



با مراجعه به

تبعات تبصره یک ماده ۲۲ در مدیریت اتحادیه های صنفی



داوود صفیخانی

مدت ها اجرای تبصره یک ماده ۲۲ قانون نظام صنفی، چالشی جدی برای مرکز اصناف کشور و اتاق های اصناف بود، تبصره یک ماده ۲۲ قانون نظام صنفی مدت مسوولیت اعضای هیات مدیره ها را چهار سال تمام مقرر کرده و در ادامه تاکید داشته که اعضای مذکور نمی توانند بیش از دو دوره متوالی یا چهار دوره متناوب در هیات مدیره اتحادیه ها عضویت داشته باشند.

بدون توجه به این تبصره، انتخابات هیات های مدیره اتحادیه های صنفی سراسر کشور طی چند ماه اخیر برگزار شد و منتخبان در اتحادیه های صنفی مشغول فعالیت بودند که با ورود هیات عمومی دیوان عدالت اداری به موضوع مذکور، رأی به اجرای تبصره یک ماده ۲۲ صادر شد و مرکز اصناف را ملزم به اجرای قانون کردند. پس از کشمکش های حقوقی در نهایت مرکز اصناف و بازرگانان ایران و دبیرخانه هیات عالی نظارت، اجرای رأی را به مراکز استان ها ابلاغ و خواستار برکناری اعضای منتخب و جایگزینی افراد جدید طی انتخاباتی دیگر شدند.

اینکه چرا با وجود صراحت ماده قانونی، این افراد توانسته بودند در انتخابات دوباره اتحادیه های صنفی شرکت داشته باشند سوال جدی است که باید از مرکز اصناف و هیات عالی نظارت پرسیده شود؟ که البته منظور نوشته ما نیست.

پرواضح است که برای تصاحب هر منصبی، برگزاری انتخابات، رجوع و احترام به رأی رأی دهندگان بهترین راهکار به شمار می رود و این قاعده در خصوص انتخاب اعضای هیات های مدیره اتحادیه های صنفی نیز صدق می کند. اما اگر به طور مشخص به تبصره مذکور بپردازیم به نظر می رسد می توان کارکرد تبصره ماده یک ماده ۲۲ قانون نظام صنفی را به چالش کشید و آن را به چاقوی دولبه تیزی مانند کرد که تبعات مثبت و منفی توأم را در مدیریت اتحادیه های صنفی کشور باعث خواهد شد. در راس مدیریت بسیاری از اتحادیه های کشوری، به طور مشخص افرادی هستند که سال های متمادی در مقام ریاست اتحادیه ها مشغول رتق و فتق امور بودند و اتحادیه ها را بنا بر شیوه مدیریت قدیمی مدیریت کرده و در مقابل دخالت دادن فناوری و شفافیت بعدی آن، مقاومت کرده و اجرای آن را در ارکان اتحادیه ها به تعویق می انداختند. و در کلیت خیلی با نفوذ فناوری و قدرت بی بدیل آن در شفاف سازی فرایندهای درونی و مدیریتی اتحادیه های صنفی موافق نبودند و یا در حالت خوشبینانه، در اجرای آن نه تنها پیش قدم نبوده و برنامه کوتاه مدت و بلند مدتی نداشتند بلکه در برابر اجرای آن مقاومت هم می کردند.

از این نظر اجرای تبصره یک ماده ۲۲ قانون نظام صنفی را باید به فال تیک گرفت زیرا با اجرای آن، این طیف از افراد مجبور هستند از ریاست اتحادیه ها و هیات مدیره های آنها، برکنار و جای خود را به افراد جدید و تازه نفسی بدهند، که می توان امیدوار بود در مقابل ورود فناوری و شفافیت پیرامون آن در ارکان مدیریت اتحادیه ها، اگر پیش قدم هم نباشند حداقل مانع تراشی ایجاد نکنند. این برداشت مثبت از اجرای تبصره یک ماده مذکور می تواند قلمداد شود.

از طرفی، با اجرای تبصره مذکور، بسیاری از مدیران قابل و توانمند که سال ها توانسته اند با وجود چالش های متعدد، سیاست گذاری های پراشتباه دولت و دخالت های بی شمار سازمان های دولتی در روند بازار، اتحادیه ها و اتاق ها را مدیریت کنند، برکنار خواهند شد.

به خصوص در راس اتاق های اصناف، برنامه های بلند مدتی که این افراد توانمند برای دخالت دادن فناوری و عمیق تر کردن آن در فرایندهای شفافیت مدیریت اتحادیه ها برنامه ریزی کرده بودند، بی سرانجام خواهد ماند.

با وجود انتقادهایی که بر فرایند مدیریت اتحادیه ها، اتاق های اصناف و ایران وارد است، به نظر می رسد زبان اجرای تبصره یک ماده ۲۲ بر پیگیره اصناف بسی بیشتر از منفعت آن باشد.

از طرفی به نظر نگارنده، اگر به سازوکارهای انتخابات درست و تخصصی تر در اتحادیه ها و اتاق ها تن بدهیم و روند آن را برای نامزدهای انتخاباتی پرچالش تر کنیم تا در فضای آزادی بتوانند برنامه های کوتاه مدت و بلندمدت خودشان را برای رای دهندگان تشریح و از آن دفاع کنند، ارجح تر از ایجاد هر نوع محدودیت در روند نامزدی افراد ولو با شرط دو دوره یا چهار دوره متناوب است. از طرف دیگر در نهایت این رای دهندگان هستند که نامزد مورد اطمینان خودشان را انتخاب خواهند کرد و مبنای قانون گذاری باید طوری تنظیم شود که حقوق رأی دهندگان، تأمین و محترم شمرده شود. با این تفاسیر وجود تبصره یک ماده ۲۲ و ایجاد محدودیت به این بهانه، نمی تواند توجیه قابل دفاعی برای کیفیت ورود افراد باشد.

نقش بازاریابی فناوری در رتبه بندی سیاسی نامزدهای انتخاباتی



آسیه فروردین

رشد مداوم فناوری، تاثیر بسزایی در رتبه بندی سیاسی داوطلبان داشته است. در این مقاله، تحلیل این دو حوزه زندگی مدرن یعنی پیوند فناوری و سیاست و نتایج حاصل از این رابطه متقابل، مورد بررسی قرار گرفته است.

نامزدهای سیاسی از بسیاری جهات از فناوری استفاده می کنند. کانال های ارتباطی مختلفی که از طریق اینترنت ارایه می شوند، قدرت موثری در رشد افراد مختلف دارند. توئیتر، فیس بوک و یوتیوب، بسترهای رسانه ای قدرتمند ارتباطی هستند که می توانند به راحتی رتبه بندی نامزدهای سیاسی را افزایش دهند. هائوسلی معتقد است خواه تصدیق کنیم یا نکنیم، فناوری در اکثر نژادهای سیاسی، عامل تعیین کننده است. از طریق فناوری، سیاستمداران می توانند به بودجه دسترسی پیدا کنند، صاحب نظر سیاسی شوند و هزینه کمتری را برای تبلیغات انتخاباتی و تبلیغ نامزدی خود بپردازند.

انتخابات و بازاریابی فناوری

یکی از راه های تاثیر فناوری بر سیاست، جنبه مالی است. جمع آوری بودجه برای تبلیغات، عامل مهمی برای همه نامزدهای سیاسی است. این امر نیاز به ایجاد یک پاسخ عمودی به کل کشور یا منطقه هدف را به همراه دارد. این امر، یک مانع بزرگ است که توسط نامزدهای سیاسی تجربه می شود. اینترنت به «هاوارد دین»، سیاستمدار آمریکایی، یاری رساند تا کمک هایی را که برای دسترسی به بخش بزرگی از منطقه مبارزات انتخاباتی لازم داشت، دریافت کند. نامزدها از طریق بازاریابی فناوری، اسپانسرهای مناسب برای حمایت از جنبه های مختلف مبارزات انتخاباتی خود دریافت می کنند. تبلیغات در اینترنت، روش ارزانی است زیرا برخلاف آنچه در رسانه های چاپی رایج می شود، مجبور به انتشار مجدد نیست. این مورد در پیوندهای مختلفی که معمولاً قابل

دسترسی هستند، نیز صدق می کند.

سیاستمداران و پادکست

اینترنت، سیاستمداران را قادر می سازد از پادکست استفاده کنند. اینترنت، پادکست را ارایه می دهد و همه را روزنامه نگار می کند. سیاستمداران از طریق پادکست، می توانند قدرت رسانه را به تصویر بکشند، بنابراین از معتبر بودن اطلاعات، اطمینان حاصل می کنند. خوداظهاری سیاستمداران از طریق کارشناسان، به راحتی از طریق پیام ها پخش می شود. تضمین صحت اطلاعات ارسال شده برای سیاستمداران دشوار است. همه به اینترنت دسترسی دارند و پادکست ها توسط هر کس قابل ارسال هستند. بنابراین یکپارچگی اطلاعات دشوار است و بسیاری از نامزدهای احتمالی ممکن است مجبور شوند ارتباط قابل تایید با دستاوردهای مختلف ایجاد کنند. در مجموع، تبلیغات سیاسی از طریق پادکست ها یک روش معمول اما پرهزینه برای استفاده است. با این حال، منطقی است فرض کنیم در صورت استفاده صحیح، این فناوری، یک ابزار سیاسی فوق العاده قدرتمند است که کاملاً بازدهی دارد.

می دهند. ویدیوهای تولید شده اضافی هزینه ای ندارند، در حالی که در شبکه های اجتماعی، حتی ارسال اصلی نیز رایگان است.

فقط یک کلیک

بدیهی است تبلیغات سیاسی از طریق استفاده از فناوری آسان تر شده؛ به خصوص از آنجا که دستگاه های فناوری تعامل و همزمان در دسترس قرار گرفته اند. استفاده از فناوری به عنوان ابزاری موثر برای برقراری ارتباط بین یک شخصیت سیاسی و مخاطب هدف، خردمندانه است. با استفاده از اینترنت، هر فرد سیاسی، می تواند فقط طی چند دقیقه شناخته شود و فقط طی چند ساعت، افکار عمومی درباره یک شخصیت سیاسی خاص، در یکی از گروه های اجتماعی رأی دهندگان شکل می گیرد؛ حتی شهرت بد نیز می تواند در یک چشم به هم زدن با استفاده از فناوری مدرن شکل گیرد. «شایعات» بد، غالباً خیلی سریع تر گسترش می یابد. با تاثیرات فراوان فناوری بر جامعه، به ویژه افکار عمومی، احتیاط در استفاده از اطلاعات مربوط به هر شخصیت سیاسی، بسیار مهم است، چون فقط با یک کلیک، خطر ایجاد یک تبلیغ مثبت را به یک تبلیغ منفی می دهد.

موضوعات و سوژه هایی از «حافظه حوزه ICT کشور» کم یا اضافه خواهد شد که اطلاع رسانی لازم در خصوص آنها را انجام خواهیم داد. تحریریه هفته نامه عصر ارتباط معتقد است که این فهرست قطعاً ناقص بوده و موضوعات متعددی باید به آن اضافه شود تا به عنوان شاخص و داشبوردی در مقابل مردم و مسوولان بخش های متخلف کشور عمل کند. لذا از تمامی علاقه مندان و فعالان نیز دعوت می شود موارد مدنظر خود را از طریق ایمیل report@asreertebat.com یا شماره تلفن ۸۸۹۴۷۴۵۲ به ما اعلام کنند.

دولت ها و مسوولان می آیند و می روند، اما طرح ها، پروژه ها و مشکلات همواره می مانند. رسانه ها و افکار عمومی هم به علت انباشت مشکلات قبلی و زایش طرح ها و پروژه های جدید، با فراموشی مواجه بوده و هستند. ما اما تلاش کرده ایم تا به شکلی ثابت پیگیر سرنوشت مسایل و طرح های حوزه کاری خود باشیم. به همین منظور فهرست حاضر که در آینده اصلاحات بیشتری روی آن اعمال شده و موضوعات بیشتری به آن اضافه خواهد شد، صرفاً به عنوان یک حافظه عمل خواهد کرد و هر از گاهی اقدام به باز نشر آن خواهیم کرد. در دوره این باز نشر ها طبعاً

«ناتمام های فاوای کشور»

مهلت شش ماهه اصلاح سامانه های دولتی

شورای اجرایی فناوری اطلاعات در جلسه ۲۸ فروردین ۱۳۹۶ براساس پیشنهاد وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات آیین نامه اجرایی استقرار چارچوب تعامل پذیری دولت الکترونیکی را به تصویب رساند. براین اساس تمامی دستگاه های اجرایی موظف شدند حداکثر ظرف مدت شش ماه پس از ابلاغ مصوبه نسبت به اصلاح یا تکمیل پایگاه اطلاعاتی و یا بازطراحی سامانه های اطلاعاتی اقدام کنند که البته همچنان بسیاریاز دستگاه های این کار را نکرده اند.

پیوست فناوری طرح های کلان

۱۸ فروردین ۱۳۹۶ رئیس ستادیکای صنعت مخابرات از تدوین پیوست فناوری برای طرح های کلان ICT دارای شریک خارجی خبر داد و اعلام کرد هدف این سند انتقال دانش فنی در قراردادهای خارجی است. این سند باید پس از تایید و تصویب وزیر ارتباطات به منظور طرح در ستاد اقتصاد مقاومتی ارسال شده و به تصویب می رسد که البته همچنان این اتفاق نیفتاده است.

سامانه دسترسی آزاد به اطلاعات

با وجود آنکه قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات سال ۸۸ تصویب شده اما تا تیرماه سال ۹۶ با وجود الزام قانون و ابلاغ آیین نامه آن، راه اندازی سامانه به تعویق افتاده بود. حال اما باوجود راه اندازی سامانه همچنان بسیاری از ۴۸۰ دستگاهی که باید در این سامانه عضو شوند به آن متصل نشده اند.

تجمیع داده های مدیریت بحران

مرکز کنترل هماهنگی عملیات سازمان امداد و نجات از پنج سال قبل نرم افزار جامع اطلاعاتی مکانی راه اندازی کرده است. این نرم افزار به لحاظ زیرساختی ظرفیت آن را دارد که سایر ارگان ها نیز به آن متصل شده و ضمن به اشتراک گذاری اطلاعات خود از خدمات آن منتفع شوند؛ اتفاقی که تاکنون همچنان محقق نشده است.

ایجاد شهر هوشمند خوارزمی

۱۶ خرداد ۱۳۹۶ یکی از اعضای هیات مدیره شرکت عمران شهرهای جدید از رازینی با کره جنوبی برای امکان سنجی ایجاد شهر هوشمند برای شهر جدید «خوارزمی» خبر داد که قرار بود در جنوب شرقی تهران احداث شود. همچنین توسعه مشترک تحقیقات روی تکنولوژی ساختمان ها نیز یکی دیگر از قراردادهای امضاشده در تفاهم نامه با کره جنوبی بود که تا این لحظه هیچ گزارشی در خصوص دستاوردهای عملی این تفاهم نامه های امضاشده با کره ای ها منتشر نشده است.

اتصال منازل به فیبر نوری

وزیر وقت ارتباطات و فناوری اطلاعات در اوایل بهمن ماه سال ۹۴ وعده اتصال منازل به فیبر نوری را مطرح کرد و گفت فیبررسانی به منازل و محل کار مردم از ابتدای سال ۹۵ آغاز خواهد شد. این وعده البته جزو ماموریت های اپراتور چهارم ایرانیا ن ت بود که محقق نشده و حتی سرنوشت این اپراتور هم در هاله ای از ابهام قرار دارد.

سامانه های چکاوک ۲ و ۳

هشتم خرداد ۱۳۹۶ دبیرکل بانک مرکزی از راه اندازی سامانه های چکاوک ۲ و چکاوک ۳ خبر داد. چکاوک ۲ قرار بود موجب تجمیع آمار چک های درون بانکی با آمار چک های بین بانکی، توسط بانک مرکزی شود. ایجاد امکان واگذاری چک به مقصد حساب های دولتی نزدیک مرکزی از شعب بانکی فصلقلات کشور نیز قابلیت ویزای بود که قرار بود چکاوک ۳ ایجاد کند اما همچنان نسخه های ۲ و ۳ چکاوک عملیاتی نشده اند.

فیلترینگ هوشمند

فیلترینگ هوشمند طرحی بود تا در عین حال که دسترسی به شبکه های اجتماعی مقدور باشد صفحات غیر اخلاقی و مغایر با موازین نظام فیلتر شود. آن طور که منابع رسمی وزارت ارتباطات گفته اند، برای اجرای طرح فیلترینگ هوشمند احتمالاً بیش از ۱۱۰ میلیارد تومان قرارداد میان وزارت ارتباطات و متخصصان در بحث فیلترینگ هوشمند پیش از این منعقد شده که البته اطلاعی از سرنوشت و خروجی آن نیست.

انقلاب مالیاتی 7G

اخذ ۱۵ درصد «مالیات دیجیتال» از درآمد جهانی غول‌های فضای سایبری



عباس پورخصالیان

همه‌گیری کووید-۱۹ و فقر جهانی ناشی از آن، باعث بانی امر خیری دیگر شد: احتمال قانونی شدن اخذ «مالیات دیجیتال» به زودی در سراسر جهان!

از ۲۱ خرداد تا ۲۳ خرداد ۱۴۰۰، اجلاس عالی روسای هفت کشور صنعتی جهان، موسوم به 7G در لندن برپا است. اما پیش از برگزاری این اجلاس عالی، خبری مهم توسط وزیر دارایی بریتانیا اعلام شد، مبنی بر اینکه: همه‌گول‌های فضای سایبری، اعم از GAFAM (که در بازارهای بزرگ بورس، نماد پورتفوی سهام شرکت‌های گوگل، اپل، فیس‌بوک، آمازون و مایکروسافت است) یا FAANG (که نماد پورتفوی سهام شرکت‌های فیس‌بوک، آمازون، اپل، نتفلیکس و گوگل است) و تمام شرکت‌های ثبت شده در یک کشور ولی «پول‌دور» از فروش خدمات و فرآورده‌های خود در کشوری دیگر، اگرچه تاکنون معاف از پرداخت مالیات بردرآمد جهانی خود بوده‌اند، ولی از این به بعد باید مبلغی برابر با ۱۵ درصد درآمد جهانی خود را به عنوان مالیات دیجیتال بپردازند. پس از سال‌ها مذاکره، هفته پیش وزرای مالی هفت کشور برجسته صنعتی (7G) شامل آلمان، ایالات متحده آمریکا، فرانسه، ایتالیا، ژاپن و کانادا در مورد تعیین مقدار حداقل مالیات جهانی بالاخره توافق کردند و خبر این توافق مهم را «ریشی سوناک» وزیر خزانه‌داری بریتانیا پس از ملاقات روز شنبه با همتایان خود در لندن، در حساب توییتی‌اش اعلام کرد. همچنین «اولاف شولز»، وزیر دارایی دولت فدرال آلمان، دستیابی به این موفقیت بزرگ را «انقلاب مالیاتی» توصیف کرد، زیرا این توافق مبنای مهمی برای توافقی بزرگ‌تر در میان کشورهای 20-G برای قانونی کردن «مالیات دیجیتال» خواهد بود.

هدف نشست عالی وزرای مالی 7G، فراتر از درخواست مالیات از شرکت‌های دیجیتالی مانند اپل یا گوگل است. باید توجه داشت که:

- تاکنون تنها وزارت دارایی کشور آمریکا می‌توانست از شرکت‌هایی مانند گوگل و اپل ... و مایکروسافت، مالیات اخذ کند، تازه اگر دفاتر مرکزی این نوع شرکت‌ها در داخل ایالات متحده به ثبت رسیده باشند،

- اما ادارات مالیاتی کشورهای دیگر که گوگل و اپل ... و مایکروسافت در آنها فعال بوده‌اند و خدمات و فرآورده‌هایشان را به فروش رسانده‌اند، قادر نبودند از



ایشان مالیات بر درآمد مطالبه کنند،

- در نتیجه، شرکت‌های بزرگ، بیشتر تمایل داشتند دفاتر مرکزی خود را در کشورهایی به ثبت برسانند که مالیات بر درآمد کمی از شرکت‌ها مطالبه می‌کنند. بنابراین خبر مورد بحث، تنها غول‌های فضای سایبری را نگران نکرده است بلکه آرامش کسب‌وکارهای مستقر در بهشت‌های فرار مالیاتی را نیز برهم می‌زند.

- مهم‌تر اینکه پارلمان هر کشوری سعی خواهد کرد، مالیات دیجیتالی را قانونمند کند و ردیف بودجه مربوط را در ماده واحده بودجه سالیانه خود بیفزاید.

اتخاذ این تصمیم بزرگ و مهم توسط وزرای مالی کشورهای 7G در مورد اخذ مالیات جهانی ۱۵ درصدی از غول‌های اینترنتی باید به توافق بزرگ‌تری در میان سران ۲۰ کشور پیشرفته جهان (G20) که در روزهای هشتم و نهم آبان سال جاری (۱۴۰۰) در شهر ژنوا (ایتالیا) گرد هم خواهند آمد، منجر شود و سپس با تصویب لایحی مرتبط در پارلمان کشورها، به کسوت قانون موضوعه در هر کشور در آید.

● چراغ سبز «باید» برای مالیات دیجیتال

پرداخت مالیات دیجیتالی عمدتاً به زبان غول‌های

آمریکایی تمام خواهد شد بنابراین بدون چراغ سبز بایدن، محال بود چنین توافقی حاصل شود. به یاد بیاوریم که ترامپ، رئیس‌جمهور وقت آمریکا در جولای ۲۰۱۹ تهدید کرده بود که با تصمیم فرانسه برای بستن مالیات به شرکت‌های اینترنتی آمریکایی مقابله به مثل خواهد کرد. در آن زمان، ترامپ اقدام فرانسه برای اخذ مالیات دیجیتالی از گوگل و اپل و مانند آنها را «حماقت مکرون» خوانده بود (رجوع شود به <https://www.dw.com/a-49763986>)؛ البته دریافت مالیات از شرکت‌های بزرگ اینترنتی مانند گوگل و آمازون را مجمع ملی فرانسه در جون ۲۰۱۹ به تصویب رسانده بود. براساس این مصوبه، به درآمد حاصل از فعالیت شرکت‌های بزرگ اینترنتی در فرانسه ۳ درصد مالیات تعلق می‌گرفت.

تصمیم فرانسه برای اخذ مالیات از غول‌های اینترنتی همان زمان با واکنش دولت آمریکا مواجه شد. دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور وقت آمریکا دستور داده بود در مورد تعیین مالیات دیجیتالی برای شرکت‌های بزرگ از سوی فرانسه تحقیق شود؛ سپس رابرت لایت‌هایزر، نماینده تجاری آمریکا در این خصوص گفته بود که

درآمد، پس از این، حدود ۳ تا ۴ میلیون یورو مالیات به فرانسه پرداخت خواهند کرد.

● پرسش‌هایی تاکنون بی‌پاسخ

در خصوص مالیات دیجیتال، آنچه برای من نوعی در ایران مطرح است، در حال حاضر چند پرسش به شرح زیر است:

- در صورت قانونی شدن پرداخت مالیات دیجیتال، کدام شرکت‌ها در فهرست شرکت‌های موظف به پرداخت مالیات دیجیتال به دولت ایران قرار می‌گیرند؟

- حدود و ثغور درآمد هر یک از شرکت‌های خارجی موظف به پرداخت مالیات دیجیتال در ایران چقدر است؟

- دفتر فناوری اطلاعات مستقر در مرکز پژوهش‌های مجلس، کمیته فضای مجازی وابسته به کمیسیون صنایع مجلس شورای اسلامی ایران، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، وزارت دارایی کشور به علاوه شورای عالی و مرکز ملی فضای مجازی، تاکنون در مورد تدوین طرح یا لایحه مالیات دیجیتال چه اقدامی کرده‌اند؟

- نظام بین‌المللی روابط متقابل میان شبکه ملی اطلاعات و غول‌های اینترنتی را کدام «اینترفیس» (یا کدام «میانایی») موجود در وزارت امور خارجه ایران، تنظیم و کنترل می‌کند؟ معاونت حقوقی و بین‌المللی وزارت امور خارجه ایران چه نقشی در این مورد بر عهده دارد؟

مسئول مرکز دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای این وزارتخانه چه اقدامی می‌تواند بکند؟

- نقش وزارت متف که مرکز ملی ایرنیک (IRNIC) و رجیستری «دات آی آر» را کنترل می‌کند در این خصوص چیست؟

- آیا اداره کل امور بین‌الملل و مطالعات راهبردی مستقر در وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات باید روابط متقابل میان شبکه ملی اطلاعات و غول‌های اینترنتی را تنظیم و کنترل کند؟ شرکت ارتباطات زیرساخت که دروازه‌های بین‌المللی اینترنت کشور را نظارت می‌کند، در این خصوص چه نقشی بر عهده دارد؟

در همین زمینه، همچنین قابل طرح و پرسش است که: - تلگرام را که شرکتی «خانه به دوش» (nomadic) است، چگونه می‌توان به پرکردن اظهارنامه مالیاتی و پرداخت مالیات بر درآمدش از ناحیه شبکه ملی اطلاعات کشور، مقید کرد؟ تا وقتی که تلگرام، فیس‌بوک و غیره به‌طور رسمی فیلتر شده و مسدود هستند، آیا می‌توان به‌طور قانونی از آنها پرداخت مالیات دیجیتال‌شان را مطالبه کرد؟

و در پایان، فراتر از موضوع این یادداشت، می‌توان این را هم پرسید:

- با چه سازوکاری می‌توان به دارایی‌های رمزآزای ایرانیان مالیات بست؟

زباله‌های الکترونیکی سال ۱۳۸۹ مصوبه‌ای قانونی تکلیف زباله‌های الکترونیکی را در کشور مشخص کرد. این وجود این مسوولیت همیشه پاسکاری شده است. پس از آن، هجدهم اسفندماه ۱۳۹۴ وزارت ارتباطات با سازمان محیط زیست یک تفاهم‌نامه در خصوص این زباله‌ها به امضا رساندند که البته همان‌طور که قابل پیش‌بینی بود این تفاهم‌نامه نیز تکلیف زباله‌های الکترونیکی در کشور را مشخص نکرد.	ماهوره‌های ایرانی از ۱۵ اسفند ۱۳۸۴ که اولین تلاش‌ها برای ساخت ماهواره داخلی صورت گرفت تا کنون ۹ ماهواره ساخته شده که علی‌رغم صرف هزینه‌های میلیون دلاری، وضعیت هر یک نامعلوم‌تر از دیگری است. در آخرین مورد رئیس سازمان فضایی اعلام کرده، طبق بررسی‌های کارشناسانه در مورد ماهواره صباح به این نتیجه رسیده‌ایم که هزینه‌های پرتاب این ماهواره بسیار بالاست و ارزش ندارد که آن را به فضا بفرستیم.	۱۰ برابر کردن محتوای الکترونیکی پروژه ۱۰ برابر کردن تولید محتوای داخلی با رویکرد کسب‌وکار دیجیتال در سال ۱۳۹۵ به تأیید ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی رسید. در این مقطع حدود ۴۰ میلیارد تومان به این پروژه اختصاص یافت و قرار شد با توسعه محتوا تأثیر قابل توجهی بر حوزه‌های علمی، پژوهشی و اقتصادی کشور گذاشته شود. آخرین خبر از این طرح اما این است که ظاهر اجرای آن به‌طور کلی از اولویت‌های پروژه اقتصاد مقاومتی خارج شده است.	سند مراقبت از کودکان در فضای مجازی دوم آبان ماه سال ۱۳۹۶ وزیر ارتباطات از رونمایی سند مراقبت از کودکان در فضای مجازی در روز ۱۳ آبان و همزمان با روز دانش آموز خبر داد. با این وجود تاکنون خبری در خصوص رونمایی این سند منتشر نشده است. تولید محتوای متناسب با کودک و نوجوان در این فضا نیز در این سند پیش‌بینی شده بود که از میزان پیشرفت آن اطلاعی در دست نیست.	الزام دولتی‌ها به نصب پادویش هجدهم بهمن ماه سال ۱۳۹۶ وزیر ارتباطات ابلاغ استفاده از آنتی‌ویروس پادویش در دستگاه‌های دولتی را به عنوان یک دستور حاکمیتی اعلام کرد. اگرچه از همان زمان تاکنون انتقادات متعددی به‌مخاطرات استفاده انحصاری از تنها یک آنتی‌ویروس مطرح شد لیکن همچنان گزارشی از میزان پیشرفت و اجرای این دستور حاکمیتی از سوی دستگاه‌های دولتی نیست.
لوايح پنج‌گانه حقوق فناوری اطلاعات پنجم اسفند ماه ۱۳۹۶ پنج لایحه مرتبط با نظام حقوق فناوری اطلاعات و ارتباطات برای آرایه به هیات دولت رونمایی شد. حمایت از اطلاعات و حریم خصوصی افراد در فضای مجازی، مسوولیت ارائه‌دهندگان خدمات حوزه فناوری اطلاعات، شناسه‌های الکترونیکی، حکمرانی الکترونیکی و تراکنش‌های الکترونیکی از جمله این پنج لایحه بودند که قرار بود در مجلس مصوب و به قانون تبدیل شوند که البته همچنان خبری از سرنوشت آن نیست.	ارز دیجیتالی داخلی چهارم اسفند ۱۳۹۶ بود که وزیر ارتباطات در توییتی وعده ایجاد ارز دیجیتالی داخلی توسط پست‌بانک را مطرح کرد. جهرمی، هشتم اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۷ این بار از آماده‌سازی مدل آزمایشی ارز دیجیتالی ایرانی خبر داد. با این وجود تا این لحظه همچنان خبری از سرنوشت، کارکرد و خروجی ارز دیجیتالی ملی نیست.	طرح تکاپو از دی ماه سال ۱۳۹۳ با مصوبه شورای عالی اشتغال برای توسعه اشتغال مبنی بر «مزیت‌های استانی» با عنوان «توسعه کسب‌وکار و اشتغال پایدار» یا «تکاپو» در دستور کار قرار گرفت و آنگونه که مجربان طرح می‌گفتند بهمن ماه ۹۴ در کار گروه شورای برنامه‌ریزی استان تصویب و از سال ۹۵ وارد فاز اجرایی شد. با این وجود تاکنون نتیجه مشخصی از میزان اشتغال به وجود آمده از جمله ایجاد ۱۳۰ هزار شغل در بخش ICT نیست.	پروانه اپراتور ماهواره‌ای مطالعات اولیه نیازسنجی، امکان‌سنجی اپراتور ماهواره مخابراتی بومی از سال ۱۳۹۴ توسط سازمان فضایی ایران آغاز شد و چارچوب کلی آن در گولانوری به تصویب رسید. سیزدهم تیر ماه ۱۳۹۷ اما مدیرکل سازمان فضایی ایران پس از گذشت سه سال اعلام کرد که بررسی و صدور مجوز پروانه تدوین شده برای فعالیت اپراتور ماهواره مخابراتی در کشور، در دستور کار کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات قرار دارد.	لوايح قمار و شرط‌بندی ۲۳ تیرماه ۱۳۹۷ یک عضو کمیسیون مصادیق مجرمانه اعلام کرد که وزارت ارتباطات، وزارت اقتصاد، بانک مرکزی و پلیس نیروی انتظامی با هماهنگی یکدیگر لوايحی را به منظور مبارزه با سایت‌های قمار و شرط‌بندی به دولت ارائه کرده‌اند و انتظار می‌رود در آینده‌ای نزدیک در صورت تصویب لوايح مذکور، تبدیل به قانون شوند. این لوايح نیز در زمره ناتمام‌های حوزه قرار دارند.
ایمن‌سازی علاءالدین ۲۸ اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۷ معاون پیشگیری سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی تهران با اشاره به ضرورت ایمن‌سازی اماکن نایم پایتخت، گفت: از مسوولان ذی‌ربط می‌خواهیم که فشار بیشتری بیاورند تا ساختمان علاءالدین ایمن‌سازی‌اش نهایی شود. باوجود آنکه پایتخت تجربه حادثه تلخ پلاسکو را پشت سر گذاشته اما به نظر می‌رسد هشدارها درباره علاءالدین جدی گرفته نشده و این موضوع نیز همچنان بلا تکلیف بماند.	خروج زیرساخت از مکالمات بین‌الملل پنجم خردادماه سال ۱۳۹۷ مدیرعامل شرکت ارتباطات زیرساخت از کاهش نرخ مکالمات بین‌الملل از طریق دوصفرو، در صورت آزادسازی آرایه این خدمات در کشور خبر داد. براین اساس به جای آنکه شرکت زیرساخت به‌صورت مستقیم با اپراتورهای بین‌الملل قرارداد ببندد، فرست اپراتورهای داخلی با طرف خارجی قرارداد بسته و شرکت زیرساخت تنها بحث تحویل ترافیک را عهده‌دار باشد.	نظام جامع مالیاتی حکم مربوط به اجرای طرح نظام جامع مالیاتی به ماده ۵۹ قانون برنامه سوم توسعه و تحت عنوان محدودتر طرح جامع مالیاتی باز می‌گردد. به همین منظور در سال ۱۳۸۳ اعلام شد که شرکت دیلویت کانادا برای برنامه‌ریزی و تدوین نقشه راه این طرح دعوت به همکاری شده و در برنامه اجرایی طرح جامع مالیاتی ۳۷ پروژه در پنج محور سازمادهی شده بود که این طرح هنوز به سرانجام کامل نرسیده است.	پروانه اپراتور ماهواره‌ای مطالعات اولیه نیازسنجی، امکان‌سنجی اپراتور ماهواره مخابراتی بومی از سال ۱۳۹۴ توسط سازمان فضایی ایران آغاز شد و چارچوب کلی آن در گولانوری به تصویب رسید. سیزدهم تیر ماه ۱۳۹۷ اما مدیرکل سازمان فضایی ایران پس از گذشت سه سال اعلام کرد که بررسی و صدور مجوز پروانه تدوین شده برای فعالیت اپراتور ماهواره مخابراتی در کشور، در دستور کار کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات قرار دارد.	لوايح قمار و شرط‌بندی ۲۳ تیرماه ۱۳۹۷ یک عضو کمیسیون مصادیق مجرمانه اعلام کرد که وزارت ارتباطات، وزارت اقتصاد، بانک مرکزی و پلیس نیروی انتظامی با هماهنگی یکدیگر لوايحی را به منظور مبارزه با سایت‌های قمار و شرط‌بندی به دولت ارائه کرده‌اند و انتظار می‌رود در آینده‌ای نزدیک در صورت تصویب لوايح مذکور، تبدیل به قانون شوند. این لوايح نیز در زمره ناتمام‌های حوزه قرار دارند.



در میز گرد آنلاین با حضور صاحب نظران و مدیران حوزه اعتبار خرد مطرح شد

رفع معضل اعتبار دهی خرد در کشور با ورود به زنجیره عرضه



جعفر محمدی



حامد قنادپور



هومن امینی

غیرمتشکل پولی قرار گیرد و نیاز به مجوز دارد. دیدگاه رگولاتور در این حوزه چیست؟ اگر ممکن است به تجربه های بین المللی در این حوزه نیز اشاره بفرمایید.

قنادپور: دیدگاه رگولاتور را باید از خودش پرسید اما به رگولاتور در بحث اعتبار حق می‌دهم چون باید به نوعی رگولیشن اعمال شده باشد. با هر تعریفی در دنیا نگاه کنیم، مانند شرکت مشاوره مدیریت مک کینزی و دیگران، تعریف بانکداری در دو یا سه چیز عنوان می‌شود که دو موردش این است: سپرده‌پذیری و اعطای اعتبار. منطقی است که در زمینه اعطای اعتبار باید دقت وجود داشته باشد. من درگیر بیت‌وام نبودم اما با توجه به اینکه در زمینه ایران رنتر و لندو تا حدی درگیر بودم، باید عرض کنم اگر کان بانک مرکزی و معاونان آن، تعامل خوبی در آن مقطع داشتند اما خلأ قانونی در این حوزه داریم. بانک مرکزی در شهریور ۹۵ دستورالعمل اجرایی کارت اعتباری را رایانه کرده بود که ایراداتی داشت. متأسفانه در شبکه بانکی، مرز باریکی بین تسهیلات با اعتبار خرد قائل هستند و بسیاری از افراد آن را با هم اشتباه می‌گیرند. در آن دستورالعمل نیز چنین ایراداتی وجود داشت اما اگر از این ایرادات بگذریم، مفهوم خوبی به نام کارگزاری اعتباری مطرح شده بود. پیشنهاد و توصیه بنده در حوزه رگولاتوری این است که در این زمینه تمرکز کند. قبلاً عرض کردم در بانک جهانی، مفهومی به نام MFI داریم که در این خصوص، موسساتی کار میکروفایننس و میکرو کرایت انجام می‌دهند اما بانک نیستند و می‌توان ساز و کارهایی برای آنها لحاظ کرد مثلاً اینکه مشابه مدلی که بانک مرکزی در پرداخت بانک در نظر گرفته، اعلام کند بر مجموعه بانک و تحت قواعد و قوانین آن کارش را انجام دهد. البته تخصص من حوزه نظارت نیست و نمی‌دانم موضوعاتی که در ایسن زمینه مدنظر دارند، چقدر نیاز است برطرف شود اما آنچه می‌توانم در کتیم این است که اجازه اعتبار کارگزاری داده شود. اگر این اتفاق بیفتد، فین تک‌ها می‌توانند ارزش‌های خیلی خوبی ایجاد کنند و این فضا را داشته باشند. می‌دانم سال گذشته در کار گروه‌های بانک مرکزی، روی دستورالعمل لنتک (البته عنوان آیین‌نامه، تسهیلات باری است) کار شد که امیدوارم تسریع شود و در همین دوره بانک مرکزی تأیید شود و به جمع‌بندی برسد. معاونت فناوری‌های نوین از طریق کارگروه‌ها، تلاش‌های خود را انجام می‌دهد و امیدوارم از کان غیر از حوزه فناوری نوین نیز حمایت کنند در فرصت باقی‌مانده از دولت فعلی، دستورالعمل و آیین‌نامه تسهیلات باری را داشته باشیم و قفل راه‌اندازی اعتبارات شکسته شود. اگر این اتفاق بیفتد، فین تک‌ها و مجموعه‌های غیربانکی بهتر از بانک‌ها می‌توانند در این حوزه فعال باشند زیرا ما در زمینه اعتبارات، مفهوم مهم پذیرندگی را داریم که قطعاً خارج از شبکه بانکی، می‌تواند محقق شود.

امینی: بحث P2P در دنیا، بسیار قابل توجه و جای آن در ایران خالی است. در زمینه رگولاتوری نیز بین کشورهایمانند چین، ژاپن، انگلستان و آمریکا، تفاوت‌هایی در خصوص نحوه برخورد رگولاتوری با رگولیشن P2P وجود دارد. در ایران، چند وقت پیش در یکی دو جلسه بانک مرکزی شنیدم سند باکس در حال شروع شدن است که نقش جالبی در تست مفاهیم P2P برای استارت‌آپ‌هایی دارد که شاید به اندازه رگولاتور جزئیات قوانین و حساسیت‌های رگولیشن را ندانند و قصد دارند مطمئن شوند آیا راهکارهایی که اجرا می‌کنند، شدنی است یا خیر؟ مفهوم دیگر اینکه P2P را به عنوان تسهیلات باری نگاه می‌کنیم؟ یعنی منابعی در اختیار بانک‌ها و موسسات مالی، لیزینگ و امثال آن را تسهیل می‌کنند؛ کاری که ما در دیجی‌بی انجام دادیم. قرض‌دهندگان را به کسانی که نیاز مالی دارند، وصل کنیم. این مدل‌ها در کشورهایی مانند انگلستان و آمریکا در حال اجرایی شدن است اما دو دیدگاه هستند که باید درباره آن تصمیم‌گیری شود و هر کدام مزیت‌های خاص خود را برای قرض‌دهندگان و قرض‌گیرندگان فراهم می‌کنند. به نظر می‌آورد رگولاتور در این زمینه تمرکز کرده و فرایند اجرایی آن را نشر و تسریع کند. آقای قنادپور هم اشاره کردند که کار گروهی که به draft اولیه کمک کرد، الان

امینی: منابع، داینامیک است. تا پارسال، منابع محدودتر بود به دلیل اینکه تنوع ارائه‌دهندگان منابع مالی کم بود. با این حال، امیدواریم این عدد را امسال افزایش دهیم. چون هنوز نهایی نشده، اجازه بدهید فعلاً اعلام نکنم اما نکول همان‌طور که عرض کردم، حدود ۲ درصد یا کمتر است و چون وام‌های آن، شش ماهه تا یک ساله است، هنوز به موعد مقرر نرسیده تا عدد نهایی را عرض کنم اما انتظارمان بر مبنای رفتار مشتری، این است که این عدد زیر ۲ درصد و حتی زیر یک درصد باشد.

جناب محمدی! لطفاً در خصوص پلتفرم تأمین مالی جمعی دونگی توضیح دهید و اینکه چگونه به کاربران سرویس می‌دهید و آنها چه استفاده‌ای از خدمات شما می‌کنند؟

محمدی: طبق مصوبه شورای عالی بورس و اوراق بهادار، ما فقط می‌توانیم به اشخاص حقوقی برای توسعه کسب و کارشان سرویس بدهیم و عملاً کاربران خرد و صنفی شامل آن نمی‌شوند. هر چند تلاش می‌کنیم از طریق امکان‌سنجی، بررسی بازار، دلیل نیاز و اثرات آن، کاربران صنفی را که پروانه کسب دارند یا از سازمان‌های متولی خودشان اجازه فعالیت دارند اما هنوز ثبت شرکت نکرده‌اند، پوشش دهیم. اتفاق خوبی که با انجام این کار رخ می‌دهد این است که می‌توانیم وام‌دهی خرد را که در کشور مغفول مانده، پوشش دهیم. ما به بازگیران حقوقی یعنی همان بازگیران خرد که مدنظر همین میزگرد است، سرویس می‌دهیم. مثلاً پروژه‌ای در قالب پلتفرم وام‌دهی خرد داریم که مدیریت فروش اقساطی والتا یکی از فروشگاه‌های خود را معرفی کرده است. این فروشگاه قرار است ۵۰ وام ۲۰ میلیون بدهد، کل این رقم را از ما می‌گیرد و به سرمایه‌گذاران اعلام می‌کند که به صورت فروش اقساطی کاربران را باین شیوه اعتبارسنجی می‌کند. ضمانت‌نامه‌ها نیز به شیوه‌ای است که در برنامه امروز می‌گنجد و اگر سرمایه‌گذاران تمایل دارند، با توجه به تجربیات قبلی‌شان، سرمایه‌گذاری کنند. به این صورت، اگر ما بتوانیم برای سرویس‌دهندگان تأمین مالی کنیم، آنها بهتر می‌توانند از طریق این لاین اعتباری وارد شوند یا مثلاً الان در زمینه یکی از کسب و کارهایی که در حوزه خودرو و فعالیت می‌کند، کار می‌کنیم. این کسب و کار وام خودرو به خریدار ماشین می‌دهد. ما برای تأمین سرمایه در

امیدواریم مشتریان خوش حساب این فرایند در مجموعه زیاد شود تا بتوانیم fund providerهای مختلف را متقاعد و با حداقل وثیقه یا در حالت ایده‌آل، وام‌های خرد را رایانه کنیم.

گردش آنها تا زمانی که فعالیت‌های اخذ وام انجام می‌شود، برای اینکه آن را پوشش دهیم، تأمین مالی می‌کنیم و عملاً با وجود اینکه وارد کاربران نهایی با مبالغ کم نمی‌شیم، سعی می‌کنیم یک لایه بالاتر از آنها را پوشش دهیم. در اینجا، ارزیابی شرکت‌هایی که تقاضای وام می‌کنند، کاملاً بر اساس دیتای اعتبارسنجی ایرانیان و دیتای خودمان است. ما پروتکل داریم و سعی می‌کنیم ضمانت‌نامه‌ها و وثایق، اسامات (هوشمند)، و با ذات کسب و کار و روال‌های آن، تطابق داشته باشد تا ریسک‌ها کمینه باشد. در نهایت از کسب و کار موردنظر چک یا سفته می‌گیریم.

چند سال پیش، استارت‌آپی به نام بیت‌وام به صورت همتا به همتا، وام اعطا کرد که بعد از چهار ماه فعالیت، حراست بانک مرکزی به آنها اجازه ادامه فعالیت نداد و حتی اعلام کرد برای تست هم نمی‌تواند ادامه فعالیت دهد. استدلال‌شان این بود که فعالیت در این حوزه باید تحت قانون تنظیم بازار

یک الگوریتم کامل برسیم. تا زمانی که بنده حضور داشتم، فاز اول پروژه بود اما الان اطلاعی ندارم. وقتی صحبت از اعتبار خرد می‌شود، با نگاه سنتی بانکی به آن نگاه می‌کنیم نه با نگاه بانکداری دیجیتال. نگاه بانکداری دیجیتال، از چک و سفته سوال نمی‌کند بلکه بر اساس دیتا و داده‌های فرد اعمال می‌شود. الان بلافاصله به سمت الکترونیکی کردن سهام عدالت می‌رویم در صورتی که اعداد خرد زیر یک میلیون تومان نباید مدنظر باشد. آن موقع هیات مدیره وقت ارتباط فردا ریسک آن را تا مبلغ قابل توجهی پذیرفته بود. در این زمینه آقای امینی بهتر می‌توانند بگویند میزان نکول این تیپ اعتبارها چقدر است. تجربه ما در لندو نشان می‌دهد میزان نکول بسیار کمتر از آن چیزی است که در شبکه بانکی حتی در اعتبارات خرد وجود دارد. به نظر نیاز اعتبار مصرف‌کننده، بسیار جدی است. در بانک جهانی عملاً از تعبیر MFI استفاده می‌کنند که موسسات مالی غیربانکی و فین تک‌ها می‌توانند حضور داشته باشند و باری از دوش این حوزه بردارند.

جناب امینی! لطفاً بفرمایید در دیجی‌بی، چطور به مشتریان تان تسهیلات می‌دهید و فرایند دریافت این تسهیلات از دیجی‌بی به چه صورت است؟ همچنین اگر آماری از میزان منابع تخصیص داده‌شده و میزان لاوصولی احتمالی وجود دارد، اعلام بفرمایید.

امینی: در دنیا، بیش از ۵۵ درصد GDP SMEها تولید می‌کنند. حدود ۶۰ درصد استخدام در شرکت‌های small است که وام‌دهی خرد در کسب و کار آنها نقش اساسی دارد یا افرادی که در دودک پایین جامعه هستند، همین وضعیت را دارند. در همین زمینه ما در دیجی‌بی به عنوان بخش فین تک دیجی کالا و مجموعه‌ای که سعی می‌کند با ابزارهای دیجیتال در اکوسیستم فعالیت کند، راه‌هایی را برای افراد پیدا می‌کنیم که خریدشان را کامل کنند. ما متوجه شدیم در خریدهای عادی، خیلی اوقات امکان تکمیل فرایند وجود ندارد البته نه لزوماً به دلیل کفایت مالی، بلکه افراد به دلیل اینکه مقدار بسیار کمی از مانده مبلغ را نمی‌توانستند پرداخت کنند یا سبد میانگین دیجی کالا نسبت به خریدهای دیگر اینترنتی بالاتر است، منجر به این می‌شد که نتوانند خریدشان را کامل کنند. یکی از رسالت‌های ما در دیجی‌بی، کمک به اکوسیستم اقتصاد دیجیتال در بهبود فرایند خرید بوده است. در همین زمینه پروژه اعتبار مصرف‌کننده دیجی‌بی را حدود یک سال و اندی است که شروع کردیم. البته در گزارش آخر که در سال ۲۰۲۰ منتشر کردیم، اشاره شد که بیش از ۳۳۰ میلیارد تومان اعتبار اختصاص داده شده و الان نزدیک به ۴۰۰ میلیارد تومان است. خوشبختانه میزان نکول یا وصولی تا کنون اعداد بسیار پائینی بوده است و می‌توان گفت کمتر از ۲ درصد است اما نسبت به وام‌های مشابه که از مسیرهای سنتی تر اتفاق می‌افتد، قابل توجه است. درباره فرایند هم آقای قنادپور اشاره کردند که ایده‌آل این است هیچ وثیقه‌ای از افراد دریافت نکنیم اما به دلیل تعاملات با مجموعه‌هایی مانند لیزینگ‌ها و امثال آن، یک چک از مشتری در یافت می‌کنیم و در انتهای فرایند آن را به مشتری برمی‌گردانیم. قبل از آن نیز چند نوع اعزاز امتیاز یا scoring انجام می‌دهیم. یک قسمت از طریق شرکت ICS است که برخی اطلاعات امتیاز مشتری را با اجازه خود مشتری به ما ارائه می‌دهد و بخش دیگر هم امتیاز داخلی خود دیجی‌بی است که بر مبنای رفتار خرید مشتریان سعی می‌کنیم آن را بهتر کنیم. امیدواریم مشتریان خوش حساب این فرایند در مجموعه زیاد شود تا بتوانیم fund providerهای مختلف را متقاعد و با حداقل وثیقه یا در حالت ایده‌آل، وام‌های خرد را رایانه کنیم. البته اگر متوسط سبد خرید در تنوع مشتریان بالاتر برود، شاید جایگاه خودمان را به عنوان یک وام‌دهنده خیلی خرد تثبیت کنیم که مبالغی حدود ۲۰ تا ۲۰ میلیون تومان، تسهیلات در اختیار مشتری قرار می‌دهد که این موضوع را سال به سال با توجه به ضرب تورم، ممکن است افزایش دهیم تا تجربه خرید که هدف اصلی ما برای ارائه سرویس است، ارتقا یابد.

میزان منابع و نکول هم اگر محرمانه نیست، بفرمایید.

اعتبار دهی خرد به گسترش پرداخت وام‌های بسیار کوچک به وام‌گیرندگانی که به‌طور معمول فاقد وثیقه، اشتغال پایدار و سابقه اعتباری قابل اثبات هستند، گفته می‌شود. این وام نه تنها برای حمایت از کارآفرینی و فقرزدایی بلکه در بسیاری از موارد به منظور توانمندسازی زنان و بالا بردن کل جامعه به وسیله توسعه انسانی استفاده می‌شود.

اعتبار دهی خرد، بخشی از تأمین مالی خرد است که طیف وسیع‌تری از خدمات مالی، به ویژه حساب‌های پس‌انداز را به قشر ضعیف جامعه ارائه می‌کند. وقتی بانک‌ها به افراد و شرکت‌های کوچک به سختی وام می‌دهند، بسیاری به سمت کانال جدیدی می‌روند که به‌طور گسترده مورد استفاده قرار می‌گیرد: استفاده از منابع خصوصی؛ ابزاری که جهان اعتبارات خرد، بازگیران و روش‌های آن را تغییر داده است. سرمایه‌گذاری جمعی یا مردمی راهی است که بسیاری از روش‌های وام‌دهی را تغییر داده و به نظر می‌رسد با دیجیتالی شدن بانک‌ها در ایران، کشور ما نیز روند رو به رشد در این حوزه داشته باشد.

از این رو، در این میزگرد آنلاین از سلسله نشست‌های تخصصی بانکداری و اقتصاد دیجیتال، با عنوان «اعتبار دهی خرد در بانکداری دیجیتال» که با حضور حامد قنادپور، مدیرعامل شرکت تارا، هومن امینی، مدیرعامل دیجی‌بی و جعفر محمدی مدیر پلتفرم تأمین مالی جمعی دونگی برگزار شد، موضوعاتی مانند وام‌دهی همتا به همتا، عدم راه‌اندازی کارت اعتباری در کشور، نبود دیتای قابل اتکا برای تشخیص اعتبار و کردافاندینگ مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت. ماحصل این گفت‌وگو پیش روی شماست.

جناب قنادپور! ما سال ۹۸ در قالب یک سمپوزیوم در خدمت حضر تعالی بودیم. آن موقع شما مدیرعامل شرکت ارتباط فردا بودید. در آن سمپوزیوم قول دادید طی یکسای دو ماه آینده، یعنی حدود زمستان ۹۸، از طریق اعتبارسنجی مشتریان، وام خرد بدهید و این حوزه، وارد فضای جدیدی شود. تا امروز، چیز خاصی از این اتفاق ندیدیم. آیا سر نوشت این پروژه به جای رسیده است یا متوقف شد؟ لطفاً درباره پروژه وام‌دهی اعتبار خرد در شرکت ارتباط فردا توضیح دهید.

قنادپور: موضوع را طوفانی شروع کردید آقای افتاده! ببینید در آن مقطع، نیازی وجود داشت و کماکان هم این نیاز وجود دارد. همان‌طور که خانم بهری در مقدمه میزگرد اشاره کردند، از نظر بانک جهانی و تعاریف مرتبط با آن، بحث اعتبار خرد یا میکرو کرایت، جزئی از مباحث میکروفایننس است. اعتبار خرد، باید بتواند به سه حوزه سرویس ارائه کند؛ اول یک‌سری افراد کم‌توان و بدون پشتوانه مالی، دوم کسب و کارهای خانگی و سوم یک‌سری وام‌های کوچک به افراد خوداشتغالز که طبیعتاً این موضوع با میکروفایننس که وام کوچک، قرض دادن و مانند این‌هاست، تفاوت دارد. همه دنیا معتقدند بحث فراگیری مالی عملاً مرتبط با این است که بتوان اعتبار خرد را راه‌اندازی کرد. در ایران، در این زمینه خلأ داشتیم و همان‌طور که اشاره کردید در سال ۹۸ این موضوع را مطرح کردیم و آن موقع این خلأ را شناسایی کردیم. البته نیاز به شناسایی هم ندارد چون اعتبار خرد بسیار جدی است. ما به این نتیجه رسیدیم که برای افراد کم‌پشتوانه مالی، باید از اعتبار مصرف‌کننده استفاده کنیم. خلأ این موضوع در ایران بوده و هست و امیدواریم کم‌کم مردم تقویت شود. خرج از ایران، حتی اگر دانشجویی وارد می‌شود، بانک‌ها هزار دلار به وی اعتبار می‌دهند بدون اینکه از وی چک، سفته، کپی شناسنامه، کپی عقدنامه پدر و مادر و غیره را بگیرند بلکه بر اساس مدارک هویتی و ID وی، کارت هزار دلاری به وی می‌دهند و می‌گویند اگر خوب رفتار کنید، هزار دلار تان بیشتر می‌شود. این موضوع، بحث اعتبار مصرف‌کننده است. ما هم در آن مقطع قصد داشتیم اعتبار مصرف‌کننده را راه‌اندازی کنیم و پایلوت آن در بهمن ماه ایجاد شد و حدود هزار نفر را مدنظر قرار دادیم و فرایند به این شکل رخ داد. در آن مقطع، ۲۵۰ هزار تومان تا یک میلیون تومان را در نظر گرفتیم و در قالب پایلوت هزار نفری انجام دادیم و بدون اینکه ارتباطی با افراد برقرار شود، از طریق ابزار اینترنتی درخواست اعتبار می‌کردند و بر اساس شاخص‌های سرویس شرکت اعتبارسنجی ایرانیان و دو سه شاخص دیگر که خودمان در دیتای آن فرد می‌دیدیم مانند اینکه قبض‌ها را درست پرداخت کرده یا نه؟ یا یک‌سری آیت‌هایی که ناشی از رفتار فرد بود مانند اینکه در طول زمان بر اساس شیوه مصرف چگونه عمل می‌کند و اینکه چه زمانی فرد تسویه می‌کند، پیش رفتیم. لزوماً خوش حسایی به مفهوم عام که از آن صحبت می‌کنیم، نیست و الگوریتم‌هایی دارد. در این خصوص یک گروه ایرانی از صنعتی شریف، الگوریتم آن را استخراج کرده بودند و سعی کردیم آن را تست کنیم. در فاز اول برای اینکه الگوریتم آموخته شود، به زمان نیاز داشتیم. قرار بود در بازه شش ماهه آن را به این هزار نفر آموزش دهیم تا به

یک سال از آن گذشته و دستورالعمل را به بانک مرکزی ارسال کرده است. با این وجود، جای خالی رگولیشن در خصوص تصمیماتی از این دست دیده می‌شود تا زودتر به شفاف‌سازی برسیم و با قوت و قدرت بیشتری حرکت کنیم.

آقای پویا پوراعظم و دکتر ابنالویی معاون فناوری بانک ایران زمین در گروه حضور دارند. آقای ابنالویی اشاره کردند نرخ نکول اعتبارات خرد در نظام بانکی نیز زیاد بالا نیست و حدود ۵۵ درصد است. آقای پوراعظم هم گفته‌اند وقتی وثیقه اخذ شود، عملاً اعتبارسنجی خاصی نیاز نیست و اعتبارسنجی، زمانی است که عدم دریافت وثیقه از متقاضی و اعطای تسهیلات بر اساس سوابق اعتباری صورت می‌گیرد. برای نمونه دیجی‌بی از مشتریان چک می‌گیرد. در این شرایط، الگوریتم‌های خاص نیازسنجی چه نیازی دارد که این مشکلات را حل کند؟ جناب امینی! چرا شما همزمان، هم اعتبارسنجی می‌کنید و هم چک می‌گیرید؟ آیا واقعاً نیاز است؟

امینی: سوال خوبی است. ما در حال حاضر خودمان را یک پلتفرم تسهیلات‌یار برای ارائه اعتبار می‌دانیم. مشتریانی از جنس مختلف به سراغ ما می‌آیند و امید ما این است که به بیشتر مشتریان به خصوص با مبالغ خرد، وام‌هایی بدون چک بدهیم. همین الان فکر می‌کنم دو سه هزار نفر را کاندیدا کردیم و بالای ۱۰۰ هزار نفر پلادی کردند که اعتبار خرد بدون چک دریافت کنند. ما برای اینکه به این مرحله برسیم نیاز داشتیم ابتدا افراد را اعتبارسنجی کنیم و بشناسیم تا به مرور خدمات بهتری ارائه کنیم. ما به این سمت می‌رویم اما برخی جاها به خاطر مبالغ وام و معذورت‌هایی که سمت برخی از fund providerها وجود دارد، مجبور به اخذ وثایقی از این جنس هستیم که امیدواریم هم با آگاهی‌سازی و هم با نمایش نرخ نکول، دویسان کمک کنند تا وثایق دریافتی را کمتر یا به صفر نزدیک کنیم.

نرخ تسهیلات اعتباری تان چقدر است؟
امینی: بدون بهره است. چون در حال تست هستیم، قصد اخذ بهره نداریم و فعلاً سعی می‌کنیم به اکوسیستم با وام‌های کوتاه‌مدت یک‌ماهه اثبات کنیم افراد آن را برمی‌گردانند و نکول نخواهند کرد. چون بیشتر کالاها، در دیجی کالا، غیردیجیتالی است شاید نقطه شروع خوبی باشد زیرا مشتری را می‌شناسیم و کالا را در منزل تحویل می‌دهیم اما در ادامه فکر می‌کنیم پارامترهای نرخ را نیز لحاظ کنیم با این حال الان بیشتر جنبه سگمنتیشن دارد از این لحاظ که نرخ نکول برای افرادی که وام‌های خرد را در این اکوسیستم دریافت می‌کنند، پایین است و کماکان به دنبال وثیقه نیستیم.

از این بابت نرخ ریالی این تسهیلات را می‌پرسم که ببینیم عدد وام خرد در بازار چقدر است؟ قبلاً ۲۰ میلیون و سپس صحبت از ۵۰ میلیون تومان بود، اخیراً با کاهش ارزش ریال در کشور، تعریف وام خرد به ۱۰۰ میلیون تومان هم رسید. این تعریف از نظر دیجی کالا با توجه به ریسک آن چقدر است؟

امینی: چند جواب دارد و به پرسوئای افرادی که خرید دیجیتال می‌دهند، برمی‌گردد. به نظر من اسنپ که وام ۲۰ هزار تومانی در اختیار افراد برای استفاده از تاکسی قرار می‌دهد، می‌تواند خودش را در مقوله تسهیلات خرد قرار دهد و دیجی‌بی هم الان وام‌های ۲۰ میلیون تومانی دارد. بنابراین شاید بتوانیم این جنس تسهیلات را طبقه‌بندی کنیم و برای هر کدام نیز مدیریت ریسک متفاوتی مورد نیاز بوده و وثایق آن و دوره شناخت مشتری، متفاوت است. همچنین زمان بازپرداخت اقساط در تصمیم‌گیری تأثیر دارد و موارد دیگر. همه این‌ها به این سمت برمی‌گردد که بتوانیم دوره‌های بازپرداخت را کوتاه کنیم تا امتیاز اجتماعی و امتیاز اعتباری که لازم است، از مشتری بسازیم. برای این منظور باید امکانات و داده‌های بیشتری برای اثبات نرخ نکول پایین در اکوسیستم داشته باشیم با این نگاه که فرایندهای Underwriting و اخذ وثیقه ساده‌تر می‌شود.

یکی از مضللات بزرگ در کشور، نبود نظام اعتبارسنجی و امتیازدهی اعتباری است. آنچه شرکت اعتبارسنجی ایرانیان انجام می‌دهد، دیتای دقیقی نیست. عملاً اگر کسی در چهار پنج سال اخیر، وام گرفته و بازپرداخت آن را آغاز کرده باشد، اطلاعاتش در آن شرکت موجود است اما بنده که به عنوان مشتری نظام بانکی ۱۵-۲۰ سال است کار می‌کنم، هیچ دیتایی از من موجود نیست؛ حتی بانک خودم، دیتای اعتباری‌ام را بعد از ۱۵-۲۰ سال نتوانسته استخراج کند که بتوانم یک وام ۱۰۰ میلیونی بگیرم و مرا اعتبارسنجی کند. بنده یک نامه از قائم‌مقام بانک برای بخش تسهیلات می‌برم، حدود شش هفت ماه معطل یک وام ۱۰۰ میلیونی هستم آن هم نه در شرایط خاص، بلکه با سود ۱۸ درصد. آن قدر شرایطش سخت بود



اعتباری هم روی موج این تحولات به راحتی در اختیار افشار جامعه قرار گیرد.

❖ **جناب قنادپور!** تصور من این است که کارت اعتباری با تسهیلات اعتباری کوتاه مدت در ایران اشتباه گرفته شده است. در دنیا، کارت اعتباری دارید و هر ماه، آن مبلغی که هزینه کرده‌اید با یک مبلغ کارمزد تسویه می‌کنید اما در ایران مثلاً کارت اعتباری خرید یک جنس یا کالای فیزیکی را داریم و گفته می‌شود به‌طور مثال سرشش ماه آن را برگردانید. خیلی اوقات خرید انجام می‌شود و فاکتور صوری هم می‌دهند و پول را جای دیگری خرج می‌کنند. لطفاً جنابعالی در این زمینه توضیح کامل‌تری بدهید. سؤال دیگر اینکه آیا قوانین و مقررات و مسایل فقهی در پذیرش تأخیر در ارایه کارت اعتباری، دلیل اصلی ماجرای مشکلات این حوزه است یا عدم اراده مدیران رگولاتور بانکی؟ این موضوعات، چه آسیبی به نظام اقتصادی کشور وارد می‌کند؟

قنادپور: درخصوص نکته اول عرض کنم صحبت شما درست است. در ایران، بسیاری جاها اعم از بانک‌ها، رگولاتور، مردم و غیره تفاوت وام و اعتبار را نمی‌دانند. اینکه یک بار مصرف می‌شود و دور تنفس ندارد، همگی بیانگر این است که تعریف ما از اعتبار و وام درست نیست. دلیل بخشی از اشتباهات، همین است. معمولاً کارت اعتباری که در ادوار مختلف آمده، وام و کارت تسهیلات بوده، کارت اعتباری نبوده است. نکته دیگر اینکه لزوماً کارت اعتباری به معنای کارت فیزیکی نیست. ممکن است در کیف پول اعتباری یا به شکل دیگری بتوان این شارژ را انجام داد. دو سه نکته آقای اینالویی در گروه اشاره کردند که درست است. ایشان اشاره کردند برای بانک‌ها، راحت‌تر است که به جای هزار اعتبار ۱۰ میلیون تومانی، یک اعتبار ۱۰ میلیارد تومانی بدهند. یکی از مسایل هم همین است. نکته دیگر نرخ تسهیلات است که راهکار و پیشنهاد خودم را ارایه می‌دهم. درخصوص سؤال اصلی شما یعنی عقود اسلامی، خدا رحمت کند مرحوم حجه الاسلام دکتر سیدعباس موسویان را که نقش بی‌بدیلی درباره ملاحظات که درخصوص عقود اسلامی وجود داشت، اجرا کردند. ایشان خیلی تلاش کردند با عقد مراجه

ادامه این میزگرد را در صفحه ۷ بخوانید.

امینی: البته این طور نبوده که عملیاتی نشده باشد و بانک‌های مختلف، کارت اعتباری دادند و هنوز هم در دسترس است اما یا به خاطر مسایل فرهنگی از آن استقبال نشده و یا دلایل مختلفی وجود داشته که فراگیر نشده است. یکی از دلایل این است که چون امتیازدهی یکپارچه وجود ندارد، این موسسات برای در اختیار گذاشتن آن، فرایند پیچیده‌ای را از مشتریان طلب می‌کنند، باید وثیقه بیاورند و انواع و اقسام مستندات، آماده کنند؛ در صورتی که در نقاط دیگر دنیا با چند کلیک، به صورت غیر حضوری، کارت اعتباری برای مشتریان پست می‌شود و رفتارهای مشتریان از آنجا به بعد، ملاک قضاوت افزایش اعتبار است. چالش دیگر فراگیر نشدن محل مصرف است. بسیاری از بانک‌هایی که این کارت‌ها را در اختیار قرار داده‌اند، به این خاطر که این وام‌ها و اعتبارات باید روی شبکه مانیتور شده خودشان داده می‌شود یا به یک سری از عقود تسهیلاتی مصرف کمی داشتند. از این رو، کارت‌های اعتباری بوده که بانک‌ها در اختیار گذاشته‌اند اما افراد برای مصرف آن باید چند کیلومتر به جای دیگری می‌رفتند که بتوانند خرید انجام دهند! این امر، فراگیری کارت‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد، چون محل‌های مصرف کارت وجود ندارد. چالش دیگر اینکه مباحث Underwriting یا مشکلاتی است که از این منظر در وام‌هایی مرتبط با کانال اعتبارات، اتفاق می‌افتد. باید کانال‌هایی وجود داشته باشند که این بخش از تسهیلات را Underwrite یا امکانی را فراهم کنند که مجموعه‌هایی که وام در اختیار قرار می‌دهند بتوانند میزان دیفالت را مدیریت کنند. درباره این موضوع هم در ایران، یکپارچگی کافی وجود ندارد و به همین دلیل مجموعه‌هایی که این کارت‌ها را در اختیار قرار داده‌اند، کارشان محلی باقی مانده و موفق نشده‌اند. از این‌ها که بگذریم، بستر فرهنگی آن هم باید گسترش پیدا کند. در ایران، جای خالی آموزش مالی هم به شدت احساس می‌شود، به همین دلیل هیجانات مالی در جامعه ایران، در خریدها یا اشتباه‌های سرمایه‌گذاری نقش دارد و جایگاه آموزش‌های مالی را نمی‌توان دست کم گرفت. اگر این‌ها را کنار هم بگذاریم، شاید جواب آن، آموزش به افراد در اقتصاد دیجیتال، ارایه اعتبار (البته نه لزوماً کارت، چون در دوران کرونا، کارت هم جای خود را به کیف پول‌های اعتباری می‌دهد) و مواردی مانند آن، کمک می‌کند افراد به مرور با مفاهیم اعتباری آشنا شوند، اقساط را به موقع پرداخت کنند، اعتبارسنجی در ایران انجام شود و کارت

محمدی: بنده پیغامی گذاشته بودم که درخصوص صحبت‌های قبلی نکته‌ای عرض کنم. ابتدا آن را مطرح می‌کنم و سپس به سوال شما پاسخ می‌دهم. موضوعاتی که دوستان اشاره کردند، یعنی تسهیلات یاری و سندباکس را بنده از نزدیک دنبال می‌کنم؛ باید عرض کنم متأسفانه در زمینه تسهیلات یاری، موضوع، کنار گذاشته شده و امید چندانی به اینکه در آینده نزدیک بتوانیم اتفاقات خوبی در این زمینه رقم بزنیم، حداقل با شنیده‌های من وجود ندارد. نکته دیگر اینکه چون بنده از سوی سازمان نظام صنفی رایانه‌ای نماینده بخش خصوصی در کارگروه سندباکس هستم، تا حالا در حوزه مالی برای موضوع P2P lending هیچ درخواستی نداشتم. در حوزه رمزارزها، تبادلات بین‌المللی، برات دیجیتال و سفته دیجیتال که مجوز آن داده شده، درخواست داشتم اما در این زمینه درخواستی نیامده و اگر دوستان، درخواستی را به کارگروه سندباکس بدهند، این امر، می‌تواند محرک باشد تا P2P lending را به لایه اول تسهیلات یاری و در لایه دوم از دیدگاه پلتفرمی در بانک مرکزی، با سرعت بیشتری جلو ببرد. درخصوص سوال شما، باید عرض کنم چون تعداد کسانی که برای وام، درخواست می‌دهند، نسبت به وام‌های خرد کمتر است، معضل ما هم کمتر است. در حال حاضر از دیتاهای اعتبارسنجی ایرانیان، اظهارنامه‌های مالیاتی، داده‌های ثبت شرکت‌ها، گردش مالی و یک سری موارد دیگر که بسته به مورد، متفاوت است، استفاده می‌کنیم. مثلاً یکی از فضاهای رشد شدید P2P lending در دنیا این بوده که شرکتی مانند eBay یک سری دیتاها و گزارش‌ها را به صورت API در اختیار پلتفرم‌ها قرار داده که از طریق آن بتوانند اعتبارسنجی سریع و راحت‌تری را شکل داده و تعداد کاربران بسیار زیادی را با توجه به دیتاهای خودکار پوشش دهند. متأسفانه الان دیتاهای ما به جز چند مورد که از این سامانه‌ها، دریافت می‌کنیم، خودکار نیست ولی سعی می‌کنیم روی حوزه‌های خاص تمرکز کنیم. ما می‌توانیم داده‌های این حوزه‌های خاص را به دلیل وجود بازگرانی که به عنوان پلتفرم یا متولی در این حوزه فعالیت می‌کنند، داشته باشیم که حداقل بخش‌هایی از صنعت را به صورت خودکار پوشش دهیم.

❖ **یکی از ابزارهای پرداختی که می‌توانست جمعی، جمع کنند، خودتان با کمک یک مجموعه دیگر در دونگی اعتبارسنجی انجام می‌دهید. فرایند آن به چه شکل است و این نظام اعتبارسنجی و امتیازدهی، چه لطمه‌ای به این حوزه وارد می‌کند؟**

این است که در دنیا از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۵، امتیازدهی‌های اعتبارسنجی جایگزین بر مبنای همین موارد که عرض کردم، ایجاد شده که با ارایه اعتبار کوتاه مدت با مبالغ خرد و ساختن امتیاز اعتباری و جامعه مالی مانند بانک‌ها، لیزینگ‌ها و غیره تلاش می‌کنند نشان دهند ریسک افراد، قابل مدیریت است. ما هم باید همین کار را انجام دهیم و اعطای اعتبار و مبالغ خرد را شروع و به محل مصرف استناد کنیم چون در حالت کلاسیک، بانک‌ها دانش خاصی درباره محل مصرف ندارند و فقط می‌دانند شخصی وام گرفته و امیدوارند این وام را به صورت غیرتورمی خرج کند، تبدیل به نقد نکند و در محل‌هایی خرج کند که به اقتصاد کمک کند. اگر این نگاه را از سمت مصرف‌بینیم چند نکته جالب یاد می‌گیریم. اول اینکه کجا پول خرج می‌شود که این امر اثرگذاری جذابی در اقتصاد کلان ایجاد می‌کند چون می‌توانیم بفهمیم با مدیریت منابعی از این جنس، تلاش کنیم آن اعتبار، به اقتصاد و آن صنعت خاص کمک کند. دوم اینکه با امتیازدهی افراد، اگر منابع مصرف را به جایی در اقتصاد دیجیتال مانند دیجی کالا یا بیزینس‌هایی از این جنس هدایت کنیم آن وقت افراد می‌دانند اگر شهروندان خوبی نباشند، اقساط را به موقع ندهند، رفتارهای مناسبی نداشته باشند، نمی‌توانند از تسهیلات استفاده کنند و بالعکس کسانی که توانسته‌اند وام‌شان را به موقع برگردانند و شهروندان خوبی بوده‌اند، توانسته‌اند مجدداً وام بگیرند. همین الان نیز بخش قابل توجهی از مشتریان ما، مشتریان قبلی هستند که ابزار علاقه کردند، مجدداً این کار را انجام دهند. برداشت من این است که به مرور با کمک بازیگران اقتصاد دیجیتال و با آرامش بیشتری که به نهادهای سنتی و بانک‌ها داده می‌شود، می‌توانیم به این سمت وسو برویم. واقعاً به آینده این تحول و اینکه از مسیر اقتصاد دیجیتال، تجارت الکترونیک تحقق پیدا کند، خوش‌بین هستم. امیدوارم در زمینه آلترناتیو‌هایی که شما به آن اشاره کردید، با آگاهی دادن به کاربران و رفتارهای مالی آنها کمک شود تا بتوانیم وام‌های خرد را از آن‌تر در اختیارشان بگذاریم.

❖ **آقای محمدی! آن طور که روی سایت شما مطالعه کردم، افرادی به سمت شما می‌آیند تا اعتبار جمعی، جمع کنند، خودتان با کمک یک مجموعه دیگر در دونگی اعتبارسنجی انجام می‌دهید. فرایند آن به چه شکل است و این نظام اعتبارسنجی و امتیازدهی، چه لطمه‌ای به این حوزه وارد می‌کند؟**

که پشیمان شدم از اینکه چرا چنین درخواستی به این بانک محترم دادم و در انتها هم علت اینکه وام را گرفتیم این بود که خیلی این طرف و آن طرف رفته بودم. فکر می‌کنم این موارد در اعطای وام‌های خرد، مشکل ایجاد می‌کند و بانک‌های ما هم به واسطه همین مشکلات از دادن وام خرد، فراری هستند. موضوع نظام اعتبارسنجی و امتیازدهی را چگونه در دیجی‌پی و دیجی کالا حل می‌کنید؟ در این زمینه آقای قنادپور، در شرکت ارتباط فردا، اپلیکیشنی به نام فانوس راه‌اندازی کردند که مدیریت حساب شخصی مالی افراد را انجام می‌داد. پس از بررسی، متوجه شدم دوستان با زیرکی، دیتای مشتریان را بر اساس اپلیکیشن حسابداری مناسب که امکانات ویژه‌ای به مردم می‌داد، به صورت رایگان در اختیار قرار دادند و مردم از آنجا دیتای خود و جزئیات دخل و خرج خود را وارد می‌کردند و به این وسیله، به صورت خوداظهاری دیتا جمع می‌کردند و گویا قرار است بعدها که این دیتا بیشتر جمع شود، اقداماتی در زمینه اعتبارسنجی صورت گیرد. بخش دیگر کار همان است که شما اشاره کردید و در دیجی کالا، کاربران سابقه خرید دارند. در اینجا، دیتاهایی جمع‌آوری شده اما سرویس مشخصی دریافت نشده است. چرا بنده که پنج شش سال است مشتری دیجی کالا هستم، هنوز هیچ آفری به من داده نشده و اینکه قرار است چه زمانی این حوزه، عملیاتی شود؟

امینی: این موضوع، فقط چالش ایران نیست بلکه بسیاری از استارت‌آپ‌های فین‌تکی در سایر دنیا، به خاطر عدم اعتبارسنجی موثر و عادلانه افرادی در پرسونا‌های مختلف ایجاد شده‌اند؛ یعنی سعی کرده‌اند با نگاه به پرسونای افراد در شبکه‌های اجتماعی، تجارت الکترونیک و غیره این افراد، شناخته شوند و ریسک اعتباری آنها درست ارزیابی شود و بتوانند وام‌هایی دریافت کنند. در ایران، چالش بزرگ‌تری دارند که شما به بخشی از آن اشاره کردید. در دنیا، گروه‌های اعتباری وجود دارند که همه بانک‌ها، موسسات مالی و سایر نهادها موظف هستند روزانه دیتاها را در اختیار آنها قرار دهند و نتیجه رفتارهای اعتباری و رفتارهایی که روی ریسک افراد تأثیر می‌گذارد، در اکوسیستم بانکی خیلی سریع قابل مشاهده است اما در ایران، متأسفانه ما هنوز به آن نقطه نرسیده‌ایم. خبر خوب

NO.1 MOTHERBOARD BRAND

ASUS Z590 SERIES

POWER TO THE CORE

اورکلاک هوشمند با هوش مصنوعی

به راحتی یک کلیک و با کمک هوش مصنوعی تمام پتانسیل پردازشی پردازنده کامپیوتر خود را تجربه کنید؛ این قابلیت به صورت هوشمند و بهینه، ولتاژ و فرکانس پردازنده کامپیوتر شما را تغییر می‌دهد تا دیگر نیازی به بهینه سازی دستی که بسیار زمان بر است، نباشید.

خنک سازی هوشمند با هوش مصنوعی

دما و میزان نویز سیستم خود را با یک کلیک کاهش دهید. با این قابلیت دیگر نگرانی از بابت افزایش دمای پردازنده و نویز ناشی از خنک کننده ی پردازنده نخواهید داشت زیرا هوش مصنوعی به خوبی دمای پردازنده و سرعت چرخش فن‌ها را تحت کنترل خواهد گرفت.

فناوری حذف نویز دوگانه

Two-Way AI Noise Cancellation

به خدمت گرفتن یک پایگاه داده مبتنی بر یادگیری عمیق که بیش از 500 میلیون صدای پس زمینه دارد، این اطمینان را به شما می‌دهد که در بازی و یا مکالمات صدای شما کاملاً شفاف منتقل می‌شود.

شبکه هوشمند با هوش مصنوعی

تمام داده‌ها در شبکه ی اینترنت توسط هوش مصنوعی، بر اساس نوع مصرف و نرم افزارهای شما طی چندین الگوریتم بررسی و به صورت هوشمند مدیریت می‌شود تا مشکلی از پهنای باند نداشته باشید.

AI Cooling

AI Networking

سختگیری اروپا بر جولان آمریکا در فضای مجازی



مقابل اقدامات شبکه‌های اجتماعی به آپدیت جدید واتس‌اپ در خصوص استفاده از اطلاعات کاربران واتس‌اپ در فیس‌بوک و زیرمجموعه‌های آن مربوط است.

در همین راستا هیات رقابت ترکیه اعلام کرد واتس‌اپ این آپدیت را برای کاربران ترکیه اجرا نمی‌کند. هرچند این پیام‌رسان بعداً اعلام کرد این آپدیت را برای کاربران ترکیه‌ای نیز اجرا می‌کند.

این در حالی است که پس از اعلام آپدیت جدید واتس‌اپ، بسیاری از کاربران ترکیه‌ای تصمیم گرفتند حساب کاربری خود را حذف کنند. از سوی دیگر هیات رقابت ترکیه تحقیقاتی درباره فیس‌بوک و واتس‌اپ را آغاز کرد تا احتمال نقض قانون این کشور و سوءاستفاده از موقعیت برتر در بازار را بررسی کند.

● فرانسه، هلند و آلمان خواهان قوانین سختگیرانه‌تر

با وجود روند گسترده و فراگیر قانونمندسازی شرکت‌های فناوری در اروپا، اما همچنان برخی از کشورها در این زمینه ابراز نارضایتی می‌کنند. نشریه فایننشال تایمز در گزارشی فاش کرد آلمان، فرانسه و هلند گله دارند که اتحادیه اروپا سختگیری‌های لازم را بر شرکت‌های فناوری اعمال نمی‌کند و در همین راستا از رگولاتورها خواسته‌اند که شرایط عملیات‌های خرید و ادغام مربوط به شرکت‌های بزرگی مانند گوگل و فیس‌بوک را سخت‌تر کنند.

در گزارشی با امضای برنو لوماری وزیر اقتصاد فرانسه، پتر آلتمایر وزیر امور اقتصاد آلمان و مونا کیزر، وزیر اقتصاد هلند اشاره شده است که پیشنهادهای اتحادیه اروپا برای قانونمند کردن حوزه فناوری (قانون بازارهای دیجیتال) بلندپروازانه نیست.

این تحقیق که هنوز منتشر نشده از کشورهای عضو خواسته تحقیقات درباره ادغام شرکت‌ها را تسریع کنند به‌خصوص زمانی که استراتژی پلتفرم‌ها خرید شرکت‌های نوپا را شامل می‌شود تا به این ترتیب رقابت را از بین ببرند.

با توجه به آنچه گفته شد به نظر می‌رسد اروپا بیش از پیش به قانونمندسازی و سختگیری بر شرکت‌های فناوری در آینده نزدیک ادامه می‌دهد تا به این وسیله از قدرت فناوری‌های مبتنی بر منافع آمریکا بکاهد.

مشخص (۱۵ می) محدود می‌شد. همین خبر کافی بود تا هزاران تن از کاربران این پیام‌رسان از آن خارج شوند. هرچند بعداً فیس‌بوک در این خصوص توضیحاتی ارایه کرد. اما در نهایت با اعتراض کشورهای مختلف از جمله هند و آلمان مجبور شد اجرای آن را به‌طور مرتب به تعویق بیندازد. در پی آپدیت واتس‌اپ، یوهانس کاسپار، کمیسیونر حفاظت از اطلاعات هامبورگ، ممنوعیتی سه ماهه صادر کرد که به فیس‌بوک اجازه می‌دهد به انبوهی از اطلاعات کاربران دسترسی یابد، بسیار گسترده و غیرشفاف است. البته طی هفته‌های گذشته اعلام کرد کاربرانی که این آپدیت را تایید نکنند، حساب کاربری‌شان محدود نخواهد شد.

● باخت گوگل و فیس‌بوک به سازمان آنتی‌تراست فرانسه

در همین راستا نشریه سی‌ان‌بی‌سی در ماه آوریل اعلام کرد توافقی میان گوگل و «گروه نماینده ناشران فرانسوی از جمله لوموند و فیگارو» (Alliance de la Presse d'Information Generale) ثبت شده است.

این توافق پس از آن انجام شد که سازمان ناظر بر آنتی‌تراست فرانسه اعلام کرد گوگل باید در ازای محتوایی که منتشر می‌کند به رسانه‌ها حق‌الزحمه‌ای بپردازد. اکنون نیز مذاکراتی با فیس‌بوک و مایکروسافت در این خصوص در جریان است. قبل از آن نیز اسپانیا سعی کرد تا اینکه قوانین مخصوص خود را وضع کند. در نتیجه گوگل در سال ۲۰۱۴ سرویس «گوگل نیوز» در این کشور را قطع کرد. اما طبق گزارشی جدید این شرکت هم‌اکنون مذاکراتی را با ناشران اسپانیایی آغاز کرده است.

ترکیه نیز یکی دیگر از کشورهایی است که سعی دارد شبکه‌های اجتماعی و قدرت‌های آنان در بازار را اجرا کند. جدیدترین قدرت‌نمایی این کشور در

است. در همین زمینه روسیه در سال ۲۰۱۹ میلادی با هدف کاهش اتکاب بر شرکت‌های خارجی، قانونی را تصویب کرد. بر مبنای قانون مذکور دستگاه‌هایی که در روسیه فروخته می‌شوند، باید به‌طور پیش‌فرض نرم‌افزارهای روسی را در خود داشته باشند. در همین راستا اپل این قانون را در سال جاری میلادی اجرا کرد. به این ترتیب آیفون‌هایی که در این کشور فروخته می‌شوند، باید فهرستی از اپلیکیشن‌های روسی را هنگام تنظیم دستگاه در خود داشته باشند.

کاربران می‌توانند چند اپلیکیشن از جمله اپ‌های مختلف «یاندکس»، اپ ایمیل Mail.ru، سرویس پخش زنده ویدیو OK Live و شبکه اجتماعی روسی VK را به دلخواه روی آیفون‌شان نصب کنند. قانون مذکور شامل موبایل، تبلت، تلویزیون‌های هوشمند، لپ‌تاپ و رایانه‌های رومیزی می‌شود.

● تأسیس دفتر محلی، پیش‌شرط روسیه برای ادامه فعالیت شرکت‌ها

اما این تنها قانون روسیه در حوزه فناوری نیست. این کشور سعی دارد قدرت شبکه‌های اجتماعی را نیز کنترل کند. در همین راستا رییس کمیته سیاست‌گذاری اطلاعات و فناوری دوما می‌روسیه اعلام کرد پیش‌نویس قانونی در این کشور تهیه شده که بر مبنای آن، شرکت‌های فناوری بزرگ باید دفتری محلی در روسیه تأسیس کنند. در غیر این صورت اجازه نخواهند داشت که سرویس‌های خود را تبلیغ کنند یا میزبانی آگهی را برعهده داشته باشند.

● اقدام قاطع آلمان در برابر آپدیت جدید واتس‌اپ

واتس‌اپ در اوایل سال جاری در آپدیت جدیدی اعلام کرد اطلاعات کاربران را با فیس‌بوک و زیرمجموعه‌های آن به اشتراک می‌گذارد. در نتیجه حساب کاربرانی که این آپدیت را قبول نمی‌کردند پس از مهلتی

پیش‌بینی می‌شود این لایحه، شرکت‌هایی با سرویس‌های حاوی رمزگذاری سربه‌سر را ملزم کند تا اینکه روش‌های خود را برای مقابله با گسترش محتوای خطرناک در پلتفرم‌های‌شان نشان دهند و در غیر این صورت با جریمه روبه‌رو خواهند شد.

● جریمه ۱۸میلیون پوندی در صورت حذف نشدن محتوای مخرب

علاوه بر آنچه گفته شد انگلیس تصمیم دارد با تصویب قانونی جدید، شبکه‌های اجتماعی که محتوای مخرب آنلاین مانند مطالب نژادپرستی، نفرت‌پراکنی و تهدید افراد را حذف نکنند، ۱۰درصد گردش مالی یا ۱۸میلیون پوند جریمه کند. علاوه بر آن مدیران ارشد این شرکت‌ها نیز با اقدامات قضایی روبه‌رو خواهند شد. این قانون که هنوز تصویب نشده «لایحه ایمنی آنلاین» نام دارد در جهت قدرتمندتر کردن حق آزادی بیان و حفاظت از محتوای روزنامه‌نگاران ارایه شده است.

شرکت‌هایی که از این قانون تخلف کنند با جریمه‌های سنگین روبه‌رو می‌شوند و حتی سازمان Ofcom (اداره ارتباطات انگلیس) می‌تواند دسترسی به این پلتفرم یا سایت‌ها را محدود کند.

● محافظت از اطلاعات کاربران با اعلام زمان آپدیت‌های امنیتی

البته وضع قوانین در انگلیس فقط مربوط به شرکت‌های فناوری نیست و تولیدکنندگان موبایل نیز با قوانین سختگیرانه‌تری روبه‌رو شده‌اند زیرا موبایل‌ها و دستگاه‌های هوشمند، معدن طلایی برای هکرها به شمار می‌آیند و باید شکاف‌های امنیتی آنها را پوشاند تا مورد سوءاستفاده قرار نگیرند. به همین دلیل قانونی پیشنهاد شده تا شرکت‌های تولیدکننده موبایل، زمان ارایه آپدیت‌های امنیتی مهم را به کاربران اعلام کنند.

در صورتی که این قانون تایید شود، تولیدکنندگان موبایل باید مدت زمان ارایه آپدیت‌های امنیتی را هنگام فروش به مشتریان اعلام کنند.

● نصب اپ‌های روسی به‌طور پیش‌فرض در دستگاه‌ها

در کنار اتحادیه اروپا و انگلیس، روسیه نیز با سرعت زیادی مشغول تصویب قوانینی در حوزه فناوری

کشورهای اروپایی این روزها با وضع قوانین جدید بر شرکت‌های فناوری آمریکایی و اعمال جریمه و سختگیری‌های بیشتر در تلاش برای کاهش قدرت و سلطه این شرکت‌ها هستند.

اتحادیه اروپا به سرعت برق و باد به رهبر قانون‌گذاری در صنعت فناوری تبدیل شده است. در سال‌های اخیر کشورهای اروپایی سعی کرده‌اند در حوزه‌های مختلف از جمله حفاظت از اطلاعات، اطلاعات بخش دولتی، روابط پلتفرم‌ها و کسب‌وکارها، حریم خصوصی الکترونیکی، امنیت سایبری، کپی‌رایت، قرارداد برای تأمین محتوای دیجیتال و قرارداد برای فروش آنلاین کالاها و محصولات، قانون وضع کنند. این در حالی است که این اتحادیه، قانون‌گذاری برای مقابله با چالش‌های ناشی از سلطه شرکت‌های بزرگ بر بازار را نیز در دستور کار خود دارد. به این ترتیب صنعت فناوری در سال‌های آینده شکل تازه‌ای به خود خواهد گرفت.

بنابراین تعجبی ندارد که قانون‌گذاران اروپایی الهام‌بخش همتایان خود در کشورهای دیگر از جمله برزیل و استرالیا نیز شده‌اند.

در همین راستا به برخی از جدیدترین اقدامات کشورهای اروپایی برای قانون‌گذاری و کنترل قدرت شرکت‌های فناوری اشاره می‌کنیم:

● اتحادیه اروپا به جنگ «هوش مصنوعی بد» می‌رود

یکی از مهم‌ترین قوانینی که در سال جاری میلادی وضع شده، مربوط به کاربردهای هوش مصنوعی در این اتحادیه است. این لایحه در بهار امسال ارایه شده است. بر اساس آخرین پیش‌نویس قانون هوش مصنوعی اتحادیه اروپا، استفاده از این فناوری به منظور تحریف رفتار مردم، سوءاستفاده از شکاف‌ها یا استفاده از اطلاعات تبعیض‌آمیز، جریمه‌ای تا سقف ۳۰ میلیون یورو یا ۶درصد گردش مالی شرکت را شامل می‌شود.

ارایه اطلاعات گمراه‌کننده برای مقامات نیز به وضع جریمه‌ای تا سقف ۲درصد گردش مالی جهانی شرکت منجر می‌شود. همچنین موارد کاربرد این فناوری باید به وسیله دادگاه یا یک سازمان مستقل تعیین و محدود به بازه زمانی و مکانی خاصی باشد. با توجه به پیش‌نویس قانون، می‌توان از فناوری مذکور برای جست‌وجوی کودکان گمشده یا مجرمان و در برخی موارد حملات تروریستی استفاده کرد.

● تلاش رگولاتورهای انگلیسی برای محافظت از کودکان

انگلیس پس از خارج شدن از اتحادیه اروپا سعی دارد با وضع قوانینی جدید از کاربران خود محافظت کند. یکی از مواردی که وزارت کشور انگلیس روی آن تأکید خاصی دارد، اجرا نشدن رمزگذاری سربه‌سر پیام‌ها در فیس‌بوک و سرویس‌های زیرمجموعه آن یعنی اینستاگرام و مسنجر است. واتس‌اپ نیز این فناوری را در سرویس خود ارایه کرده است.

در همین راستا انگلیس تصمیم دارد با تصویب قوانین جدید اجازه ندهد فیس‌بوک رمزگذاری سربه‌سر را در اپلیکیشن‌های زیرمجموعه خود اجرا کند زیرا این فناوری معایبی برای امنیت کودکان در فضای آنلاین دارد.

از سوی دیگر کارشناسان و قانون‌گذاران توصیه کرده‌اند «لایحه امنیت آنلاین» شرکت‌های فناوری را ملزم کند که اطلاعات درباره سوءاستفاده آنلاین از کودکان را به اشتراک بگذارند.

خبر

اواخر ۲۰۲۱ منتشر می‌شود روبل دیجیتال



بانک مرکزی روسیه اعلام کرد پلتفرم نمونه اولیه روبل دیجیتال را تا پایان سال جاری میلادی آماده می‌کند و برای برداشتن قدم‌های بعدی عکس‌العمل بازار را بررسی خواهد کرد.

بانک مرکزی روسیه تأیید کرد نمونه اولیه روبل دیجیتال که یک شکل جدید از پول ملی این کشور است را در پایان سال جاری میلادی منتشر می‌کند.

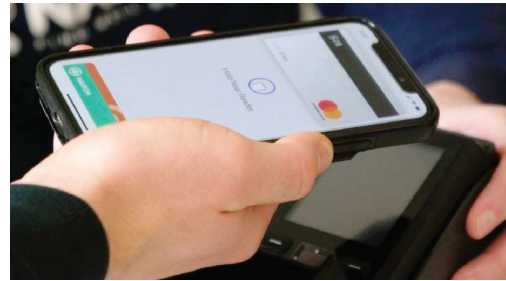
اولگا اسکورووگاتوا، معاون اول رییس بانک مرکزی روسیه، به کارگروهی که در کمیته دوما این کشور روی بازار مالی کار می‌کند، گفت: «ما به تازگی یک گزارش مشورتی به همراه مفهوم روبل دیجیتال را منتشر کرده‌ایم.»

او همچنین گفت که بانک مرکزی روسیه، پلتفرم این نمونه اولیه را تا پایان سال جاری میلادی آماده می‌کند و برای مراحل بعدی این پروژه منتظر عکس‌العمل بازار خواهد بود.

طرح ارز دیجیتال ملی روسیه در اواخر ۲۰۲۰ توسط بانک مرکزی این کشور افشا شد. انتظار می‌رود این شکل جدید از پول در کنار روبل نقدی و غیرنقدی وجود داشته باشد. برخلاف ارزهای مجازی مانند بیت‌کوین، این روبل دیجیتال کمترین مخاطرات را خواهد داشت چون توسط یک نهاد مالی دولتی منتشر شده و تحت پشتوانه پول سنتی قرار دارد.

جدیدترین نظرسنجی که توسط مرکز تحقیقات فناوری‌های مالی و اقتصاد دیجیتال منتشر شده نشان می‌دهد حدود نیمی از افرادی که در این نظرسنجی شرکت کرده‌اند موافق روبل دیجیتال و حدود ۴۰درصد مخالف آن هستند.

کیف پول دیجیتال اروپا در راه است



اتحادیه اروپا (EU) قرار است روز چهارشنبه به دنبال درخواست کشورهای عضو برای یافتن راهی امن برای دسترسی شهروندان به خدمات آنلاین دولتی، از برنامه خود برای کیف پول دیجیتال مورد قبول در سراسر این اتحادیه رونمایی کند.

روزنامه فایننشال تایمز در گزارشی اعلام کرد که اتحادیه اروپا (EU) قرار است روز چهارشنبه به دنبال درخواست کشورهای عضو برای یافتن راهی امن برای دسترسی شهروندان به خدمات آنلاین دولتی، از برنامه خود برای کیف پول دیجیتال مورد قبول در سراسر این اتحادیه رونمایی کند. بر اساس گزارش فایننشال تایمز، این برنامه به شهروندان در سراسر اتحادیه اروپا امکان می‌دهد تا به راحتی با یک شناسه آنلاین به طیف وسیعی از خدمات خصوصی و عمومی دسترسی پیدا کنند.

این روزنامه به نقل از منابع آگاه، گفت: کیف پول دیجیتال به‌طور ایمن جزئیات پرداخت و رمزهای عبور را ذخیره می‌کند و به شهروندان ۲۷کشور (عضو اتحادیه اروپا) اجازه می‌دهد تا به وب‌سایت‌های دولت محلی وارد شوند یا با استفاده از یک هویت شناخته شده، قبض‌های آب و برق را پرداخت کنند.

به گفته فایننشال تایمز، می‌توان از طریق اثر انگشت یا اسکن شبکه‌ای از طریق سایر روش‌ها به این برنامه در سطح اتحادیه اروپا دسترسی پیدا کرد. کاربران با کمک این برنامه همچنین می‌توانند اسناد رسمی مانند گواهی‌نامه‌راندگی‌شان را ذخیره کنند.

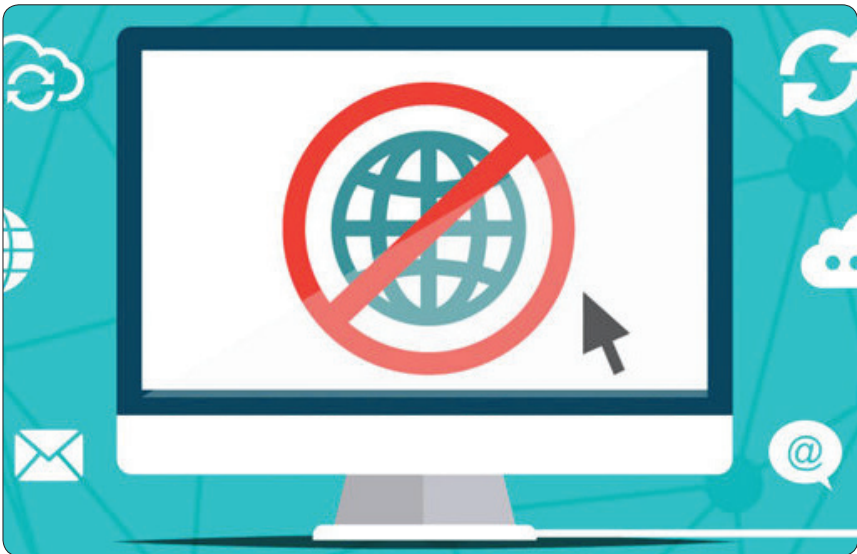
مقامات اتحادیه اروپا برای جلوگیری از سوءاستفاده شرکت‌هایی که به داده‌های کاربر دسترسی دارند و از کیف پول برای سایر فعالیت‌های تجاری مانند بازاریابی محصولات جدید، استفاده می‌کنند، یک ساختار جداکننده برای این برنامه تعریف کرده‌اند.

بر اساس گزارش این روزنامه، بروکسل در حال مذاکره با کشورهای عضو برای ارایه رهنمودهایی در مورد استانداردهای فنی برای راه‌اندازی کیف پول دیجیتال است که انتظار می‌رود حدود یک سال دیگر به‌طور کامل عملیاتی شود.



چالش‌های دولت آینده در فضای مجازی

اظهارات نامزدها در خصوص فیلترینگ



رادر اختیار دارند که ۳۰ سال قبل نبود؛ برای اینکه هم خود را اثبات کنند و هم مسایل خلاف فرهنگ و ارزش‌های خود را سلب کنند.»

او تاکید کرده که «دولت باید برای فضای مجازی برنامه داشته باشد نه اینکه همین‌طور رها باشد، ولی متأسفانه گاهی تا می‌گوییم نباید فضای مجازی رها باشد، برخی‌ها فکر می‌کنند بگیرد و ببندد و این حرف‌ها. برعکس دولت باید در راستای استفاده حداکثری از فرصت‌هایش، برنامه داشته باشد.»

ابراهیم ریسی دیگر کاندیدای انتخابات ریاست‌جمهوری با تاکید بر اینکه در فضای مجازی حضور دارم، گفته است: «بسیاری از مسایل از این طریق به من منتقل می‌شود، فضای مجازی ابزار نظارت ملت بر دولت و دولتمردان است.»

او با بیان اینکه تمام مردم حق استفاده از اینترنت و فضای مجازی را دارند اما به دلیل اینکه زیرساخت‌ها با مشکلات زیادی روبه‌رو است این امکان در حال حاضر برای همه مردم وجود ندارد، می‌گوید: «من از بچه‌ها می‌پرسم، وقتی دارید در اینترنت بازی می‌کنید به علت مشکلات اینترنت، چند بار حال شما گرفته می‌شود؟ فضای مجازی باید برای همه مردم در دسترس باشد.» ریسی با وعده اینکه استفاده از اینترنت باید برای دهک‌های پایین جامعه رایگان شود، تاکید می‌کند: «اینترنت رایگان حق مردم است و دولت مردمی برای درآمدزایی مردم از اینترنت برنامه‌های روشنی دارد. فضای مجازی و اینترنت امروز تمام لایه‌های زندگی ما را تحت تأثیر قرار داده و تبدیل به یک حق مردم شده است.»

او همچنین با طرح این سوال که چرا نباید بگذاریم مردم در این فضای مجازی اشتغال داشته باشند، می‌گوید: «فضای مجازی در دولت مردمی ما حتماً به شفافیت بیشتر در تمام امور و کارها در راستای کمک به مردم کمک خواهد کرد.»

علیرضا زاکانی دیگر نامزد این دوره انتخابات ریاست‌جمهوری نیز گفته است: «فضای مجازی فرصتی بی‌نظیر است و امروز فضای مجازی به خاطر بی‌میلای ما به تخلیه‌گاه جوانان تبدیل شده زیرا ارزش این فضا را نمی‌دانیم و فرصت‌هایش را در نمی‌یابیم، بنابراین فقط در معرض تهدیدات آن قرار می‌گیریم، از این رو به دنبال این هستیم که با توسعه جدی موضوع، در جهت منافع ملی، به مصالح انقلاب کمک کنیم. ارتقای حکمرانی فضای مجازی یکی از برنامه‌های من است.» محسن رضایی نیز گفته است که «فضای مجازی را با مدیریت در دسترس همه قرار می‌دهم.»

عبدالنصر همتی نیز تنها خواستار رفع فیلتر تویتر شده است.

نامزدهای انتخابات ریاست‌جمهوری در دومین مناظره انتخاباتی نیز که حول محور فرهنگی و اجتماعی بود، در خصوص فضای مجازی صحبت خاصی نکردند و تنها اشاره کوتاهی از سوی برخی نامزدها در خصوص فیلترینگ مطرح شد.

در این جلسه سوالي در خصوص برنامه دولت آینده درباره شبکه ملی اطلاعات از محسن مهرعلیزاده پرسیده شد، اما او پاسخ شفافی به این سوال نداد و بار دیگر بر نامه خود را در این حوزه محدود به حوزه فیلترینگ کرد.

فرا تر برد و با تقویت توان تنظیم‌گری، رصد و نظارت فضای مجازی به اقدامات و کنش‌های استراتژیک مبادرت ورزید. به علاوه بسیاری از مصوبات شورای عالی فضای مجازی و ابلاغیه‌های مرکز ملی فضای مجازی به علت فقدان ضمانت اجرا، معطل می‌مانند؛ مصوبات مربوط به فعالیت پیام‌رسان‌های خارجی و یا شبکه ملی اطلاعات از این جمله است. بدیهی است که سهم دولت در تحقق و یا عدم تحقق این هدف در قیاس با سایر قوای بدیل است. بنابراین دولت باید گام‌هایی جدی در مسیر تقسیم کار ملی و نظارت دقیق بر این تقسیم کار بردارد.»

کلانتری یکی از اقدامات مهم و موثر دولت آینده را تنظیم‌گری پلتفرم‌های خارجی و مسئولیت‌پذیر و شناسنامه‌دار و متعهد کردن آنها در کشور عنوان کرد و گفت: «یکی از مسایل مهمی که باید در بحث حکمرانی فضای مجازی حل شود، یافتن نقطه بهینه و تعادل میان مفاهیم آزادی و استقلال و مناسبات ملی و بین‌المللی است زیرا تاکید مفرط و آنارشیستی بر آزادی، استقلال کشور را به خطر می‌اندازد و ما را دچار هاشدگی می‌کند که امروزه در برخی حوزه‌های فضای مجازی با آن درگیر هستیم. از سوی دیگر تاکید مفرط و سنتی بر استقلال، کشور را از موابب زیادی که از خلال تعاملات متکثر این فضا عاید می‌شود، محروم می‌کند. به همین نحو دولت آینده باید تعادل و ترکیب بهینه‌ای میان رویکردهای ملی و بین‌المللی در فضای مجازی برقرار کند.»

● **کلید واژه‌های پر تکرار نامزدهای ریاست‌جمهوری در حوزه فضای مجازی**
چالش‌های پیش روی دولت آینده در حالی از سوی فعالان فضای مجازی مطرح شده که در هفته‌های اخیر اظهارات نامزدهای ریاست‌جمهوری انتخابات سیزدهم بیشتر معطوف به حضور در شبکه‌های اجتماعی و لزوم دسترسی آحاد مردم به این شبکه‌ها است.

سعید جلیلی با تاکید بر اینکه فیلترینگ تویتر توجیه ندارد، این‌طور گفته که «برخی محدودیت‌ها در فضای مجازی وجود دارد که خود من توجیه زیادی برای آن ندارم. مثلاً اینستاگرام باز است اما تویتر فیلتر است. این‌ها کار ویژه‌شان یکی است و باید از آن فرصت هم استفاده کرد. فضای مجازی یک فرصت است و جوانان امروز ما فرصتی

دشمن مواجه هستیم و باید داشتن استقلال در فضای مجازی، موضوعیت پیدا کند. در همین حال موضوع مدیریت بر تنظیم‌گری بین‌المللی فضای مجازی از دیگر انتظارات است زیرا ما معتقدیم نباید فقط آمریکا بر این فضا مدیریت کند.»

این استاد دانشگاه با تاکید بر اینکه ما باید در کشور شورای امنیت فضای مجازی داشته باشیم تا در معاهدات در شرف انجام بین‌المللی در این فضا، ایفای نقش کنیم، ادامه داد: «رییس‌جمهور آینده باید سیاست‌گذاری پیش‌دستانه‌ای در قبال فناوری‌های نوظهور مانند هوش مصنوعی، 5G، اینترنت اشیا و اینترنت ماهواره‌ای داشته باشد تا این فناوری‌ها به صورت قانونمند و تحت مدیریت حاکمیت، در کشور توسعه یابند.»

● **ارتقا فهم و اجماع نظر دولت آینده برای تحقق ایران هوشمند**

از سوی دیگر عبدالحسین کلانتری رییس پژوهشگاه فضای مجازی نیز بر لزوم تحقق ایران دیجیتال توسط دولت آینده اشاره کرده و گفته است: «با گذشت نزدیک به یک دهه از توجه عمیق و دقیق و دوران ساز و بهری به فضای مجازی و تمهید نهادهای ایشان و تأسیس شورای عالی فضای مجازی، هنوز فهم روشن و اجماع نظری مناسبی، حتی در میان مسوولان کشور از فضای مجازی و ابعاد و مولفه‌های آن وجود ندارد. به همین علت است که کل فضای مجازی عموماً به شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها تقلیل داده می‌شود. اما قسمت عظیم این کوه یخی که یک اکوسیستم و نظم اجتماعی اقتصادی جدیدی را صورت‌بندی می‌کند و هویت و استقلال و حاکمیت ملی را به چالش می‌کشد، در حاشیه قرار می‌گیرد و یا ز دستور کار خارج می‌شود. لذا ارتقا فهم و اجماع نظری و اتخاذ رویکردی تمدنی، همان‌طور که رهبری هم بارها متذکر شدند برای دولت آینده بسیار مهم است تا بتواند ایران دیجیتال و هوشمند را بسازد.»

او ادامه داد: «باید موضوعات مرتبط با این فضا (نظیر شبکه ملی اطلاعات، پیام‌رسان‌ها و غیره) را در سطح ملی و معطوف به آینده کشور مدیریت کرد و آن را از سطح کشمکش‌های سیاسی داخلی و یا از حد یک وزارتخانه

وزیر اسبق ارتباطات معتقد است که «جای چارچوب‌گذاری و ارزش‌گذاری محتوای فاخر امروز در فضای مجازی کشور خالی است. ما معتقدیم که قوانین محدودکننده چاره کار نیست بلکه باید آموزش و راهکار دهیم تا در جهت تعالی و کمال از آن بهره‌مند شویم.»

● **دولت جدید با ادبیات حکمرانی فضای مجازی آشنا باشد**
از سوی دیگر حسین زبینه پژوهشگر فضای مجازی نیز با بیان اینکه دولت جدید باید با ادبیات حکمرانی فضای مجازی آشنا باشد، می‌گوید که «دولت آینده باید عقب‌ماندگی فضای مجازی را جبران کند.»

این دانشجوی دکترای حکمرانی فضای مجازی با بیان اینکه در این دهه با توسعه پلتفرم و فناوری‌ها، نظام و مناسبات جهانی در فضای مجازی در حال سامان یافتن و شکل گرفتن است، افزود: «فناوری‌های جدید و توسعه فضای مجازی بستر مناسبی را در اختیار مسوولان کشور می‌گذارد تا امکان فرصت‌آفرینی، استفاده حداکثری و بهره‌برداری هر چه بهتر از این امکانات را در جهت تحقق اهداف و آرمان‌های انقلاب

اسلامی و رفاه هر چه بیشتر مردم مهیا کنند. از این رو هر چه از این روند عقب بقیتم، فرصت‌هایی را از دست خواهیم داد و این فرصت‌سوزی‌ها شاید قابل جبران نباشد.»

او ادامه داد: «حال با توجه به نقاط ضعفی که در این یک دهه در مواجهه فعال و خرمدندانۀ فضای مجازی در عرصه داخلی و بین‌المللی شاهد آن بودیم لازم است که دولت بعدی با یک عزم راسخ وارد شود و جبران مافات و عقب‌ماندگی‌ها در حوزه فضای مجازی کند و تا جایی که ممکن است فرصت‌های از دست رفته را احیا و از فرصت‌های جدید استفاده کند.»

به گفته زبینه، «دولت جدید باید قواعد جدیدی در این حوزه بنانهد و ایجاد مناسبات جهانی جدید و نظم‌آفرینی جدیدی در نظام حکمرانی بین‌المللی فضای مجازی مورد انتظار است. چنین فردی باید مناسبات جهانی را به خوبی بشناسد و نظام حکمرانی بین‌الملل و آرایش دفاعی که بقیه کشورها در برابر سلطه گرفتند را به خوبی ببیند و بشناسد و دچار سهل‌اندیشی‌ها و جوسازی‌های رسانه‌ای نشود.»

این پژوهشگر تاکید می‌کند: «رقابت آینده در فضای مجازی، رقابت حکمرانی‌ها است و اگر جمهوری اسلامی و وزارت ارتباطات به عنوان متصدی فضای مجازی، با یک رویکرد صرفاً فنی به مواجهه با فضای سایبری بپردازند دیر یا زود در برابر طراحی‌هایی که بیگانگان در عرصه حکمرانی دارند، قافیه را خواهند باخت و به تبع آن بهره‌مندی از فرصت‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی از فضای مجازی را از دست خواهند داد.»

● **لزوم سیاست‌گذاری پیش‌دستانه در قبال فناوری‌های نوظهور**

رسول جلیلی، عضو حقیقی شورای عالی فضای مجازی نیز می‌گوید: «کمترین انتظار این است که رییس دولت آینده حداقل دغدغه جمهوری اسلامی و انقلاب و دغدغه اقتدار در فضای مجازی را داشته باشد.»

او بر لزوم داشتن حکمرانی روابط بین‌الملل و ساماندۀ قدرت سایبری تاکید کرده و می‌گوید: «رییس‌جمهور آینده باید قبول کند که در عرصه فضای مجازی نیز ما با

تحقق «حکمرانی نوین در فضای مجازی» چشم‌انداز مورد انتظار از دولت آینده است که با حفظ اقتدار و استقلال ملی در عرصه فضای مجازی قابل دستیابی خواهد بود.

معصومه بخشی‌پور: با نزدیک شدن به سیزدهمین انتخابات ریاست‌جمهوری و اعلام برنامه‌های نامزدهای این دوره از انتخابات، چشم‌انداز فضای مجازی کشور در دولت آینده نیز به زودی ترسیم می‌شود.

از این رو لزوم حفظ اقتدار و تحقق حاکمیت ملی در عرصه فضای مجازی از جمله انتظاراتی است که کارشناسان و فعالان فضای مجازی از دولت آینده دارند. به این معنی که رییس‌جمهور آینده باید طرحی در حوزه فضای مجازی داشته باشد که نه تنها ظرفیت‌های فنی و اجتماعی این فضا را در برگیرد بلکه بتواند نوع مناسبات جامعه را متناسب با مدل حکمرانی فضای مجازی تغییر دهد و به بیان دیگر طرحی از «حکمرانی نوین در فضای مجازی» آرایه دهد.

● **دولت آینده نیازمند برنامه جامع و مدون فضای مجازی**

آنچه مسلم است اینکه فضای مجازی تنها به میزان دسترسی کاربران به شبکه اینترنت و فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی معطوف نمی‌شود و دولت آینده نیاز دارد که با برنامه‌ای جامع و مدون، تمرکز خود را روی مواردی مانند شبکه ملی اطلاعات، دولت الکترونیکی، حاکمیت سایبری و مدیریت پلتفرم‌ها برای خدمات‌رسانی بهتر به مردم بگذارد.

در کنار این نیازمندی‌ها برای تحقق شعار تحول دیجیتال در کشور، برنامه‌ای جامع و مدون نیاز است که دولت آینده باید برای آن متناسب با توسعه اقتصاد دانش‌بنیان و اقتصاد دیجیتال و بهره‌گیری از توانمندی‌های داخلی، برنامه‌ای دقیق آرایه دهد. به بیان کلی، لزوم دقت بر تأثیرات فضای مجازی در ساختار اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی کشور مساله‌ای اجتناب‌ناپذیر است که نامزدهای این دوره از انتخابات در دولت آینده باید آن را مدنظر قرار دهند.

با این وجود سوال این است که مسایل فضای مجازی در دولت آینده چگونه باید مدیریت شود و دولت چگونه باید ابعاد مختلف فضای مجازی را ترسیم کند.

رضا تقی‌پور نماینده مجلس شورای اسلامی، بحث اصلی کشور را دوگانه‌سازی‌های کاذب در مورد فیلترینگ نمی‌داند و می‌گوید: «امروز جنگ نرم با استفاده از قدرت سایبری نسبت به گذشته ممکن‌تر شده است. در کشور ما امروز به رغم تلاش‌های صورت گرفته، فضای مجازی در اختیار پلتفرم‌های بیگانه است و بیش از ۸۰ درصد پهنای باند کشور به صورت فعال توسط پلتفرم‌ها و سکوهای مانند اینستاگرام، تویتر، تلگرام و واتساپ مورد استفاده قرار می‌گیرد.»

عضو حقیقی شورای عالی فضای مجازی در خصوص اینکه آیا در مدیریت فضای مجازی تاکنون موفق بوده‌ایم، گفت: «چون اقدامی صورت نگرفته طبیعتاً موفق هم نبودیم. قطعاً منظور و هدف، خارج کردن سکوهای خارجی از صحنه فضای مجازی کشور نیست بلکه از بین بردن انحصار و تسلط آنها بر این فضا است. مشکل امروز ما این است که در چارچوب‌گذاری و تنظیم مقررات در فضای مجازی بسیار کند و ناقص عمل کرده‌ایم.»

ورود به زنجیره عرضه، راه حل معضلات اعتباردهی خرد در کشور

وام به بانکی که عملاً خودش در حوزه بیمه هم کار می‌کند، باید به همان مبلغ وام بیمه شود. حدود ۱ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان پول بیمه شد! بعد بیمه بانک را از طریق بیمه‌تو چک کردم. بالاترین سطح بیمه، ۶۰۰ هزار تومان بود! به شعبه این موضوع را گفتم. بعد چون ارتباط با نهادهای بالاسری داشتیم، منتقل کردم. لطف کردند در یک ساعت به ۶۰۰ هزار تومان برگرداندند!! سپس گفتند خود وثیقه‌ای که گذاشته‌اید، باید بیمه آتش‌سوزی کنید و اگر بیمه هم داشته باشید، قبول نیست باید بیمه ما را انجام دهید! یعنی فشارهایی ایجاد می‌کنند که فکر می‌کنم عملاً نرخ تمام‌شده وام به ۲۲ یا ۲۳ درصد رسید. در نهایت بحث اعتبارسنجی خنده‌دار است. بانکی که ۱۵ سال در آن گردش حساب بانکی دارم و عملاً با آنجا کار می‌کنم و میزان ورودی و خروجی آن مشخص بود، برای یک وام ۱۰۰ میلیونی ۱۸ درصد که همه افراد عادی می‌توانند بگیرند، این قدر رفت و برگشت داشتیم. اگر بانک‌ها را کنار بگذاریم، همراه‌اول، قبلا زمانی که مشتریان به سقف اعتبار می‌رسیدند، ارتباط را یک‌طرفه قطع می‌کرد اما...

برای مشاهده ادامه مطلب به سایت رجوع کنید

مفید باشد و این چرخه به اشتراک‌گذاری داده‌های بخش خصوصی، به صورتی که باید، شروع نشده است. اگر ما پیشگامانی در این حوزه داشته باشیم، می‌تواند خصوصاً برای آن حوزه‌ها کمک‌کننده و کارآمد باشد. مثلاً eBay وقتی دیتاهای خود را باز کرد، هم اعتبارسنجی برای تأمین‌کنندگان این شرکت خیلی سریع‌تر و کامل‌تر رخ داد و هم موجب شد حجم وام‌هایی که به این کسب‌وکارها داده می‌شود، بزرگ شود و عملاً بتواند حجم بازار eBay را گسترش دهد. ما در داخل کشور هم دیتاهای زیادی داریم که پلتفرم‌های بخش خصوصی دارند؛ خصوصاً مورد سرویس‌دهندگان در خدمات بازار. این بخش داده‌ها، اگر باز شود می‌تواند کمک‌کننده و نهایتاً به باز شدن بازار خود آن market place‌ها نیز منجر شود.

● **اصلاً وقتی اسم وام می‌آید، بنده به خاطر فرایند آن در نظام بانکی به شدت ناراحت می‌شوم**
واز هر چه وام با شرایط موجود است، متنفر می‌شوم! درباره اینکه نرخ وام، ۱۸ درصد است و بانک‌ها نباید بالاتر بگیرند در همین وام ۱۰۰ میلیونی خرید کالا که گرفتم جالب است. مثلاً بانک محترم بابت کالایی که می‌دانست نخریدم و فاکتور صوری به بانک دادم، به اجبار گفت اصل

● **در صحبت‌های مهمانان میزگرد، اعتبارسنجی درست مشتری‌بان نظام بانکی مطرح شد که یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های آرایه وام‌های خرد با وثایق کمتر و سبک‌تر است. از دیدگاه شما، آیا این مشکل، قابل حل است و اگر پاسخ مثبت است، شیوه مدنظر شما چیست؟**

محمدی: بحث اعتبارسنجی با توجه به سنگنت‌هایی که هدف‌گذاری می‌شود، نیازمندی‌های مختلفی را دارد و عملاتی‌هایی که می‌افتد این است که تا زمانی که دیتاهای موردنظر به صورت API در اختیار پلتفرم‌های فین‌تکی قرار نگیرد، نمی‌تواند کار کرد اصلی خود را که هوشمندسازی تصمیم‌ها بر اساس این داده‌هاست، ایفا کند. هرچقدر ما در این زمینه، دیتاهای ارزشمندتری داشته باشیم، حجم دیتا بیشتر باشد و نوع دیتا گسترده‌تر باشد، می‌توان حوزه‌های بیشتری را در نظر گرفت. این نیاز برای کاربران خرد، سازمانی و صنعتی کاملاً متفاوت است. این حرکت، شروع شده و به سوی جلو، پیش می‌رود اما کند است و فقط بخشی از نیازها را پوشش می‌دهد. یکی از مباحث مهم این است که دیتاهای باز و اعتبارسنجی را فقط از جاهای نظیر بانک‌ها و شبکه بانکی نباید انتظار داشته باشیم. دیتاهایی که در شبکه بخش خصوصی ردوبدل می‌شود، می‌تواند

بگیرید که لزوماً کارمزد نیست و ممکن است شرایط تسویه باشد. اگر شرایط تسویه را نتوانیم فراهم کنیم عملاً به چالش می‌خوریم و به معما تبدیل می‌شود. پس باید به زنجیره عرضه وارد شد و زمان‌ها را مدیریت کرده و از طریق بازی با پول و کاهش نرخ، مشکل را مرتفع کرد. دیجی‌پی و لندو در این زمینه ورود کردند. لندو، تیمچه را راه‌اندازی می‌کند؛ یعنی متوجه شده باید به آن زنجیره، ورود کند یا وقتی دیجی کالا، دیجی‌پی را راه‌اندازی می‌کند، یعنی مساله را درک کرده است. مساله ما، چرخه‌ای است که باید کامل شود. یکی از سازوکارها، همین است. اینجا، جایی است که باید تعامل درست با شبکه بانکی و رگولاتور اتفاق بیفتد. جذب سپرده هم به دلایل رگولاتوری و هم به دلایل فرهنگی، کار بانک است. امیدوار بودم آقای محمدی و سایر دوستان بتوانند در حوزه کرا اقداماتی انجام دهند که سازوکارهای جذابی برای جذب سپرده ایجاد کنند اما سخت، می‌توان به آن سمت رفت. اگر جذب سپرده در شبکه بانکی است، پس پول و منابع در بانک است بنابراین باید این چرخه را نیز در حوزه اعتبار، ایجاد و ارتباط با زنجیره‌ها و چرخه‌های اقتصادی و کسب‌وکاری برقرار کرد تا مردم، منتفع شوند. امیدوارم این اتفاق، حداقل در ۱۴۰۰ بیفتد.

ادامه از صفحه ۵

بتوانند مفهوم اعتبار بحث یکپارچگی داده هم مهم است و در صحبت قبلی عرض کردم ما مدت‌ها کدملی نداشتیم که مساله جدی بود. بحث اعتبارسنجی و زیرساخت‌های آن موضوع مهمی است. آنچه می‌خواهم روی آن تمرکز کنم که آقای اینالویی هم به آن اشاره کرده‌اند، قیمت تمام‌شده پول است. ما باید ببینیم ریسمانرخ قیمت تمام‌شده پول در ایران اعلام نمی‌شود و نرخ بالایی دارد و ملاحظات هم در حوزه کلان اقتصاد وجود دارد که در تخصص بنده نیست و آن را می‌شنوم مانند اینکه نرخ تسهیلات باید یک عددی باشد. راهکارش این است که بانک‌ها وارد زنجیره عرضه شوند و بتوانند هزینه‌های این حوزه را کاهش دهند. آقای امینی به محل مصرف اشاره کردند، بنده می‌گویم چیزی بیش از محل مصرف. باید در زنجیره عرضه وارد شویم تا بتوانیم هزینه‌ها را مدیریت و منفعت‌ها و تسهیلاتی ایجاد کرده که چرخه مالی را از یک گام عقب‌تر آغاز کنیم و این، بسیار منطقی است. رگولاتور می‌گوید بیش از ۱۸ درصد نمی‌توان تسهیلات داد و ۱۰ درصد هم کارمزدمی‌گذارد. با این حال، قیمت تمام‌شده پول، بالاتر از ۱۸ درصد و ۲۰ درصد است. بنابراین راهکار این است که اگر بخواهید وام بدهید و ندانید کجا مصرف می‌شود، باید از مصرف‌کننده، چیزی



فناوری سلامت همراه چگونه به کنترل دیابت کمک می کند؟



سعید میرشاهی

بیماران دیابتی مدنظر در کیپ تاون غربی آفریقای جنوبی به عنوان مطالعه موردی صورت گرفته است.

● مطالعه موردی: آفریقای جنوبی

در این بررسی، تلاش شده عواملی که در انتخاب افراد هنگام استفاده از فناوری برای مدیریت دیابت تاثیر گذار است، شناسایی شوند. درصد بسیار بالایی از شرکت کنندگان در نظر سنجی، برای استفاده از فناوری به منظور کمک به فعالیت های مراقبت از خود در زمینه دیابت مانند تغذیه سالم، فعال بودن، نظارت، مصرف دارو، حل مساله، کنار آمدن سالم و کاهش خطرات، تمایل زیادی داشتند اما وقتی نوبت به استفاده واقعی رسید، جذب بسیار کمی وجود داشت. دیابت در سطح جهانی، به سرعت افزایش یافته، اما این میزان در کشورهای کم درآمد و با درآمد متوسط، با سرعت بیشتری نسبت به کشورهای پردرآمد در حال افزایش است. آفریقای جنوبی نیز از این قاعده مستثنا نیست. شیوع دیابت در این کشور، در بزرگسالان، ۱۲٫۸ درصد است که در مقایسه با کشور همسایه یعنی زیمبابوه به میزان فقط ۱٫۲ درصد، بسیار زیاد است. کنترل دیابت در بین اقلیت های نژادی و قومی، به ویژه آنهایی که از نظر اقتصادی اجتماعی، شرایط ضعیفتری دارند، نیز کمتر است. جمعیت شناسی کیپ تاون غربی، بیانگر اوضاع اقتصادی اجتماعی یک جامعه است. به علاوه، بخش هایی از جمعیت کیپ تاون غربی، دسترسی تکنولوژیکی محدودی را همراه با نابرابری های آموزشی و درآمد تجربه می کنند.

● میزان استفاده از فناوری در کنترل دیابت

برای بررسی وضعیت موجود، ۴۹۷ پاسخگو از جوامع کم منبع در اطراف کیپ تاون انتخاب شدند. بیشتر آنها زنان بالای ۵۰ سال مبتلا به دیابت نوع ۲ بودند. تحصیلات یک سوم پاسخگویان، کلاس ۱۲ به عنوان بالاترین سطح تحصیلات بود و کمتر از یک پنجم افراد، تحصیلات دوره دبیرستان داشتند. بیشتر آنها یعنی ۴۳٫۴ درصد به زبان انگلیسی، ۲۷٫۷ درصد به زبان خوسای (Xhosa) که زبان رسمی آفریقای جنوبی است و ۲۳٫۱ درصد نیز به زبان آفریقای صحبت می کردند. این عوامل از آنجا مهم است که آفریقای جنوبی دارای جمعیت های متنوع با نابرابری های قابل توجه

بیماری های غیر واگیردار علت اصلی مرگ و میر در سطح جهانی محسوب می شوند. برای اکثر آنها، مانند دیابت، هیچ درمانی وجود ندارد. در مقابل، این بیماری ها از طریق درمان پزشکی مادام العمر، پشتیبانی از متخصصان مراقبت های بهداشتی و اعضای خانواده کنترل می شوند. درمان کمتر از حد مطلوب دیابت، می تواند منجر به عوارض شدید مانند قطع عضو، نابینایی و بیماری کلیوی شود. به همین دلیل آموزش و پشتیبانی مداوم از خود، مدیریت بیمار برای جلوگیری از عوارض حاد و کاهش خطر مرگ، حیاتی است. این مهم، در طی شیوع همه گیری کووید ۱۹، اهمیت بیشتری پیدا می کند. بیماری ها به خصوص در کشورهای کم درآمد تحت تاثیر منفی قرار گرفته اند. بیماران دیابتی در همه گیری کرونا، در معرض خطر بیشتر هستند.

● سلامت همراه

مجمع جهانی بهداشت، پتانسیل فناوری اطلاعات و ارتباطات را برای پشتیبانی از سیستم های مراقبت های بهداشتی، مهم می داند. فناوری اطلاعات و ارتباطات می تواند با بهبود مقرون به صرفه بودن، دسترسی و کیفیت خدمات بهداشتی در جهان از پیشگیری بیماری و ارتقای سلامت حمایت کند. فناوری اطلاعات و ارتباطات مورد استفاده در بهداشت، اغلب با عنوان سلامت الکترونیکی شناخته می شود. سلامت همراه (mhealth) به برنامه های بهداشتی الکترونیکی ارایه شده در تلفن همراه اطلاق می شود.

مداخلات با استفاده از mhealth نویدبخش است زیرا می تواند مراقبت از بیماران مبتلا به بیماری های مزمن را بهبود بخشد. یک مطالعه قبلی در سنگال نشان می دهد مداخلات ساده انجام شده از طریق برنامه های تلفن همراه می تواند به کاهش عوامل خطر دیابت مانند رژیم غذایی ناسالم و عدم تحرک بدنی کمک کند. در این خصوص، نباید خود را گمراه کرد و مسایل باید با کمک کارشناسان درک شود. بیماران نمی توانند از نوآوری هایی مانند برنامه های موجود در تلفن های همراه بهره مند شوند، مگر اینکه آنها را بپذیرند و به طور موثر تر از آنها استفاده کنند. در اینجا، اندازه گیری استفاده از فناوری برای

استفاده کنند؟ در این زمینه، کاهش هزینه ها، سهولت استفاده و درک برنامه ها، از مهم ترین عوامل مطرح شده هستند.

● تلفن همراه و مدیریت دیابت در سایر کشورها

برنامه های کاربردی تلفن همراه در مدیریت دیابت، در سایر کشورهای کم درآمد و متوسط، موثر هستند اما هزینه داده های آفریقای جنوبی از سایر کشورها بیشتر است. همچنین موفقیت سنگال را می توان ناشی از مشارکت دولت در اجرای برنامه تلفن همراه دانست. آفریقای جنوبی به مداخله مشابهی مانند Mom Connect نیاز دارد که به بازده زبان موجود است. این سرویس برای همه کاربران، رایگان بوده و از نوع دستگاه تلفن همراه، مستقل است. روش دیگر، استفاده از واتس اپ است. واتس اپ همان طور که برای کووید ۱۹، استفاده می شود، برای حمایت از تعداد روزافزون بیماران دیابتی نیز قابل استفاده است.

این بررسی، نشان می دهد هرچند فناوری می تواند به افراد در کنترل دیابت کمک کند اما مطالعه موردی، حاکی از آن است که از فناوری به خوبی استفاده نشده است.

قصد رفتاری مثبت ممکن است منجر به استفاده بیماران از ICT برای دیابت شود. در این مطالعه پژوهشی، همچنین از پاسخ دهندگان درباره استفاده آنها از فناوری اطلاعات و ارتباطات مانند برنامه های موبایل، پمپ های انسولین (دستگاه هایی که انسولین را طی ۲۴ ساعت شبانه روز برای تامین نیازهای بدن فراهم می کنند) و نظارت مستمر بر قند از طریق دستگاهی که هر چند دقیقه قند خون را برای بیماران فراهم می کند، پرسیده شد. یافته های حاصل شده شگفت آور بود. بیشتر پاسخگویان چهار گزینه را علامت زده اند. این امر، می تواند قصد رفتاری مثبت را نشان دهد که البته به استفاده واقعی تبدیل نشده است. از پاسخ دهندگان سوال شد آیا آنها از فناوری ها برای کمک به خودشان در کنترل دیابت استفاده می کنند یا خیر. ۶۸ درصد پاسخگویان گفته اند این کار را

انجام نمی دهند. در همین خصوص، تعدادی از عوامل موثر در جذب محدود فناوری از جمله دسترسی محدود به اینترنت و دشواری استفاده از فناوری شناسایی شده است. سن و تحصیلات نیز در این زمینه تاثیر گذار بوده است. همچنین از پاسخگویان سوال شد چه عواملی باعث می شود بیشتر از ICT

آموزشی، فناوری و درآمد است که ممکن است بر استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای دیابت تاثیر بگذارد. علاوه بر این، آفریقای جنوبی دارای بازده زبان رسمی است که این امر، بر توانایی استفاده از برنامه های mhealth که بیشتر به زبان انگلیسی هستند، تاثیر می گذارد. یکی از سوالات تحقیق این بود که آیا بیماران احتمالاً از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای کنترل دیابت استفاده می کنند یا خیر؟ مدل مورد استفاده، چهار فاکتور را مورد بررسی قرار داده است:

– آیا پاسخگویان معتقدند استفاده از این سیستم موثر است؟ (آیا بیمار فکر می کند با این کار سلامتی شان بهتر می شود؟)
– آیا استفاده شخصی از تکنولوژی برای پاسخگو، آسان است؟
– آیا پاسخگو احساس می کند دیگران هم فکر می کنند باید از فناوری استفاده کنند؟

– آیا پاسخگو فکر می کند سیستم از طریق روش هایی مانند دسترسی به اینترنت و میز راهنما برای ارایه پشتیبانی و در زمینه مشکلات فنی حمایت می شود؟

دستیابی به نتایج حاصل از این چهار متغیر، احتمال انجام رفتار های مورد نظر توسط افراد را افزایش می دهد. یک

زیبایی بهار، بسته به نگاه توست!

۳۰ جایزه ۵۰ میلیون تومانی، با خرید بسته های ایرانسل

در بهار ۱۴۰۰ با خرید بسته های مکالمه و اینترنت ایرانسل در قرعه کشی ماهانه ۱۰ جایزه ۵۰ میلیون تومانی شرکت کنید.

• با خرید بسته های مکالمه و اینترنت به مبلغ بیشتر از ۲ هزار تومان، یک امتیاز و با همین مقدار خرید از اپلیکیشن ایرانسل من، دو امتیاز دریافت کنید.

دریافت ایرانسل من:

Irancell.ir/myirancell

ایرانسل؛ اولین و بزرگترین اپراتور دیجیتال ایران

www.irancell.ir

با ما در ارتباط باشید: ۷۰۰۰

دارای مجوز سراسری از سازمان تنظیم مقررات

ایرانسل

MTN

5G

cloud

IoT

رسپینا

ارتباط ارزشها

سهم اختصاصی سازمانتان را از رسپینا بخواهید

رسپینا، بزرگترین ارائه دهنده پهنای باند اختصاصی در کشور

www.respina.net

۰۲۱-۹۱۰ ۷۰۰۰۰

دارای پروانه FCP به شماره ۱۸-۹۴-۱۰۰

از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی