



## رویداد به عنوان بستری برای حل نیازهای کشور و توسعه کسب و کارهای رشته جغرافیا

### مقدمه

بحث‌های داغ درباره مشکلات کشور، از پر تکرار ترین گفت و گو ها در میان مکالمات مردم است . همچنین موضوع بسیاری از مجامع تخصصی، محتوای بنگاه‌های خبری و عناوین عموم کرسی‌های نقد و نظر دانشگاهیان حول محور همین مشکلات کشور شکل می‌گیرد. از جمله این مباحث می‌توان به : ضرورت افزایش تولید و عرضه مسکن در کنار کنترل سوداگری در بازار زمین و مسکن ، اتخاذ الگوهای بومی توسعه روستایی و توجه به تجربیات موفق در اشتغال‌زایی روستایی، اصلاح ساختار مدیریت آب و راه‌اندازی سامانه جامع بخش کشاورزی با هدف جلوگیری از برداشت بی‌رویه یا تخریب محیط زیست و حتی اصلاح نظام توزیع در کشور، افزایش بهره‌وری زیرساخت‌های شبکه حمل و نقل، حل مسائل مهاجرت از پیرامون به مرکز، مهندسی روابط اقتصادی با کشورهای مختلف نام برد.

فصل مشترک ریشه مشکلات فوق را می‌توان در عدم شناخت مکان و ظرفیت‌های آن دانست، و جغرافیا (علوم جغرافیایی) با مفهوم علم رابطه انسان با محیط را می‌تواند راهگشا و کمک کننده تصمیم‌سازی در حل بخش مهمی از این مشکلات باشد .

از جهتی دیگر بررسی ارتباط اشتغال و مدرک تحصیلی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی این حوزه و سطح انگیزه ورود به این رشته بیانگر اختلاف جدی است در حالی که باتوجه به موضوعات و چالش‌های مهم کشور نه تنها نظام استخدامی بلکه کارآفرینی و شرکت‌های دانش بنیان خوبی در این زمینه توان بالقوه شکل‌گیری را دارند که البته هم اکنون نیز برخی تأسیس شده و نیازمند حمایت‌های بیشتر برای توسعه اند .

بهار سال ۱۴۰۰ موسسه جغرافیا، مرکز همکاری های تحول و پیشرفت ریاست جمهوری و مرکز نوآوری دانشکده جغرافیا به منظور تحول در اشتغال و ارتباط دانشگاه با صنعت وارد تعامل شدند.

با بررسی ابعاد مختلف چالش‌ها و ظرفیت‌های موجود بعد از چند ماه جلسات و پیگیری به این نتیجه رسیدند که برگزاری رویداد ملی جغرافیا به منظور ایجاد نخستین زیر ساخت مناسب و پل ارتباطی دانشگاه با صنعت در حوزه علوم انسانی به طور خاص جغرافیا راه‌حل و گام اول در راستای حل چالش‌های طرفین این معادله است .

### شبکه‌سازی دانشگاه‌ها

ظرفیت نخبگانی کشور در دانشگاه‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان است. این ظرفیت نخبگانی (دانشجویان، فارغ‌التحصیلان، اعضای هیئت علمی و مدیران و کارشناسان شرکت‌های دانش‌بنیان) از آنجایی که به صورت پراکنده در کشور هستند دسترسی به آن‌ها برای حل نیازهای کشور بسیار سخت می‌باشد. لذا اولین اقدام برای حل نیازهای مربوط به دستگاه‌های اجرایی و نیز جمع‌آوری طرح‌های فناورانه آن‌ها، شبکه‌سازی آن‌ها بود. در گام اول سعی شد دانشگاه‌های که رشته جغرافیا در آن‌ها دایر می‌باشد شناسایی شده و لیست گردند. این لیست که شامل یک فایل اکسل بود در آن، مدیران گروه‌ها و یا معاونین پژوهشی دانشکده‌ها شناسایی و شماره تماس آن‌ها آورده شده بود. سعی شد برای ارتباط‌گیری با این دانشگاه‌ها، نامه‌نگاری صورت گیرد. در متن نامه اشاره شده که لازم است یک



نفر نماینده از طرف دانشگاه به موسسه معرفی شود. از این جهت نماینده مهم است که موسسه نمی‌تواند با کل گروه‌ها کار انجام دهد. این اقدام در بهمن ماه ۱۴۰۰ انجام گرفت و در حال حاضر تمام نمایندگان ۴۰ دانشگاه شناسایی شده‌اند. اگر نیازی از سوی دستگاهی مطرح شود و یا اگر لازم باشد تا طرح‌های نوآورانه دانشگاه‌ها گردآوری شوند در چنین حالتی، نماینده اقدام به این کار خواهد کرد.

رویداد ملی به عنوان بستر ارتباط دانشگاه با صنعت در نظر گرفته شد اما اینجا منظور از دانشگاه تنها دانشگاه تهران نیست و بلکه باید ملی بودن خود را در همه ابعاد همانند چالش‌های صنعت حفظ کند. این مقدمه‌ای است برای شناخت ظرفیت‌ها و توانمندی‌های سایر دانشگاه‌های کشور که در خود دانشکده یا گروه علوم جغرافیایی را دارند.

نتیجه بررسی‌هایی که در مرحله اول انجام شد بیانگر تدریس علوم جغرافیایی (دانشکده و گروه) در بیش از ۱۲۴ دانشگاه در سطح کشور است که شامل ۸ موسسه غیرانتفاعی، ۱۸ دانشگاه آزاد، ۶۵ دانشگاه پیام نور و ۳۳ دانشگاه دولتی می‌باشد.

در مرحله دوم بررسی، دانشگاه‌ها به لحاظ توانمندی و میزان دانشجوی ورودی هر سال با در نظر گرفتن تجربیات حضور هیئت علمی و بحران استقبال ورود به دانشگاه رتبه‌بندی شدند، با توجه به فراگیری کرونا و چالش‌های آن، بخش قابل توجهی از دانشجویان پس از اعلام قبولی در این رشته، اقدام به ثبت‌نام نمی‌کنند. به طور مثال، از ۹۰ نفر ورودی سال ۱۳۹۸ کارشناسی جغرافیای دانشگاه تهران امروز کمتر از ۷۵ نفر شاغل به تحصیل‌اند، همین امر نیز موجب کم‌رونق شدن تعداد قابل توجهی از این مراکز شده است.

در مرحله سوم، با ارسال دعوت‌نامه برای ۴۰ دانشگاه کشور تلاش شد تا از هر دانشگاه حداقل یک نماینده به عنوان پل ارتباطی موسسه جغرافیا با دانشگاه‌ها معرفی شوند و علاوه بر اطلاع‌رسانی رویداد ملی در سایت‌های دانشگاه‌ها از طریق این افراد، اقیانوس‌سازی و تبلیغات میدانی دانشگاه‌ها صورت بگیرد.

انتظار می‌رود دانشجویان مقطع ارشد و دکتری با ایده و پروپوزال کاربردی و دانشجویان مقطع کارشناسی به منظور کسب شناخت و دغدغه‌مندی نسبت به مسائل کشور در رویداد حضور فعال داشته باشند.

## شبکه دستگاه‌های اجرایی

همانطور که مسلم است ارتباط دانشگاه با صنعت نه یک جاده‌ی یک طرفه بلکه بزرگراهی دو طرفه باید باشد تا تعامل بین این دو، موجب فناورمحور شدن توسعه پایدار و افزایش بهره‌وری دستگاه‌ها گردد.

متأسفانه به دلیل منابع غیربومی در وزارت علوم و عدم ارتباط موثر دانشگاه با صنعت با وجود مشکلات زیاد در کشور، ریشه‌ی بخش زیادی از مشکلات واکاوی نشده و یا بعد از واکاوی به سمت ارائه راه‌حل این مسائل توسط مراکز علمی کشور مخصوصاً دانشگاه‌ها و اندیشکده‌ها نرفته است.

یکی از دلایل آن می‌تواند جزیره‌ای بودن دستگاه‌ها باشد به این معنا که ممکن است در خصوص موضوعی مهم دستگاه الف پژوهشی انجام داده باشد ولی به دلیل عدم گزارش بین دستگاه‌ها مجدد دستگاه ب اقدام به پژوهش در همان حیطه می‌کند.



مبحث دیگر در حل مسائل، لزوم داشتن نگاه سیستمی در کشور است، نگاهی که حقیقتاً مغفول مانده و مثال ساده و مردمی آن ماجرای تعمیرات آسفالت، کابل برق، فیبر نوری، شبکه فاضلاب و ... است که به دلیل نگاه‌های بخشی، موجب نارضایتی مردم و افزایش هزینه بی‌رویه می‌گردد.

هدف مهم دیگر در شبکه‌سازی دستگاه‌های اجرایی ارائه نقش ساختاری، عملکرد و چالش‌های خود، گفت و گو با شرکت‌های فنور و دانشجویان است تا دیگر اعضای رویداد ضمن آشنایی متقابل بیشتر با دستگاه‌ها بتوانند برای ارتباط موثر و نقش‌آفرینی در دستگاه‌ها بر ظرفیت‌های خود در آینده بیافزایند.

دستگاه‌های اجرایی علاوه بر اقدامات اجرایی جاری، دارای مسائل و مشکلات فناورانه و نوآورانه هستند که نیاز است این نیازها از طریق نخبگان موجود در دانشگاه‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان حل شود چرا که بخش‌های دیگر کشور ناظر به نیازمندی غیرفناورانه فعالیت می‌کنند؛ اما نکته‌ای که وجود دارد این است که تقاضاهای مربوط به دستگاه‌های اجرایی معمولاً به دلیل عدم دسترسی این دستگاه‌ها به شبکه نخبگان، بوسیله پژوهشگاه‌ها و مراکز نوآوری وابسته به این دستگاه‌ها یا به واسطه شناخت تصادفی حل می‌شود. اینکه دستگاه‌ها دسترسی به بخش عمده‌ای از نخبگان در داخل کشور داشته باشند میسر نبود. ذکر این نکته ضروری است که وجود سامانه‌هایی مثل ساعت، سمات، تاپ و ... عرضه و تقاضای فناوری به دلیل اینکه نیازهای واقعی از غیرواقعی شناخته نشده و نیازهای واقعی دقیق و دارای RFP نیستند به صورت مطلوبی انجام نمی‌گیرد.

در رویداد این امکان وجود داد که دستگاه‌ها بتوانند نیازهای واقعی خود را در معرض دید فناورها قرار دهند و با فناورها وارد بحث و مذاکره شوند و در صورت نیاز، چالش‌ها و دغدغه‌های خود را مطرح کنند و امکان به تفاهم رسیدن بین فنور و متقاضی بسیار بالاتر است. به همین دلیل پیشنهاد این است که دستگاه‌های برای بهره‌مندی از ظرفیت‌های موجود در کشور از بستر نوآوری باز استفاده نمایند و یکی از مصادیق نوآوری باز، رویداد است.

برای تشکیل شبکه دستگاه‌ها جلسه اول در دی ماه ۱۴۰۰ با حضور ۲۵ دستگاه تشکیل شد. در مراحل بعد سعی گردید با تک تک دستگاه‌ها وارد تعامل شویم. در این جلسات چالش‌ها و ابهامات مرتبط با رویداد ملی جغرافیا و با دستگاه‌ها طرح و پاسخ داده می‌شد. در این جلسات قرار شد تا اولاً بقیه بخش‌های مربوط به دستگاه‌ها از این رویداد مطلع شوند. ثانیاً مقرر گردید تا اواخر فروردین این دستگاه‌ها نیازهای خود را دسته‌بندی نموده و در اختیار موسسه جغرافیای دانشگاه تهران قرار دهند.

این نیازها پس از دریافت تبدیل به RFPهای مشخصی می‌شوند و می‌توان آن‌ها را منتشر نمود. پس از انتشار این RFPها در شبکه دانشگاه‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان، در مدت زمان محدودی باید پروپوزال‌های مرتبط با این RFPها، جمع و تدقیق شوند. پس از تدقیق و ارزیابی اولیه، تیم‌های مرتبط با این RFPها شناسایی شده و مورد ارزیابی اولیه قرار می‌گیرند تا از حداقل توانمندی آن‌ها اطمینان حاصل شود و در صورت لزوم یک دوره توانمندسازی برای آن‌ها در مرکز نوآوری دانشگاه تهران برگزار گردد.

### **شبکه سرمایه‌گذاران ( شتاب دهنده‌ها، صندوق‌های خطر پذیر و مهندسین مشاور )**

ایده‌ها و طرح‌های نوآورانه و فناورانه دانشجویان و اعضای هیئت علمی پس از دریافت و ارزیابی اولیه توسط شتاب‌دهنده‌ها و صندوق‌های خطرپذیر مورد ارزیابی اولیه قرار می‌گیرد تا اگر از نظر آن‌ها مناسب تشخیص داده شدند فرآیند تشکیل هسته فنور و شتابدهی



شروع شود. جهت شبکه‌سازی، ابتدا لیست شتابدهنده‌ها و صندوق‌های خطرپذیر احصا و پس از پیدا کردن شماره تماس مربوطه، با آن‌ها جهت توجیه اولیه، جلساتی گذاشته شد. یکی از اقدامات اولیه جهت معرفی ایده‌های ارسال شده به موسسه، برگزاری پیش‌رویدادهایی برای ارزیابی اولیه توانمندی صاحبان ایده و فناوری‌ها هستند تا در صورت برگزاری جلسه بین این فناوری‌ها و سرمایه‌گذاران، آن‌ها از توانمندی لازم جهت ارائه ایده برخوردار باشند. ایده‌ها پس از دریافت، کد ویژه‌ای می‌خورند و عناوین آن‌ها به سرمایه‌گذاران ارسال می‌شود تا بتوان از مالکیت معنوی این ایده‌ها صیانت نمود.

از دانشجویان انتظار می‌رود برخی مشکلات را واکاوی و برای آن راه حل ارائه دهند؛ گاهی راه‌حل آن‌ها، ارائه نوعی محصول است (اعم از خدمات یا محصول فیزیکی) اما به دلیل عدم توان تأمین مالی برای شروع یا به دلایلی من جمله بین دستگامی بودن راه‌حل، شرایط سخت اخذ مجوز، سودآور نبودن محصول در چند ماهه آغاز و ... هرگز پروپوزال قابل دفاع خود را ارائه نداده و اقدامی برای عملیاتی کردن آن صورت نگرفته است.

در فرآیند برگزاری این رویداد، ضمن توجه به مالکیت معنوی ایده‌ها در تلاش است تا در وهله اول، مشکلات و چالش‌های ایده‌های ارزیابی شده را بر طرف، با آموزش و شفافیت‌سازی مسیر را هموار و در انتها برای اجرایی شدن ایده‌های برتر اقدام به سرمایه‌گذاری و ثبت شرکت و ... بنمایند.

در همین راستا، مرکز نوآوری جغرافیا اقدام به ارائه خدماتی چون مشاوره شرکت‌های استارت‌آپی، در اختیار قرار دادن فضای فیزیکی برای فعالیت شرکت‌ها و ... اقدام می‌نماید.

### مدل تعامل در شبکه

مدل تعاملی که در شبکه‌های نام برده شده در نظر گرفته شده چند منظوره است به این معنا که نه تنها اعضای شبکه مخاطب این رویداد هستند بلکه انتظار می‌رود بعد از انتقال اطلاعات اعم از نحوه برگزاری، نکات، اقدامات، دستاوردها و ... هر یک جمع و شبکه‌ای را که ذیل این دانشگاه‌ها ساخته شده است را اقناع و مجدد مطالب را منتشر کنند. (دانشگاه‌ها)

## فرآیند اجرایی رویداد تقاضا محور جغرافیا



### فراخوان یا ارسال نامه :

در این بخش که نخستین گام بعد اجرایی مجموعه بوده با تهیه بروشور ، پوستر، برگزاری جلسات متعدد در فضای مجازی به منظور توجیح مقدماتی، ارسال نامه از طریق فکس و لینک تماس تلاش خوبی برای اطلاع رسانی بین دستگاه های هدف انجام شد و دستگاه های مشتاق نماینده ای را برای ارتباط بیشتر معرفی کردند که یکبار به صورت دسته جمعی و یکبار به صورت مجزا جلسه ای با هدف تشریح دقیق رویداد در اسفند ماه برگزار شد.

### دریافت نامه از سوی دستگاه / شرکت :

نامه های ارسال شده از طریق فکس یا پیام رسانها ضمن پیگیری دریافت، ثبت و بعضا دستور اقدامات لازم گرفته شد .

از جمله اقدامات انجام شده می توان؛ معرفی نماینده جهت مذاکرات بعدی و همکاری در انتشار پوستر رویداد نام برد.

### احصای نیازهای واقعی توسط دستگاهها

دستگاهها و شرکت های موجود در کشور اگرچه دارای دغدغه ها و اهدافی هستند که منجر به تنها اداره و روزمرگی دستگاه ها گردیده درحالی که با توجه به پویا بودن چالش های کشور این دستگاه ها نیز همواره گام هایی در راستای بهروری بیشتر بردارند. یکی از مهم ترین این گام ها برطرف کردن موانع و چالش ها و تهیه نقشه هایی برای چابک سازی مسیر ارائه خدمات است. این نیازها و چالشها لازم است از طریق دستگاهها تحت عنوان RFP های مشخصی به دبیر خانه جغرافیا ارسال گردند. این نیازها می تواند شامل موارد پژوهشی، کاربردی، بهینه سازی و... باشد و لازم نیست که منحصر به جغرافیا باشد بلکه مدنظر داریم برای احصای آن، حداقل بخشی مرتبط به علوم جغرافیایی باشد.

### ارسال نیازها

نیازهای کارشناسی شده می توانند از طریق ایمیل یا صندوق پستی و حتی به صورت حضوری در موسسه جغرافیا تحویل داده شوند.



## ارزیابی نیازها

نیازهای ارائه شده از جانب سازمان‌ها در این مرحله به منظور رفع ابهامات و نزدیکی ادبیات ارائه دانش‌بنیان و فناور به سازمانی بررسی می‌گردد. در صورت لزوم برای دقیق شدن تقاضاها جلسه‌ای یا فرصت ثانویه‌ای داده می‌شود و یا کلیات نیازهای دستگاه‌ها به صورت فراخوان عمومی توسط دبیرخانه رویداد منتشر می‌گردد .

با دریافت پیشنهادات برای حل این تقاضاها گام جدید بررسی پیشنهادات برداشته می‌شود، در اینجا لازم است پیشنهادات به صورت دقیق از ابعاد مختلف به موضوع پرداخته باشند. و در صورت موفقیت در ارائه پیشنهادات، تیم مورد نظر برای حل مشکل به سازمان مربوطه معرفی می‌گردد .

## فرآیند اجرایی رویداد عرضه محور



پس از بررسی‌های به عمل آمده در خصوص فعالیت دانشکده‌های حوزه علوم جغرافیایی، ۴۰ مرکز اعم از دانشکده جغرافیا، گروه جغرافیا و یا گروه علوم زمین شناسایی شدند و برای هر یک از این مراکز، اطلاعیه برگزاری رویداد ارسال و برای توضیح بیشتر جلساتی نیز برگزار شد.

با معرفی نماینده‌های این مراکز درخواست باز نشر فراخوان‌ها و اطلاعیه‌ها و فعالیت و توجیح دانشجویان در مقاطع مختلف داده شد.

طرح‌هایی از جانب دانشجویان و فارغ‌التحصیلان مقاطع ارشد و دکتری ارسال شده است و این طرح‌ها بر اساس شاخص‌هایی چون سرمایه، موضوع، گستردگی و حجم و... دسته بندی شده‌اند.

آنچه که پس از به پایان رسیدن مهلت ارسال ایده‌ها رقم خواهد خورد ارزیابی طرح‌های ارسالی، کمک به رشد و توسعه آن، معرفی به صندوق‌های سرمایه‌گذار، شتابدهنده‌ها، دستگاه‌های اجرایی، مرکز نوآوری و شرکت‌ها با هدف تسریع در عملیاتی شدن این طرح‌هاست.

در زمان برگزاری رویداد، تیم‌های دانشجویی و شرکت‌ها به مذاکره مستقیم پیرامون عقد قرارداد رسمی می‌پردازند و با عقد قرارداد، شروع حل یکی از مسائل کشور یا افزایش بهروری سازمان‌ها و ... را شاهد خواهیم بود یا با عدم عقد قرارداد تجربه زیسته و معرفی بخشی از توانمندی‌های علوم جغرافیایی اتفاق افتاده است که خود گامی موثر در معرفی فلسفه جغرافیاست.

و انتظار می‌رود دانشجویان مقطع کارشناسی نیز با هدف کسب تجربه رویداد و آشنایی با سازمان‌ها و بازار اشتغال حوزه علوم جغرافیایی در رویداد شرکت به عمل آورند.





## آسیب‌شناسی رویداد

احصای نیازهای واقعی سازمان‌ها و اولویت‌گذاری آن‌ها در گذشته به طور معمول هر ساله نیازهایی اعم از پژوهشی، کاربردی، فناوری و ... توسط سازمان‌ها و دستگاه‌ها از طریق سایت‌هایی ارائه می‌گردید .

با این حال بخش قابل توجهی از این نیازها در طول سال‌ها بارها و بارها تکرار شده‌اند به طوری که گاهی سوءظن عدم عزم جدی برای حل آن‌ها بوجود می‌آید . به همین منظور لازم است در میان نیازهای معرفی شده شاخص‌هایی گذاشته شود تا با وجه تمایز بیشتری بتوان به برخی اولویت‌ها رسیدگی و سرمایه اختصاص داد.

### تضمین فناوری

بعضا با وجود تلاش گروه دانش‌بنیان برای حل یک مسئله اما به دلایلی چون عدم تخصص در حوزه یا ناتوانی فناور نه تنها زمان صرف می‌شود بلکه سرمایه‌هایی نیز به اشتباه هزینه میشوند که ممکن است موجب دلسردی و کاهش اطمینان طرفین گردد. فلذا لازم است در صورت عقد قرارداد بین دستگاه و فناور، در صورتی که حجم قرارداد زیاد باشد دستگاه بخشی از هزینه را به عنوان هزینه ریسک در نظر بگیرد. کما اینکه این ریسک در صورت خرید تجهیزات از خارج از کشور روی محصول آورده می‌شود و در فناوری‌های جدید تحت عنوان گارانتی از مصرف‌کننده گرفته می‌شود.

### تخصیص بودجه در زمان مناسب

یکی از چالش‌های عقد قراردادها و پرداخت‌ها برای سازمان‌ها، مشخص شدن بودجه سال جاری در آبان سال گذشته است. (تنظیم بودجه) فلذا پرداخت قرار دادها از این طریق دچار چالشی جدی است .

آنچه که پیشنهاد میشود پرداخت گام به گام در طول پروژه میباشد که کمک خوبی هم برای شروع شرکت دانش بنیان یا ... و هم برای سازمان مربوطه میباشد . با این حال لازم است راه‌های دیگری برای تامین مالی در نظر گرفته شود .

تعامل دستگاه‌های دولتی با تیم‌ها (دانشجوها، اعضای هیئت علمی، شرکت‌های دانش‌بنیان)

نوع تعامل دستگاه‌ها با تیم‌ها مسئله مهمی است چرا که در بسیاری از ساختارهای سازمانی نه تنها جایگاه ارتباطی وجود ندارد بلکه انگیزه کافی برای مدیریت چنین مجموعه‌هایی با هدف حل مسئله و رشد و توسعه وجود ندارد .

در بعضی از پروژه‌ها پیشنهاد می‌شود کارگزار که قبل از این وظیفه بهم‌رسانی سازمان‌ها و تیم‌ها را داشته است مسئولیت مدیریت پروژه و ... را نیز با شرایط ضمن عقد بپذیرد. ( با رضایت طرفین )





## نتیجه‌گیری و جمع‌بندی

اولین‌ها همواره مسیر صعب‌العبور را طی می‌کنند اما برای دیگران ردپایشان راهنمایی بزرگ است تا از مخاطرات و چالش‌های آن باخبر و با نگاه به انتهای مسیر به خود نوید فتح قله را بدهند.

در سال ۱۴۰۱ که با منویات مقام معظم رهبری (مدظله) به سال تولید، دانش بنیان و اشتغال آفرین مزین شده امید است بتوانیم در رویداد ملی جغرافیا، زیرساختی بزرگ برای ارتباطی تنگناک بین صنعت و دانشگاه را فراهم آورده و نه تنها برای جغرافیا بلکه در گام‌هایی بلندتر مسیر علوم انسانی را تحول ببخشیم.

عزم راسخمان در کنار همکاری سازمان‌ها و شرکت‌های خصوصی و دولتی با وجود مراکز علمی همچون دانشگاه‌های سراسر کشور، خبر از نویدی می‌دهد که به حول قوه الهی راهگشای مشکلات و مسائل کشور است.

این رویداد در بهار ۱۴۰۱ با حضور ۳۰ دستگاه اجرایی، ۴۰ دانشگاه، شرکت‌های دانش‌بنیان، شتابدهنده‌ها، صندوق‌های خطرپذیر، سرمایه‌گذاران و دیگر عناصر اکوسیستم برگزار خواهد شد. این رویداد به عنوان اولین رویداد علوم انسانی دارای ویژگی‌هایی مثل رایگان بودن فضای فیزیکی محل برگزاری رویداد و غرفه‌های تخصیص یافته، نبود انتفاع مالی موسسه جغرافیای دانشگاه تهران و مرکز همکاری‌های تحول و پیشرفت ریاست جمهوری، استفاده از ظرفیت کارگزار تبادل فناوری به عنوان بهم‌رسان بین طرفین عرضه و تقاضا، جمع‌بندی ایده از دانشگاه‌های سراسر کشور و معرفی آن ایده‌ها به متقاضیان قبل از برگزاری رویداد، جمع‌بندی تقاضاهای دولتی، تدوین RFP و شناسایی تیم‌های فناور و نوآوری قبل از برگزاری رویداد است. لذا حضور در رویداد و دیدار با همه عناصر اکوسیستم احتمال حل مسأله و عقد قرارداد را برای دانشگاه‌ها و دستگاه‌های اجرایی و احتمال پیدا کردن ایده‌های جذاب برای سرمایه‌گذاری برای سرمایه‌گذارها، شتابدهنده‌ها و صندوق‌های خطرپذیر افزایش می‌دهد.