را قرائت نمودند و به مقالات برتر و همچنین پژوهشگر برتر این کنفرانس جوایز و لوح اهدا گردید.