عصر ارتباط

شنبه ۶ شهریور ۱۴۰۰ ■ سال هجدهم ■ شماره ۹۹۳ ■ ۸صفحه ■ ۳۰۰۰ تومان

WWW.ASREERTEBAT.COM Sat. 28 August 2021 ■ Vol.18 ■ No.993

در میزگرد آنلاین با حضور مدیران هلدینگ فناوری بانکی مطرح شد

استراتژی بانک، سیاست اجرایی و تعهد مدیران ارشد اضلاع موفقیت هلدینگ‌های فناوری

۴

طبق اعلام سازمان نظام صنفی رایانه‌ای؛

الکامپ ۱۴۰۰ شهریور ماه برگزار نمی‌شود

سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران در اطلاعیه‌ای از عدم برگزاری نمایشگاه الکامپ ۱۴۰۰ در شهریور ماه خبر داد. به گزارش سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران، در این اطلاعیه آمده است: همانگونه که مستحضر هستید بیست و ششمین نمایشگاه الکامپ با رویکرد ارائه توانمندی شرکت‌ها، استارت‌آپ‌ها و مجموعه‌های دانش بنیان در مواجهه و مقابله با ویروس کرونا قرار بود ابتدا در تیرماه و سپس در شهریورماه سال جاری برگزار شود که به دلیل شیوع ویروس کرونا و قرمز شدن وضعیت تهران و سایر استان‌ها و به دلیل رعایت شیوه‌نامه‌های بهداشتی امکان برگزاری آن مهیا نشد. نمایشگاه الکامپ، بزرگترین رویداد تجاری و فناوری در اقتصاد دیجیتال و در بخش‌های طراحی، ساخت و تولید و پشتیبانی از محصولات، خدمات، محتوا و راهکارها و صنایع الکترونیک و کامپیوتر بوده که در دوران کرونا تأثیرات این فناوری به وضوح احساس و ملاحظه شد. در حال حاضر با توجه به تغییر دولت و حضور مدیران جدید در وزارتخانه‌ها و نهادها و سازمان‌های تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر، مشاهده پیشرفت‌های توان داخلی کشور در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات و انعکاس موانع و مشکلات پیش روی فعالان این حوزه، لزوم برپایی باشکوه این رویداد مهم را ضروری‌تر از هر زمان دیگری کرده است.

۲

از رویا تا واقعیت!

خرید بلیت سینما در آمریکا با بیت‌کوین میسر خواهد شد

احتمالا AMC بزرگ‌ترین مجموعه سینمای جهان در سال ۲۰۲۱ پرداخت با بیت‌کوین را قبول می‌کند. بنا بر گزارش‌ها، AMC Entertainment پذیرش بیت‌کوین برای پرداخت بلیت و خرید امتیاز در سینماهای خود در ایالات متحده را آغاز کرده و این اولین مجموعه سینمایی است که ارز رمزنگاری شده را به منظور پرداخت پذیرفته است.

۶

با سرقت ۶۰۰میلیون دلار رمزارز، هکرها بزرگ‌ترین دزدی تاریخ را رقم زدند

آژیر خطر برای بلاک‌چین

۶

کاربردهای IT در صنایع مسافرتی، گردشگری و هواپیمایی

فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، یک نوع شیوه جدید تجارت و یک روش مفید در صنایع است که از دهه ۱۹۳۰ مورد استفاده قرار گرفت. در ۱۵ سال گذشته این سیستم، توسط صنایع مختلف مانند خرده‌فروشی، بانکداری، مخابرات، دولت، گردشگری وغیره دنبال شده و مجموعه وسیعی از برنامه‌ها و اپلیکیشن‌ها مانند اینترنت، وایرلس، دوربین‌های دیجیتال، وای‌فای، VIOP برقراری تماس صوتی، GPS، رادیو دیجیتال و نظایر آن را پوشش می‌دهند. همه صنایع در تلاش هستند تا از فناوری اطلاعات به هر نحو برای توسعه عملکرد تجاری خود استفاده کنند. در این میان، مسیر گردشگری به عنوان یکی از بخش‌های سنتی، در پیشبرد این پیشرفت تکنولوژیکی هموار نبود. بسیاری از شرکت‌های کوچک قادر به انجام این نوع سرمایه‌گذاری نبودند. آنها مجبور شدند بسیاری از کارگران را اخراج کنند...

۸

ماجرای ارسال پیامک از سوی سازمان امور مالیاتی به صاحب کسب‌وکار

سردرگمی صاحبان کسب‌وکارهای اینترنتی با یک پیامک

ماجرای ارسال پیامک از سوی سازمان امور مالیاتی به صاحبان کسب‌وکارهای اینترنتی چیست؟ شنبه هفته گذشته پیامکی از طرف سازمان امور مالیاتی برای برخی افراد ارسال شد که بیشتر آنها، فعالان فضای مجازی یا صاحبان کسب‌وکارهای اینترنتی بودند. بر اساس این پیامک، دریافت‌کنندگان باید با مراجعه به سایت معرفی شده، پرونده خود را برای پرداخت مالیات تکمیل می‌کردند. برخی بر این باورند که این پیام به‌دلیل اشکال فنی برای افراد ارسال شده و برخی دیگر می‌گویند این اجرای عجولانه قانون پایانه‌های فروشگاهی و مؤدیان مالیاتی است که با سرعت و بدون دقت در حال اجراست.

۲

یادداشت

فناوری و مشارکت سیاسی شهروندان!

داوود صفی‌خانی

جابه جایی دولت ها، همیشه با تغییراتی گسترده در سطوح مختلف مدیریتی جامعه همراه بوده است، در کشور ما هم با روی کارآمدن رئیس جمهور جدید، شاهد تغییرات گسترده در سطوح مختلف سیاست گذاری ها و تصمیم گیری ها خواهیم بود که فرایندهای آن، رابطه مستقیمی بر کیفیت فعالیت و زندگی همه مردم، خواهد گذاشت. در شرایط کنونی که در آن به سر می بریم در وضعیت موجود نقض هایی وجود دارد که ریشه در سیاست گذاری های پیشین دارد، و همچنانکه متفکرینی مثل ارسطو و افلاطون که در واقع پدران فلسفه سیاسی غرب محسوب می شوند، معتقد بودند، این نقص ها می بایست توسط مشارکت سیاسی شهروندان برطرف شود، ضرورتی که افلاطون و ارسطو و بسیاری دیگر چند هزار سال پیش درک کردند، ضرورتی است که هنوز ملموس و عینی است و ضرورت آن در عصر کنونی بسی بیشتر و بارزتر در مدیریت های نوین بایستی به کار بسته شود.

در عصر کنونی قطعا با قدرت بی بدیل فناوری، شاهد عمیق تر شدن فرایند مشارکت سیاسی شهروندان در جوامع مدرن هستیم در واقع قدرت فزاینده فناوری به طرز برجسته ای شفافیت را عمیق تر کرده است و از طرفی با ظهور شبکه های اجتماعی، قدرت تاثیر گذاری یا مشارکت سیاسی شهروندان با برجسته کردن نقص ها و تلاش و مطالبه گری برای حل فوری آنها، فرایند سیستماتیک و منظمی را ترسیم کرده است که در نهایت منجر به بهبود حکمرانی در جوامع مدرن شده است.

در کشور ما هم همپا با جوامع مدرن، مشارکت سیاسی شهروندان در بستر فناوری و شبکه های اجتماعی در حال انجام هست، روزانه شاهد تولید محتواهای باارزشی هستیم که با نگاهی کارشناسی نقص ها را موشکافی و راه حل هایی هم برای حل آن ارائه می شود که خود موید این است که جامعه کنونی ما این نکته مهم را دریافته است: موفقیت امری است جمعی و از آنجایی که انسان موجودی اجتماعی است و در جامعه زندگی می کند، با توجه به خاستگاه و جایگاهی که در جامعه دارد، اعم از خاستگاه طبقاتی، قومی، مذهبی، جنسی، اقلیتی و...، در شرایطی است که بدون پیگیری منافع جمعی نمی تواند منافع فردی خود را تامین کند. به این ترتیب حتی برای تحقق منافع فردی خود نیز که شده، باید خود را به جمع پیوند زند.

از این نظر انسان باید جزء را به کل، فرد را به جمع و منفعت فرد را به منفعت جمع گره بزند. به این ترتیب، دخالت گری و کنشگری او یا عدم کنشگری او در سیاست نقش بسیار مهمی در تغییر، پیشرفت یا پسرفت جامعه خواهد داشت.

گرچه متاسفانه در دولت گذشته، از ظرفیت عظیم این مشارکت ها که با ارائه نظرات و تحلیل های دقیق کارشناسان در حوزه های مختلف توام بود، بی توجهی عمیق شد و سیاست گذاری های پرآسیب یکی پس از دیگری عرصه های مختلف زندگی مردم و فعالان را دچار خسارت هایی کرد اما با این وجود معمولا تغییر دولت ها امیدها را دوباره زنده می کند تا شاید این تلاشها در نهایت مسیری در حکمرانی پیدا کرده و صدای کارشناسان و بدنه مردم در عمق سیاست گذاری ها شنیده و به کار بسته شود.

از نظر نگارنده، لزوم توجه به این بعد از مشارکت سیاسی کارشناسان، فعالان و مردم در دولت جدید، ضرورتی بس مهم محسوب می شود و ترسیم مسیری واقعی برای شنیده شدن و به کاربستن آنها در دایره سیاست گذاری ها، به طور سیستمی، بعد خردجمعی را در حکمرانی تقویت و می تواند اعتماد از دست رفته را احیا نماید.

از این جهت چکیده ای از آنچه که در مدیریت ها و سیاست گذاری های پیرامون آن از رئیس جمهور جدید و دولت آینده مطالبه گر هستیم توجه به ۵ گنج تفکر نوین مدیریت است که آقای مهدی شامی زنجانی، کار را آسان کرده و به زیبایی آنرا توصیف نموده است که به کار بستن آنها به یقین کلید حل بسیاری از مشکلات مدیریتی ما در کشور خواهد بود:

تفکر سیستمی

قابلیت درک روابط متقابل میان مسائل و موضوعات پیرامونی و توان یافتن راه حل های درست پایدار برای بسته مسائل و نه تک مساله ها

تفکر راهبردی

توان و ظرفیت خلق و تصویرسازی آینده ای مطلوب برای خود و دیگران

تفکر انتقادی

نگرش ها و مهارت های فکری لازم برای ارزیابی و محک زدن ادعاها و استدلال ها

تفکر نوآورانه

نگاه متفاوت و خارج از چارچوب های خشک و تصنعی به موضوعات پیرامونی در راستای یافتن راه حل های بدیع برای آن ها

تفکر دانش بنیان

توانایی و مهارت حداکثرسازی منافع حاصل از خلق و به کارگیری دانش و فناوری در سطح یک تیم، سازمان و یا کشور.

ماجرای ارسال پیامک از سوی سازمان امور مالیاتی به صاحب کسب‌وکار

سردرگمی صاحبان کسب‌وکارهای اینترنتی با یک پیامک

ماجرای ارسال پیامک از سوی سازمان امور مالیاتی به صاحبان کسب‌وکارهای اینترنتی چیست؟

شنبه هفته گذشته پیامکی از طرف سازمان امور مالیاتی برای برخی افراد ارسال شد که بیشتر آنها، فعالان فضای مجازی یا صاحبان کسب‌وکارهای اینترنتی بودند. بر اساس این پیامک، دریافت کنندگان باید با مراجعه به سایت معرفی شده، پرونده خود را برای پرداخت مالیات تکمیل می کردند. برخی بر این باورند که این پیام به‌دلیل اشکال فنی برای افراد ارسال شده و برخی دیگر می گویند این اجرای عجولانه قانون پایانه‌های فروشگاهی و مؤدیان مالیاتی است که با سرعت و بدون دقت در حال اجراست.

ایرناپلاس در حال پیگیری این موضوع از طرف سازمان امور مالیاتی است و در این فاصله این موضوع را از طریق فعالان صنفی این حوزه و انجمن فین‌تک ایران پیگیری کرده است.

صنعت پرداخت بر لبه تیغ

مهدی عبادی فعال صنعت پرداخت و عضو هیات مدیره انجمن فین‌تک ایران گفت: این پیامک، مربوط به قانون پایانه‌های فروشگاهی و مؤدیان مالیاتی است.

به گفته او، پس از تصویب و اجرای قانون پایانه‌های فروشگاهی و مؤدیان مالیاتی تصمیم گرفته شد هر پایانه جدیدی که از بهمن ۱۳۹۹ به بعد در شاپرک ثبت شود، چه به‌صورت کارت‌خوان و چه به‌صورت درگاه پرداخت، پرونده مالیاتی داشته باشد. اطلاعات پایانه‌های ثبت شده پیش از این تاریخ نیز به سازمان امور مالیاتی ارسال شده است. عبادی ادامه داد: به‌نظر می‌رسد دریافت کنندگان این پیام، افرادی هستند که پیش از این در یکی از سایت‌های ارایه‌دهنده خدمات پرداخت به‌ویژه پرداخت‌یارها ثبت‌نام کرده بودند. برخی از افرادی که از چند سایت ارایه خدمات استفاده می کنند، چندین پیام دریافت کرده‌اند که موجب سردرگمی آنها شده است. گویا این طراحی نادرست در اجرای قانون، به صنعت پرداخت الکترونیکی آسیب خواهد زد.

تحمیل هزینه به سازمان امور مالیاتی

او راه‌حل جایگزین را استفاده از تجربه سایر کشورها در این زمینه بیان کرد و گفت: در دیگر کشورها حد آستانه‌ای برای گردش مالی پایانه پرداخت تعیین می‌شود و اگر گردش مالی یک درگاه بیش از میزان تعیین‌شده باشد، دارنده آن برای تشکیل پرونده مالیاتی دعوت می‌شود. او افزود: مساله‌ای که اکنون پیش آمده و پیام‌هایی که ارسال شده به این دلیل است که در زمان تصویب قانون، از نظر و دیدگاه بخش خصوصی واقعی فعال در صنعت پرداخت استفاده نشد و این موضوع هزینه‌هایی را به سازمان امور مالیاتی تحمیل خواهد کرد. به‌عنوان مثال برخی از دریافت کنندگان این پیام، کسب‌وکارهای معاف از مالیات و نیز استفاده کنندگانی غیر از کسب‌وکارها مانند مدیران ساختمان که برای جمع‌آوری هزینه شارژ ساکنان از این خدمات استفاده می کنند نیز این پیام را دریافت کردند و باید ثبت‌نام خود را انجام دهند. بنابراین هزینه قابل توجهی به سازمان امور مالیاتی برای بررسی این نوع پرونده‌ها تحمیل می‌شود. عضو هیات مدیره انجمن فین‌تک ایران تاکید کرد: برای اصلاح این رویه، جلوگیری از تحمیل هزینه و همچنین آسیب به کسب‌وکارها، بخش خصوصی واقعی در فرایند تصویب قوانین مشارکت فعال داشته باشند.

چه کسی اطلاعات افراد را به سازمان امور مالیاتی داده است؟

یکی از پرسش‌هایی که مخاطبان این پیامک‌ها مطرح می کنند در خصوص حریم خصوصی داده‌هاست، اینکه چگونه اطلاعاتی که در اختیار یک سایت خدمات‌دهنده قرار داده بودند در اختیار سازمان امور مالیاتی قرار گرفته است؟ مصطفی امیری، دیگر عضو هیات مدیره انجمن فین‌تک ایران و فعال اقتصادی حوزه پرداخت در پاسخ به این سوال گفت: این داده‌ها به‌صورت کلی نزد شاپرک امانت است، اما با توجه به اینکه شاپرک به‌عنوان بازوی اجرایی بانک مرکزی است، در قانون تصریح شده که این داده‌ها باید از طریق بانک مرکزی در اختیار سازمان امور مالیاتی قرار داده شود و این رفت‌وبرگشت اطلاعات و داده‌ها، تکلیف قانونی است.

نباید کارت به کارت جای درگاه‌های پرداخت رابگیرد

به گفته این فعال حوزه پرداخت، مساله کنونی با شاپرک، بانک مرکزی و سازمان امور مالیاتی، شیوه اجرای قانون است. امیری ادامه داد: اکنون برای تعداد زیادی از پذیرندگان، پرونده‌های مالیاتی متعددی تشکیل شده و این در حالی است که بر اساس قانون، برای یک شخص و در یک آدرس، باید یک پرونده مالیاتی تشکیل شود. او افزود: چنین شیوه اجرایی موجب سردرگمی، نگرانی و گلایه کاربران می‌شود و آنها را از ابزار شفاف و رسمی درگاه پرداخت به شیوه غیرشفاف جایگزین یعنی کارت‌به‌کارت سوق می‌دهد که زمینه فعالیت‌های غیرقانونی مانند کلاهبرداری و فرار مالیاتی را فراهم می کند. بنابراین اگر به‌دنبال اجرای قانون هستیم، شیوه اجرایی که در پیش گرفته شده، راه درستی نیست. امیری گفت: شیوه درست این است که به‌تدریج اطلاع‌رسانی انجام شود. با توجه به کسری بودجه و مضیقه دولت از نظر درآمدهای مالیاتی، این موضوع متصور است که در آینده همه مردم و فعالان اقتصادی پرونده مالیاتی داشته باشند و زیرساخت‌های آن نیز اکنون مستقر شده است. با این حال نباید فراموش کنیم که اصل ماجرا یعنی شناسایی افرادی که باید مالیات بیشتری پرداخت کنند، ممکن است در این هیاهو فراموش شود و این افراد در حاشیه امن قرار گیرند و فرار مالیاتی از سوی آنها ادامه پیدا کند.

طبق اعلام سازمان نظام صنفی رایانه‌ای؛

الکامپ ۱۴۰۰ شهریورماه برگزار نمی‌شود

سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران در اطلاعیه‌ای از عدم برگزاری نمایشگاه الکامپ ۱۴۰۰ در شهریور ماه خبر داد.

به گزارش سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران، در این اطلاعیه آمده است: همانگونه که مستحضر هستید بیست و ششمین نمایشگاه الکامپ با رویکرد ارائه توانمندی شرکت‌ها، استارت‌آپ‌ها و مجموعه‌های دانش بنیان در مواجهه و مقابله با ویروس کرونا قرار بود ابتدا در تیرماه و سپس در شهریورماه سال جاری برگزار شود که به دلیل شیوع ویروس کرونا و قرمز شدن وضعیت تهران و سایر استان‌ها و به دلیل رعایت شیوه‌نامه‌های بهداشتی امکان برگزاری آن مهیا نشد.

نمایشگاه الکامپ، بزرگترین رویداد تجاری و فناوری در اقتصاد دیجیتال و در بخش‌های طراحی، ساخت و تولید و پشتیبانی از محصولات، خدمات، محتوا و راهکارها و صنایع الکترونیک و کامپیوتر بوده که در دوران کرونا تأثیرات این فناوری به وضوح احساس و ملاحظه شد.

در حال حاضر با توجه به تغییر دولت و حضور مدیران جدید در وزارتخانه‌ها و نهادها و سازمان‌های تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر، مشاهده پیشرفت‌های توان داخلی کشور در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات و انعکاس موانع و مشکلات پیش روی فعالان این حوزه، لزوم برپایی باشکوه این رویداد مهم را ضروری‌تر از هر زمان دیگری کرده است.

در این اطلاعیه تاکید شده است: لذا در راستای برگزاری هدفمند این نمایشگاه و به درخواست فعالان این حوزه و همچنین بازخورد مثبت مشارکت کنندگان و نیز در جهت استفاده بهینه از برنامه‌های جانبی و محتوایی و انتظار بیشتر برای فراگیری واکسیناسیون، شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی وستاد برگزاری نمایشگاه الکامپ در راستای تحقق اهداف فوق، برگزاری بیست و ششمین نمایشگاه الکامپ را به زمان دیگری موکول کرده است که متعاقباً در اطلاعیه‌های بعدی زمان جدید اطلاع رسانی خواهد شد.

«ناتمام‌های فاوای کشور»

دولت‌ها و مسوولان می‌آیند و می‌روند، اما طرح‌ها، پروژه‌ها و مشکلات همواره می‌مانند. رسانه‌ها و افکار عمومی هم به علت انباشت مشکلات قبلی و زایش طرح‌ها و پروژه‌های جدید، با فراموشی مواجه بوده و هستند. ما اما تلاش کرده‌ایم تا به شکلی ثابت پیگیر سرنوشت مسایل و طرح‌های 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، صرفا به عنوان یک حافظه عمل خواهد کرد و هر از گاهی اقدام به باز نشر آن خواهیم کرد. در دوره این بازنشرها طبعا موضوعات و سوژه‌هایی از «حافظه حوزه ICT کشور» کم یا اضافه خواهد شد که اطلاع‌رسانی لازم در خصوص آنها را انجام خواهیم داد. تحریریه هفته‌نامه عصر ارتباط معتقد است که این فهرست قطعا ناقص بوده و موضوعات متعددی باید به آن اضافه شود تا به عنوان شاخص و داشبوردی در مقابل مردم و مسوولان بخش‌های متخلف کشور عمل کند. لذا از تمامی علاقه‌مندان و فعالان نیز دعوت می‌شود موارد مد نظر خود را از طریق ایمیل @report asreertebat.com یا شماره تلفن ۸۸۹۴۷۴۵۲ به ما اعلام کنند.

تجمیع داده‌های مدیریت بحران

مرکز کنترل هماهنگی عملیات سازمان امداد و نجات از پنج سال قبل نرم‌افزار جامع اطلاعاتی مکانی را راه‌اندازی کرده است. این نرم‌افزار به لحاظ زیرساختی ظرفیت آن را دارد که سایر ارگان‌ها نیز به آن متصل شده و ضمن به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات خود از خدمات آن منتفع شوند؛ اتفاقی که تاکنون همچنان محقق نشده 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 آیین‌نامه آن، راه‌اندازی سامانه به تعویق افتاده بود. حال اما باوجود راه‌اندازی سامانه همچنان بسیاری از ۴۸۰ دستگاهی که باید در این سامانه عضو شوند به آن متصل نشده‌اند.

پیوست فناوری طرح‌های کلان

۱۸ فروردین ۱۳۹۶ رییس سندیکای صنعت مخابرات از تدوین پیوست فناوری برای طرح‌های 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 توسط وزیر ارتباطات به منظور طرح در ستاد اقتصاد مقاومتی ارسال شده و به تصویب می‌رسید که البته همچنان این اتفاق نیفتاده است.

مهلت شش ماهه اصلاح سامانه‌های دولتی

شورای اجرایی فناوری اطلاعات در جلسه ۲۸ فروردین ۱۳۹۶ براساس پیشنهاد وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات آیین‌نامه اجرایی استقرار چارچوب تعامل پذیری دولت الکترونیکی را به تصویب رساند. بر این اساس تمامی دستگاه‌های اجرایی موظف شدند حداکثر ظرف مدت شش ماه پس از ابلاغ مصوبه نسبت به اصلاح یا تکمیل پایگاه اطلاعاتی و یا بازطراحی سامانه‌های اطلاعاتی اقدام کنند که البته همچنان بسیار یاز دستگاه‌ها این کار را نکرده‌اند.

فیلترینگ هوشمند

فیلترینگ هوشمند طرحی بود تا در عین حال که دسترسی به شبکه‌های اجتماعی مقدور باشد صفحات غیراخلاقی و مغایر با موازین نظام فیلتر شود. آن‌طور که منابع رسمی وزارت ارتباطات گفته‌اند، برای اجرای طرح فیلترینگ هوشمند احتمالا 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.

سامانه‌های چکاوک ۲ و ۳

هشتم خرداد ۱۳۹۶ دبیرکل بانک مرکزی از راه‌اندازی سامانه‌های چکاوک ۲ و چکاوک ۳ خبر داد. چکاوک ۲ قرار بود موجب تجمیع آمار چک‌های درون بانکی با آمار چک‌های بین‌بانکی، توسط بانک مرکزی شود. ایجاد امکان واگذاری چک به مقصد حساب‌های دولتی نزد بانک مرکزی از شعب بانکی اقصی‌نقاط کشور نیز قابلیت ویژه‌ای بود که قرار بود چکاوک ۳ ایجاد کند، اما همچنان نسخه‌های ۲ و ۳ چکاوک عملیاتی نشده‌اند.

اتصال منازل به فیبر نوری

وزیر وقت ارتباطات و فناوری اطلاعات در اوایل بهمن‌ماه 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 ماموریت‌های اپراتور چهارم ایرانیان‌نت بود که محقق نشده و حتی سرنوشت این اپراتور هم در هاله‌ای از ابهام قرار دارد.

ایجاد شهر هوشمند خوارزمی

۱۶ خرداد ۱۳۹۶ یکی از اعضای هیات‌مدیره شرکت عمران شهرهای جدید از رایزنی با کره جنوبی برای امکان‌سنجی ایجاد شهر هوشمند برای شهر جدید «خوارزمی» خبر داد که قرار بود در جنوب شرقی تهران احداث شود. همچنین توسعه مشترک تحقیقات روی تکنولوژی ساختمان‌ها نیز یکی دیگر از قراردادهای امضاشده در تفاهم‌نامه با کره جنوبی بود که تا این لحظه هیچ گزارشی در خصوص دستاوردهای عملی این تفاهم‌نامه‌های امضاشده با کره‌ای‌ها منتشر نشده است.

تقدیر طرح صیانت؛ «کارگزاری‌سازی» وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات

عباس پورخصالیان

پیش‌فرض انگیزش تهیه این گزارش، باور به وجود همبستگی مهندسی انتخابات و گزینش شخصیتی مناسب برای اداره وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در دولت سیزدهم با برنامه‌ریزی برای تحقق اهداف طرح صیانت است.

از شواهد و قرائن چنین بر می‌آید که شرط اکثریت نمایندگان مجلس برای تایید نامزد پیشنهادی رییس‌جمهور به منظور اداره وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات طی چهار سال آینده، همسویی او با مدافعان و ذی‌نفعان طرح صیانت است. کوتاه‌ترین راه برای پی بردن به این که کارگزار آینده وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات از منظر مجلس باید چه ویژگی‌هایی داشته باشد تا رأی مثبت مجلس را کسب کند، درک تفاوت‌ها و تشابه‌های او با وزیر پیشین ارتباطات و فناوری اطلاعات در دولت دوازدهم از منظر اکثریت نمایندگان مجلس یازدهم است.

تشابه‌ها

تشابه نامزد پیشنهادی رییس‌جمهور برای اداره وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات با وزیر ارتباطات در دولت دوازدهم، جوان بودن آنها است: سن نامزد پیشنهادی، تنها دو سال بیشتر از وزیر ارتباطات در دولت قبلی است. اهمیت این تشابه، در تداوم ادعای سیاست جوان‌گرایی در دولت است.

تشابه دومی که نسبت به تشابه اول بااهمیت‌تر است، این است که درک هر دوی ایشان از خدمات و صدمات فضای مجازی، با نظر رییس‌جمهور مربوط، کاملا همسو است؛ این در حالی است که نظر رییس‌جمهور دولت پیشین و نظر رییس‌جمهور دولت فعلی در خصوص خدمات و صدمات حوزه فضای مجازی و چگونگی مقابله علیه صدمات، مغایرت‌هایی نسبت به یکدیگر دارند.

غیر از این دو تشابه، به زحمت می‌توان شباهت معنادار دیگری را از مقایسه این دو با یکدیگر دریافت.

تفاوت‌ها

تفاوت‌های این دو اما بسیارند! عمده این تفاوت‌ها عبارتند از موارد زیر:

■ نامزد وزارت ارتباطات دولت سیزدهم از کلیات «پیش‌نویس طرح قانون حمایت از حقوق کاربران و خدمات پایه کاربردی فضای مجازی» (معروف به طرح صیانت) باید به احتمال قوی استقبال کند و از روح حاکم بر جزییات آن دفاع کند؛ در حالی که وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در دولت دوازدهم آن را مردود می‌شمرد. این تفاوت از آن جهت مهم است که استراتژی دولت سیزدهم، به نظر می‌رسد، ارتقای عمده‌ترین دستگاه‌های قوه مجریه به عنوان کارگزاری‌هایی در خدمت نهادهای فراقوه‌ای و حکومت اسلامی باشد. شیوه «کارگزاری‌سازیِ» وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، ساده است:

۱. حذف مسوولیت سیاست‌گذاری فنی و تصمیم‌گیری مالی در قبال بخش فاوا،

۲. انتقال قدرت مقررات‌گذاری تاکنونی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در حوزه فضای مجازی؛ و

۳. حواله کرد وزنه حمایتی آن به مرکز ملی فضای مجازی؛ و

۴. دست‌نشانده‌سازی این وزارتخانه به عنوان بازوی اجرایی و خدماتی شورا در ذیل مرکز ملی فضای مجازی.

به این ترتیب، اگر وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات تاکنون مهم‌ترین متولی جامعه اطلاعات کشور بوده، دیگر نخواهد توانست از موضع قدرت حرفی بزند؛ و اگر تاکنون برای آزادسازی بخش قابل ملاحظه‌ای از طیف فرکانس علیه سازمان صدا و سیما موضع می‌گرفت، دیگر در برابر نهادهای فراقوه‌ای باید کرنش کند و دیکته‌پذیری بیشتر و حرف شنوی بهتر از پیش داشته باشد! به این ترتیب، نامزد وزارت ارتباطات دولت سیزدهم هرچند از سوی اکثریت نمایندگان مجلس، اعضای شورای عالی فضای مجازی و مقامات صداوسیما ممکن است حمایت شود، اما فشارهای شدیدی را باید از درون بخش فاوا و داخل وزارت ارتباطات متحمل شود. به این عبارت، او باید شخصیتی مقاوم و ایثارگر داشته باشد، تا بتواند در راستای موفقیت طراحان طرح صیانت نقشی همسو ایفا کند و در پست خود دوام آورد.

■ دیگر تفاوت این دو، در کارنامک‌های آنها مشاهده می‌شود: در کارنامک نامزد وزارت ارتباطات دولت سیزدهم دیده می‌شود که او فاقد پیشینه اشتغال در واحدهای سازمانی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات اما دارای حسن سابقه فعالیت در دیجیتالی‌سازی دیوان‌داری قوه قضاییه و در دولت احمدی‌نژاد است، در حالی که وزیر ارتباطات دولت دوازدهم، پیش از تصدی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در واحدهای سازمانی همین وزارتخانه (برای مثال در شرکت ارتباطات زیرساخت و قبل از آن، در سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی) مشغول به کار بوده. علاوه بر این تفاوت، از مقایسه مدرک تحصیلی این دو نیز تفاوت دیگری حاصل می‌شود: یکی، دانش‌آموخته دانشگاه صنعت آب و برق در مقطع کارشناسی مهندسی برق و دیگری، فارغ‌التحصیل دکترای علوم مهندسی رایانه در گرایش شبکه‌های رایانه‌ای از دانشگاهی استرالیایی.

■ تفاوت مهم دیگری که قابل توجه و ذکر است، در منش این دو نفر نهفته است. یکی دارای شخصیتی برون‌نگر، رسانه‌ای، سرکش، جاه‌طلب و بارز است و دیگری فردی کمابیش درون‌نگر، سلیم‌النفس، رسانه‌گریز و کم‌پیدا.

«سرنوشت» طرح صیانت و «تقدیرِ» وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در دولت سیزدهم

در تراژدی‌های باستان، «سرنوشت» تعیین‌کننده است زیرا اعتقاد عموم بر این بود که از دست ابوالبشر و دیگر موجودات زمینی، هیچ کاری بر نمی‌آید جز واکنش (reaction) از طریق پیروی از ناموس طبیعت امور؛ ولی در رمان‌ها و آموزه‌های مدرن، در کنار «سرنوشت» و واکنش منفعلانه بشر به آن، «تقدیر»، فراکنش (Pro-action) و مهندسی آگاهانه سعادت، قرار گرفته است. در واقع آنچه امروزه در باور عموم، تعیین‌کننده آینده انسان شده است هم اکوسیستم جامعه بشری به مثابه سرنوشت انسان است و هم نوع تفکر و تصمیم‌گیری انسان مدرن به عنوان تقدیر و حوالت تاریخی‌اش.

حدود دو دهه پیش، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات بر اساس قانونی ناقص، ناکارآمد و غلط پا گرفت و حدود ۱۷ سال است که این وزارتخانه بر پایه ساختاری نادرست، تقدیر خود و تقدیر بخش و فرابخش فناوری اطلاعات و ارتباطات را بر اساس روش سعی و خطا، کجدار و مریز رقم می‌زند؛ تقدیری که در یک عبارت خلاصه می‌شود: ماندگاری مدیریت بحران و ترس همیشگی از زوال در عصر فناوری اطلاعات.

> تشابه نامزد پیشنهادی رییس‌جمهور برای اداره وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات با وزیر ارتباطات در دولت دوازدهم، جوان بودن آنها است: سن نامزد پیشنهادی، تنها دو سال بیشتر از وزیر ارتباطات در دولت قبلی است. اهمیت این تشابه، در تداوم ادعای سیاست جوان‌گرایی در دولت است

امید راهبردی نظام به برون رفت از وضعیت بحران و زوال

اکنون مجلس و نظام برنامه‌ریزی راهبردی کشور می‌خواهند به کمک دولت سیزدهم، مجلس یازدهم و دور سوم شورای عالی فضای مجازی برای خروج از بحران مدیریت فاوا، دورخیز بردارند و با به اجرا گذاشتن موقتی و آزمایشی «یک طرحِ طرح‌ها»، نشان دهند که می‌شود بر مشکلات اداره جامعه اطلاعات فائق آمد. در این دورخیز، نقش دبیر شورای عالی فضای مجازی بسیار متعدد، بحرانی و تعیین‌کننده است. او در این راهبرد دارای مسوولیت‌های کلیدی در همه نهادهای زیرمجموعه شورای عالی فضای مجازی، در سراسر بخش فاوا و در رأس شبکه ملی اطلاعات است.

اگر «پیش‌نویس طرح قانون حمایت از حقوق کاربران و خدمات پایه کاربردی فضای مجازی» (معروف به طرح صیانت) به کسوت قانون آزمایشی (!) در آید و اجرا شود، در این صورت، دبیر شورای عالی فضای مجازی علاوه بر همه مسوولیت‌هایی که اکنون دارد، حداقل چهار ریاست دیگر را احراز می‌کند. او که اکنون علاوه بر دبیری شورای عالی فضای مجازی، رییس مرکز ملی فضای مجازی است و لذا همزمان رییس کمیسیون عالی تنظیم مقررات فضای مجازی و رییس کمیسیون ارتقای تولید محتوا در این مرکز است، چهار مدیریت دیگر را بر اساس مواد «پیش‌نویس طرح قانون حمایت از حقوق کاربران و خدمات پایه کاربردی فضای مجازی» عهده‌دار می‌شود:

۱. ریاست جلسات کمیسیون تنظیم مقررات فضای مجازی،

۲. ریاست «صندوق حمایت از خدمات پایه کاربردی داخلی و محتوای مرتبط»،

۳. ریاست بر واحد «مدیریت گذرگاه ایمن مرزی» با داشتن حق ریاست در «مدیریت ترافیک ورودی و خروجی کشور در گذرگاه ایمن مرزی» و

۴. «مدیریت درگاه خدمات کاربردی» کشور.

به این ترتیب، دبیر شورای عالی فضای مجازی، در رأس هرم سلسله مراتب همه مدیریت‌های شبکه ملی اطلاعات و ارتباطات کشور قرار می‌گیرد و اگر مشکلی پیش نیاید، منجی جامعه اطلاعات کشور می‌شود، اما پرسش این است:

■ طرح قانون حمایت از حقوق کاربران و خدمات پایه کاربردی فضای مجازی، درست! اما بفرمایید این طرح را از کدام اصول حقوق عمومی مشتق کرده‌اید؟ فضای مجازی که تنها برای کاربرد و خدمات پایه کاربردی و کنترل محتوا درست نشده است، بلکه حق کاربران است که از فضای مجازی برای تولید اشتغال و خلق ارزش مادی و دیجیتالی‌سازی اقتصاد خصوصی و ملی استفاده کنند. طرح صیانت که در مورد این حق کاربران ساکت است اگر آن را پایمال کند، چه کسی پاسخگو است؟

زباله‌های الکترونیکی

سال ۱۳۸۹ مصوبه‌ای قانونی تکلیف زباله‌های الکترونیکی را در کشور مشخص کرد با این وجود این مسوولیت همیشه پاسکاری شده است. پس از آن، هجدهم اسفند ماه 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.

ماهواره‌های 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 هریک نامعلوم‌تر از دیگری است. در آخرین مورد رییس سازمان فضایی اعلام کرده، طبق بررسی‌های کارشناسانه در مورد ماهواره مصباح 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 تایید ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی رسید. در این مقطع حدود ۴۰ میلیارد تومان به این پروژه اختصاص یافت و قرار شد با توسعه محتوا تاثیر قابل‌توجهی بر حوزه‌های علمی، پژوهشی و اقتصادی کشور گذاشته شود. آخرین خبر از این طرح اما این است که ظاهرا اجرای آن به‌طور کلی از اولویت‌های پروژه اقتصاد مقاومتی خارج شده است.

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 آماده سازی مدل آزمایشی ارز دیجیتالی ایرانی خبر داد. با این وجود تا این لحظه همچنان خبری از سرنوشت، کارکرد و خروجی ارز دیجیتالی ملی نیست.

لوایح پنج‌گانه حقوق فناوری اطلاعات

پنجم اسفند ماه ۱۳۹۶ پنج لایحه مرتبط با نظام حقوق فناوری اطلاعات و ارتباطات برای ارایه به هیات دولت رونمایی شد. حمایت از اطلاعات و حریم خصوصی افراد در فضای مجازی، مسوولیت ارایه‌دهندگان 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.

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 به مخاطرات استفاده انحصاری از تنها یک آنتی‌ویروس مطرح شد لیکن همچنان گزارشی از میزان پیشرفت و اجرای این دستور حاکمیتی از سوی دستگاه‌های دولتی نیست.

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.

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 مجریان طرح می‌گفتند بهمن ماه ۹۴ در کارگروه 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.

برنامه دفاع سایبری

رییس مجلس شورای اسلامی در ۲۸ اسفند ماه ۱۳۹۵، قانون برنامه ششم توسعه کل کشور را که توسط شورای نگهبان تایید نهایی شده بود، به‌منظور اجرا به رییس‌جمهور ابلاغ کرد. در قانون برنامه ششم توسعه کشور، برنامه دفاع سایبری مناسبی برای افزایش چتر امنیت سایبری پیش‌بینی شده بود که البته تا این لحظه هیچ آماری از پیشرفت آن منتشر نشده است.

طرح GNAF

در ۲۱ تیر ماه ۱۳۹۴ محمود واعظی وزیر وقت ارتباطات مصوبه مربوط به «نظام ملی آدرس‌گذاری کشور» (GNAF) را برای اجرا به تمام دستگاه‌های اجرایی کشور ابلاغ کرد. در این نظام امکان بررسی و صحت‌سنجی آدرس به همراه موقعیت جغرافیایی مقدور است و همین امر می‌تواند باعث بالا رفتن ضریب ایمنی سایت‌های دولتی شود که پیشرفت دقیق و نتیجه این طرح که اجرای آن به عهده شرکت پست بود، مشخص نیست.

لوایح قمار و شرط‌بندی

۲۳ تیر ماه ۱۳۹۷ یک عضو کمیسیون مصادیق مجرمانه اعلام کرد که وزارت ارتباطات، وزارت اقتصاد، بانک مرکزی و پلیس نیروی انتظامی با هماهنگی یکدیگر لوایحی را به منظور مبارزه با سایت‌های قمار و شرط‌بندی به دولت ارایه کرده‌اند و انتظار می‌رود در آینده‌ای نزدیک در صورت تصویب لوایح مذکور، تبدیل به قانون شوند. این لوایح نیز در زمره ناتمام‌های حوزه فاوا قرار دارند.

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 رگولاتوری به تصویب رسید. سیزدهم تیر ماه ۱۳۹۷ اما مدیر کل 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.

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 سازماندهی شده بود که این طرح هنوز به سرانجام کامل نرسیده است.

خروج زیرساخت از مکالمات بین‌الملل

پنجم خرداد ماه سال ۱۳۹۷ مدیرعامل شرکت ارتباطات زیرساخت از کاهش نرخ مکالمات بین‌الملل از طریق دوصفر، در صورت آزادسازی ارایه این خدمات در کشور خبر داد. بر این اساس به جای آنکه شرکت زیرساخت به صورت مستقیم با اپراتورهای بین‌الملل قرارداد ببندد، قرار است اپراتورهای داخلی با طرف خارجی قرارداد بسته و شرکت زیرساخت تنها بحث تحویل ترافیک را عهده‌دار باشد.

ایمن‌سازی علاءالدین

۲۸ اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۷ معاون پیشگیری سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی تهران با اشاره به ضرورت ایمن‌سازی اماکن ناایمن 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 بلاتکلیف بماند.

در میزگرد آنلاین با حضور مدیران هلدینگ فناوری بانکی مطرح شد

استراتژی بانک، سیاست اجرایی و تعهد مدیران ارشد اضلاع موفقیت هلدینگ‌های فناوری

فناوری بانکی در ایران از منظر زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری در بانک‌های مختلف، متفاوت است. صنعت بانکداری در مقطعی قرار دارد که به اعتقادی بسیاری، بانک‌ها لاجرم متکی به هلدینگ فناوری هستند. شاید به سادگی بتوان این گونه گفت که هلدینگ‌های فناوری بانکی، اکنون اهرم پیشران بانکداری در سرزمین بدون مرز هر بانک هستند. اینکه این پیشران‌ها چقدر مقتدر عمل می‌کنند و ذی‌نفعان در سرزمینِ تحت فرماندهی‌شان، چقدر رضایتمند و دارای تجربه‌های شیرین یا تلخ هستند، بحث دیگری است.

در دو دهه اخیر با توسعه روزافزون خدمات فناورانه در بانک‌ها، واحدهای فناوری اطلاعات، در سازمان بانک‌ها با محدودیت‌هایی مواجه شدند. این محدودیت‌ها در به کارگیری منابع انسانی به‌روز و کارآمد، چابکی سازمان، دور زدن بوروکراسی‌های پیچیده، عقد قرارداد با پیمانکاران و ارایه خدمات به سایر بانک‌ها وجود داشته است. با وجود قوانین آن زمان، ایجاد شرکت‌های اقماری سازمان‌ها به دشواری امروز نبود و شرکت‌های فناوری در کنار بانک‌ها با هدف ارایه خدمات فناوری عمدتا در حوزه زیرساخت ایجاد شدند. به مرور، شرکت‌های فناوری وظیفه‌محور و کسب‌وکاری متنوع، پیرامون بانک‌ها و نیز هلدینگ‌های فناوری شکل گرفتند. با گسترش دامنه فعالیت و رشد هلدینگ‌های فناوری بانک‌ها، به نظر می‌رسد از یک‌سو این هلدینگ‌ها همانند بانک‌ها دچار آسیب‌هایی از جمله لختی و کندی شدند و از سوی دیگر، نقش آنها در زنجیره ارزش بانک‌ها به درستی تعریف و مدیریت نشده است.

از همین رو، در این میزگرد آنلاین از سلسله نشست‌های تخصصی بانکداری و اقتصاد دیجیتال، با موضوع «نقش‌آفرینی هلدینگ‌های فناوری در توسعه زنجیره ارزش بانک‌ها» که با حضور صادق فرامرزی، مدیرعامل هلدینگ فناوری اطلاعات بانک صادرات و مهدی عباس‌نیا، مدیرعامل هلدینگ جهان ارقام پارس (جامپ) برگزار شد، چالش‌ها و راهکارهای مرتبط با این موضوع، موردبحث و تبادل‌نظر قرار گرفت. مشروح این گفت‌وگو، پیش‌روی شماست.

جناب فرامرزی! پنج شرکت که زیرمجموعه هلدینگ فناوری بانک صادرات هستند. این شرکت‌ها چه نقشی را ایفا می‌کنند؟ با توجه به اینکه هلدینگ شما تقریبا تازه تاسیس است و هنوز اتفاق جدی در آن رخ نداده، برای افزایش سهم بازار بانک صادرات در حوزه فناوری اطلاعات چه برنامه‌ای دارید؟

فرامرزی: هلدینگ، تازه‌تاسیس است و قبلا وجود نداشت. ابتدای دی ماه سال گذشته، ثبت شد و شرکت کارت‌ایران با نام هلدینگ فناوری و نوآوری با مارک تجاری صاد یا کارت ایران تاسیس شد. الان هم در حال انتقال مباحث مربوط به سهامداری آن هستیم. در حال حاضر، مالکان و صاحبان آن، شرکت‌های دیگر بانک هستند مانند تامین سرمایه، گروه مالی سپهر و بخش خصوصی. این شرکت‌ها، چون بعضا بورسی هستند یا شرکت مالک، بورسی است، روال آن ساده نیست و انتقال آن زمان زیادی می‌برد. مدیریت آن از لحاظ عملیاتی از همان ابتدا به هلدینگ سپرده شد. بعد از دعوت بنده به این میزگرد، عرض کردم با توجه به اینکه تاسیس این هلدینگ، هنوز به هشت ماه نرسیده، حرف زیادی نخواهیم داشت. پنج شرکت زیرمجموعه این هلدینگ هستند. پرداخت الکترونیک سپهر با نام اقتصادی «پاس» که PSP مجموعه و تقریبا PSP اختصاصی است از این جهت که در مدت فعالیت خود با بانک صادرات، با بانک دیگری فعالیت ندارد و قبلا با نام مبنا کارت به یکی دو بانک سرویس می‌داد اما الان عمده فعالیت با بانک صادرات است. شرکت دیگر مفاخر است که جزو شرکت‌های بورسی مجموعه است و در حوزه سخت‌افزار و سرویس‌های بانک کار می‌کند و بخشی از ATM ها، دوربین‌ها و حوزه سخت‌افزار در این شرکت، انباشته شده است.

شرکت بعدی، داده‌پردازی خوارزمی به عنوان شرکت نرم‌افزاری بانک است که سامانه‌های ستادی و سیستمی بانک، از گذشته به این شرکت داده شده و یک شرکت کاملا وظیفه‌ای است که سرویس‌های داخلی بانک برعهده آن است. شرکت دیگر، هوشمند سپهر است که یکی دو سال از تاسیس آن می‌گذرد. قبلا یک بار بانک صادرات برای تاسیس هلدینگ تلاش کرده و این شرکت را به عنوان هلدینگ تاسیس می‌کند اما همان‌جا متوقف می‌شود. کار آن، در این مدت، طراحی نرم‌افزار موبایلی صاپ و یک نرم‌افزار بولتن کوچک بوده است. اخیرا تغییرات جدی در این شرکت دادیم و تحول دیجیتال را از این شرکت، شروع کردیم چون خلوت است و می‌توان روی آن سرمایه‌گذاری جدی انجام داد. شرکت گسترش انفورماتیک نیز جزو شرکت‌هایی است که مبتنی بر اصل ۴۴ و در تعامل سازمان گسترش با بانک صادرات است و وضعیت خوبی ندارد. این شرکت، یک دانشگاه دارد و تقریبا کار مشخصی برای آن میسر نیست و درگیر مشکلات قضایی و دعواهای پشت سر همین انتقال‌هاست که باعث تاسف است. در این شرکت، تمام تلاش‌مان در زمینه حقوقی و حل این مشکلات است. البته از دانشگاه به عنوان سرمایه بسیار خوب آن برای بانک صادرات استفاده خواهیم کرد. یک سهامدار بخش خصوصی برای این شرکت وجود دارد.

مهدی عباس‌نیا

صادق فرامرزی

برنامه شما در خصوص افزایش سهم بازار بانک صادرات در حوزه فناوری اطلاعات در هلدینگ چیست؟

فرامرزی: در این زمینه باید به بهانه تاسیس شرکت برگردم. ابتدا بنا به دلیلی بین بنده و برخی معاونان بانک صادرات و پیرو آن، با آقای سیدی مدیرعامل بانک، مذاکراتی رخ داد. مباحث جالبی بود. یک‌سال و نیم قبل از حوزه پرداخت به حوزه بانکداری باز در شرکت فرابوم آمده بودم و ایده‌های هیجان‌انگیزی از نظر خودم داشتم. بانک صادرات، از بزرگ‌ترین بانک‌ها و حتما جزو یکی از سه بانک اول کشور است و حدود ۳۸ تا ۳۹ میلیون دیتابیس مشتری دارد که از بین این‌ها، فعال آن، حدود ۲۱ تا ۲۲ میلیون و یا ۲۷ میلیون مشتری است. البته روایت‌های مختلفی درباره تعداد آن مطرح می‌شود. به هرحال عدد بزرگی است و مانند بانک‌های بزرگ، تمرکزی روی این حوزه صورت نگرفته است. بنده اصرار داشتم بانک صادرات، باید مانند سایر جاهای دنیا تمرکز خود را از شرکت به مشتری سوق دهد؛ یعنی حتی بانکداری خود را هم حول محور مشتری شکل دهد به این معنا که ما کهکشانی داریم که محور آن، مشتری است. الان و در گذشته نزدیک، این گونه نبوده و بانک، محور همه‌چیز بوده و بقیه دور آن می‌چرخیدند. این ایده اصلی، محور مذاکرات بود. تحول دیجیتال هم چندان متفاوت از آن نیست و قرار نیست دنیای بانکداری جدیدی را بسازد و کشف کند. قرار است همان چیزی که دارد انجام می‌شود، متحول کند. متحول کردن با یک هدف و سمت‌وسوی مشخص یعنی مشتری است. در این حوزه، حتما تغییرات ساختاری و به‌خصوص فرایندی خواهیم داشت. حتما به سراغ یک‌سری دارایی‌ها، سرمایه‌ها و فاندهای جدید خواهیم رفت و دنیای جدیدی گشوده می‌شود. الان هم تصمیمات جدی گرفته شده و به مرور، اثرات آن مشخص می‌شود.

اشاره کردید قرار است بانک را به سمت مشتری ببرید. برای تحقق آن، باید زیرساخت و کربنکینگ چابک داشته باشید تا بتوانید سرویس‌های مختلفی را روی آن سوار کنید. تا جایی که مطلع هستم بانک صادرات که کربنکینگ آن، از طرف شرکت خدمات سرویس داده می‌شود، یک مقدار در دریافت سرویس‌های جدید، به خاطر موضوعات حاکمیتی که خود شرکت خدمات درگیر آن است، دچار مساله است. آیا تایید می‌کنید؟ در حوزه کربنکینگ، برنامه مشخصی دارید مثلا اینکه کر جدید داشته باشید و از شرکت خدمات به جای دیگری مهاجرت کنید؟

فرامرزی: امروز قرار گذاشتم که هیچ‌چیز را تایید نکنم! من در زمینه کر، تخصص ویژه‌ای ندارم اما اینکه می‌فرمایید کر خدمات، کر سنگینی است، شما یک کر سبک بگویید؟! برخورد ما با شرکت صاحب کر، تاثیرگذار است. مساله کنونی بنده، کر نیست و اگر سراغ آن بروم، دردسر بزرگی برای خودم درست می‌کنم که در آن هضم خواهم شد. لذا منطق می‌گوید الان و بعدا زیاد به کر کار نداشته باشیم و حداقل، حوزه ما نیست و بانک هم تصمیمی بر تعویض آن ندارد. دنیای آینده، دنیای پلتفرمی است و می‌توان با داشتن همین سامانه‌ها از طریق پلتفرم‌ها و زیرسامانه‌های کوچک، انسجام و چابکی را داشت. بنده نمونه کوچک آن را در صنعت پرداخت در شرکت ایران کیش، با همین سوییچ خدمات، با موفقیت تجربه کردم. علی‌رغم اینکه تمام مدیران عامل قبل از بنده، با ماموریت تغییر سوییچ شرکت خدمات رفته بودند، اما این فرضیه شکسته شد و ما آن را حفظ کردیم و ارتقا دادیم و هنوز هم هست و با بهترین کیفیت در حال فعالیت است.

منظورم بیشتر دریافت سرویس به خاطر تایم تومارکت بود وگرنه کر شرکت خدمات در حال سرویس‌دهی به بانک‌های بزرگ است و واقعا هم به خوبی سرویس می‌دهد. منظورم در زمینه به‌روزرسانی سرویس‌های جدید بود.

فرامرزی: قطعا همه‌جا محدودیت وجود دارد از جمله کر خدمات. ما باید راهکار پیدا کنیم. راهکارها از جنس پلتفرمی است و ما باید یک‌سری ابزار، زیرمجموعه آن داشته باشیم و یک بار سرویس‌های اتمیک را بگیریم و خیال‌مان راحت شود و بعد به فرایند بپردازیم. در حوزه تحول دیجیتال، بحث سخت‌افزار و نرم‌افزار نیست بلکه موضوع، فرایند است. البته ما خیلی جای کار داریم اما در این زمینه تلاش می‌کنیم.

دوستان شرکت خدمات در برنامه حضور ندارند اما موضوع را شفاف‌تر می‌کنم. امیدوارم از دست ما ناراحت نشوند! می‌دانم شرکت خدمات، محدودیت‌های زیادی دارد و جزو شرکت‌های حاکمیتی است هرچند باید آن را خصولتی دانست. این شرکت، ماموریت‌های زیادی در حوزه حاکمیتی هم دارد و در آنجا، در حوزه منابع انسانی محدودیت‌هایی وجود دارد. از این جهت عرض می‌کنم که سرویس‌هایی که از سمت بانک‌های خدماتی دریافت می‌شود، یک مقدار با تاخیر نسبت به سایر رقبا داده می‌شود. بگذریم... جناب عباس‌نیا! زیرمجموعه هلدینگ جامپ، هفت شرکت وجود دارد که مرکز نوآوری، شرکت فناوری ارتباط همگرا رایانه، آرمان وفاداری آریا، پدیسار، سامان ایمن‌پرداز شرق، فرزانگان پارس و ساوین تجارت آریا را شامل می‌شوند. لطفا ابتدا ماموریت این هفت شرکت را بفرمایید. شما در حوزه فناوری اطلاعات برای بانک ایران‌زمین در هلدینگ جامپ، چه چیزی را ترسیم کردید؟

عباس‌نیا: همان‌طور که اشاره کردید هفت شرکت، زیرمجموعه هلدینگ فناوری اطلاعات داریم. درباره شرکت آرمان وفاداری آریا، خانم بهری در مقدمه به‌طور کامل توضیح دادند اما باز هم اشاره می‌کنم که پیشانی بانکداری دیجیتالِ بانک ایران‌زمین است. در این شرکت، توسعه کسب‌وکارهای مشارکتی و زیست‌بوم بانکداری دیجیتال را به همراه باشگاه وفاداری مشتریان با رویکرد club as a service داریم تا به کسب‌وکارهایی که در حوزه زیست‌بوم دیجیتال فعالیت می‌کنند و در کسب‌وکارهای مشارکتی با آنها ارتباط برقرار می‌کنیم، به عنوان یک محصول و خدمت داشته باشیم. پدیسار انفورماتیک با بیش از ۲۵ سال سابقه و تجربه در بازار در حوزه فناوری اطلاعات، مسوولیت حوزه‌های زیرساختی فناوری اطلاعات شامل مراکز داده، شبکه‌های انتقال داده و مرکز تماس را برعهده دارد؛ با این رویکرد که مرکز تماس از مرکز تماس معمول که صرفا پاسخگویی به مشتریان باشد، به یک مرکز تماس دیجیتال به عنوان یکی از کانال‌های دسترسی مشتریان در آینده در بانکداری دیجیتال بانک ایران‌زمین تبدیل شود. این مرکز، صرفا به بانک سرویس نمی‌دهد بلکه به هر مجموعه‌ای که به این سرویس، نیاز داشته باشد، خدمات، ارایه می‌کند. شرکت ساوین تجارت آریا که مجوز پرداخت‌یاری دارد و در این حوزه، فعال است. استراتژی ما در این مجموعه، داشتن شرکت پرداخت است که فعلا مجوز PSP نداریم. از روز اول، برنامه‌ریزی ما بر این اساس بود که یک شرکت پرداخت با تمام زیرساخت‌ها، محصولات و خدمات داشته باشیم که درصدی از درآمدش را به یک PSP بابت هدایت تراکنش، پرداخت کند. فعلا به خاطر محدودیت‌های موجود، مجوز PSP نداریم. بنابراین بعد از حدود دو سال، شرکت ساوین تجارت آریا که در گروه ایجاد کردیم و توسعه دادیم، تمام زیرساخت‌های لازم برای ارایه خدمات پرداخت را دارد. استراتژی ما این است بیشتر حجم کار به سمت تحول دیجیتال و ارایه خدمات در زیست‌بوم دیجیتال بانکی و پرداختی باشد. مرکز نوآوری، ابتدا با موضوع شتاب‌دهی ایده‌های استارت‌آپی و کمک به رشد و توسعه زیست‌بوم نوآوری عمدتا در حوزه بانکی و مالی شکل گرفت اما با توجه به اینکه ظرفیت‌های خوبی در این مجموعه به دست آوردیم هم از نظر استارت‌آپی و هم بضاعتی که تیم مرکز داشت، توسعه بانکداری باز را از مرحله توسعه پلتفرم بوم ایران‌زمین تا توسعه کسب‌وکاری به مرکز نوآوری واگذار کردیم. امسال، سال ورود آن به بازار است و امیدواریم بتواند با ارایه خدمت به فین‌تک‌ها و استارت‌آپ‌ها در توسعه بانکداری باز موفق باشد و سهم خوبی را در این بازار به دست بیاورد. در کنار آن، آکادمی دیجیتال را در مرکز برنامه‌ریزی کردیم که با توجه به تجاربی که در سال‌های گذشته، درخصوص تحول دیجیتال و بانکداری دیجیتال در گروه بانک ایران‌زمین به دست آمده، امیدواریم بتوانیم این تجربه و دانش را به صورت سیستمی در اختیار ذی‌نفعان قرار دهیم. این ذی‌نفعان می‌توانند متخصصان، مدیران حوزه بانکی، کسب‌وکاری تحول دیجیتال و یا مشتریان برای استفاده از این محصولات و خدمات باشند. شرکت فرزانگان پارس، مجوز FCP را دارد و باید در حوزه زیرساخت‌های فیبر نوری فعالیت کند. در ادامه، موانع و مشکلاتی که در راستای توسعه این کسب‌وکار با آن مواجه شدیم و بعد از چهار سال، هنوز موفق به ایجاد و توسعه زیرساخت‌های فیبر نوری نشدیم، عرض خواهم کرد. به خاطر همین، در این شرکت، به موازات توسعه زیرساخت، فعالیت‌هایمان را بر سایر سرویس‌ها، محصولات و کسب‌وکارها مانند ارایه اینترنت به صورت TDLTE، آی‌پی‌فون، راهکارهای مخابراتی و اینترنتی به مجتمع‌های مسکونی و تجاری توسعه دادیم. شرکت همگرا رایانه، سال‌ها نمایندگی آلکاتل لوسنت را درخصوص محصولات و تجهیزات مراکز تلفن در شبکه دیتا داشته که به دلایل تحریم، این لایسنس، تمدید نشده اما همچنان روی محصولات شرکت آلکاتل فعالیت دارد و هم واردات کالاها و هم خدمات پس از فروش و پشتیبانی را ارایه می‌کند. این شرکت، از گذشته تا کنون، مشتریان بزرگی را در حوزه قراردادها در عرصه صنعت نفت، گاز و بانکی داشته و نگهداری و پشتیبانی آنها را برعهده دارد. در کنار آن، هوشمندسازی ساختمانی (BMS) را در شرکت توسعه دادیم تا سبد محصول و خدمتی را داشته باشیم که در شرایط مختلف، چرخ شرکت و درآمدزایی را گارانتی کنیم. شرکت دیگر، سامان ایمن‌پرداز پاژ است که روی کسب‌وکارهای اینترنتی مبتنی بر موبایل کار می‌کند. روی چند محصول در سه سال گذشته کار کرده که یکی از محصولاتش، چیتَکس است. این محصول، یک تاکسی تلفنی مشابه اسنپ و تپسی است که در شهر مشهد فعال است و پلتفرم‌ها را برای سایر کسب‌وکارهای اینترنتی مبتنی بر موبایل توسعه داده که یکی از نمونه‌های آن، ایران‌چارتر است و خرید بلیت را می‌توان از طریق آن انجام داد و برنامه توسعه را هم پیش‌رو دارد. در کنار آن داده‌کاوی و هوشمندسازی را به عنوان یک بیزینس‌لاین تعریف کردیم که برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری لازم درخصوص توسعه این کسب‌وکار نیز با توجه به تجربه، دانش و نیروی متخصص در این شرکت، در دست اقدام است.

برنامه هلدینگ جامپ برای نقش‌آفرینی در بانک ایران‌زمین در حوزه فناوری چیست؟

عباس‌نیا: ابتدا مقدمه‌ای عرض کنم. ما نیمه دوم سال ۹۷ شرکت جامپ را تشکیل دادیم و عملا از ابتدای سال ۹۸، فعالیت خود را به صورت جدی شروع کردیم که دو سال از این موضوع می‌گذرد. یک‌سری شرکت‌ها بنا به دلایل مختلف در گروه بانک ایران‌زمین وجود داشت که ما «جهان ارقام پارس» را شکل دادیم؛ شرکت‌هایی مانند پدیسار انفورماتیک، فرزانگان پارس و سامان ایمن‌پرداز پاژ. شرکت جهان ارقام پارس به عنوان هلدینگ فناوری اطلاعات، از روز اول به عنوان بازوی مکمل فناوری اطلاعات بانک ایران‌زمین شکل گرفت. خانم بهری در مقدمه میزگرد، به‌طور مفصل دلایل تشکیل هلدینگ‌ها را توضیح دادند و دلایل اصلی ما هم همان موارد بود. با توجه به استراتژی تحول دیجیتال و بانکداری دیجیتال که در بانک ایران‌زمین رقم خورد و باید فعالیت‌های جدی، زیرساختی، فرهنگی، ساختاری و سازمانی در آن شکل می‌گرفت، به این نتیجه و جمع‌بندی رسیده بودیم که اگر قرار باشد این تحول، شکل بگیرد باید خارج از بانک ایران‌زمین، توسعه‌ها و برنامه‌های لازم اجرا شود. شاید خود بانک به دلیل ماهیت بانکی و سنتی، ظرفیت پذیرش این تحول را در آن زمان نداشت. به همین دلیل استراتژی اصلی ما در تشکیل هلدینگ فناوری اطلاعات این بود که این ماموریت اصلی تحول دیجیتال و بانکداری دیجیتال را با استفاده از ظرفیت‌هایی که در هلدینگ ایجاد می‌کنیم، برای بانک ایران‌زمین شکل دهیم. به همین خاطر، علی‌رغم اینکه دو سه شرکت که در گروه بانک ایران‌زمین بود، شرکت‌های جدیدی را تاسیس کردیم که برای تکمیل این سبد و محصول، الزامات و نیازهایی که در حوزه توسعه کسب‌وکارهای دیجیتالی در برنامه بانکداری دیجیتال داشتیم، مرکز نوآوری، شرکت ساوین تجارت آریا در حوزه پرداخت، شرکت آرمان وفاداری آریا، علاوه بر شرکت‌هایی که در گروه وجود داشت، شکل گرفت. بنابراین سه شرکت نامبرده، شرکت‌های جدیدی هستند که از سال ۹۸، برنامه‌ریزی تاسیس و توسعه آن شکل گرفت و سایر شرکت‌ها، موارد

قدیمی بودند که در گروه، وجود داشتند و آنها را تحت مدیریت یکپارچه هلدینگ، برنامه‌ریزی و راهبری کردیم. در سال ۹۸، روی شرکت‌های قبلی، اصلاح ساختار داشتیم.

تجربه قبلی نشان داده بانک‌ها تمایل به شرکت‌داری دارند و به این سمت، حرکت می‌کنند. از دیدگاه حضر تعالی، نقش هلدینگ‌های IT در بانک‌ها چیست؟ آیا واقعا برای تاسیس هلدینگ فناوری، استراتژی‌ای در بانک‌ها وجود دارد؟ آیا هلدینگ فناوری بانک صادرات که تازه تاسیس و هشت ماه است که آغاز به کار کرده، با استراتژی، این کار را انجام داده یا فقط در راستای شرکت‌داری به سمت فناوری آمده است؟

فرامرزی: با توجه به اینکه یک پس‌زمینه منفی در اظهارات شما، درباره شرکت‌داری وجود دارد، منظورتان از شرکت‌داری چیست؟ بعد منفی شرکت‌داری از نظر شما چیست؟

اینکه مثلا بانک، به یک شرکت در حوزه تولید، وام داده و تولیدکننده، ورشکست شده و بانک به جای اینکه پول را برگرداند، خود شرکت را صاحب شده و چون تخصص لازم را در این حوزه ندارد و در بسیاری از حوزه‌ها نیز اتفاق افتاده، بانک به جای اینکه به سود برسد، دچار معضلات دیگری می‌شود. الان هم همه جا صحبت از این است که بانک‌ها به این شکل، شرکت‌داری نکنند.

فرامرزی: به این شکل، نظر شما درست است اما منطقانه در بانک صادرات و نه در بانک ایران‌زمین و چند بانک دیگر، در حوزه فناوری، به این شکل نبوده است بلکه یا بانک، شرکتی را با هدف توسعه فناوری، تاسیس کرده و یا خریده است و در این حوزه، کار خوبی است. بانک‌ها علاقه‌مند به داشتن محصولی هستند که مال خودشان باشد در حالی که قبلا کسانی زحمت تولید این محصول را کشیده‌اند و می‌توان از محصول بیرونی نیز استفاده کرد یا به صورت as a service و یا مشارکت در شرکت. در اینجا بحث سرمایه مطرح می‌شود و فکر می‌کنم در صورت‌های مالی نیز خودش را نشان می‌دهد. بنابراین در حوزه فناوری، هرچقدر بتوان از دایره سنگین بانک، خارج شد و در حوزه بیزینس در فرایندهایی که بانک تصمیم می‌گیرد، برای خودش کاری انجام دهد، به نفع بانک است. در این زمینه، شرکت‌داری، کار خوبی است اما موانعی از سمت حاکمیت برای تاسیس شرکت توسط بانک‌ها وجود دارد. فقط جایی که این موضوع، استثنا شده، شرکت‌های حوزه IT است و معلوم است قانون‌گذار در این زمینه اشراف دارد و می‌داند در این حوزه، تاسیس شرکت کار بدی نیست. بانک صادرات، شرکت‌های متفرق داشته که کارهای پراکنده انجام می‌دادند اما با واحد IT سازگار بوده که این واحد علاوه بر اینکه گرفتار کار این شرکت‌هاست، گرفتار کار خودش هم هست و این موضوع، در بانک بزرگ صادرات، بسیار سنگین است. اشکالات دیگری هم در حوزه تجهیز منابع انسانی و جذب نیرو وجود دارد به‌خصوص در دوره رقابتی فعلی که در شرکت خصوصی با بالاترین حقوق هم نمی‌توانید کسی را پیدا کنید. حالا در یک بانک مانند صادرات، یک هزار تومانی را نمی‌تواند در قالب تجهیز نیرو اضافه کند و کار سختی است و این امر، در بسیاری موارد دیگر مانند تجهیز از بعد نرم‌افزاری و غیره نیز وجود دارد. انجام این موارد، در یک مجموعه سنگین که همه‌گونه گرفتاری‌های قانونی و فرایندی دارد، سخت است لذا آن را از بدنه بانک خارج کرده و شرکت، تاسیس می‌کنند. بعد در آن شرکت، موارد نظارتی به درستی بر اساس قانون تجارت، حاکم می‌شود و طبیعتا دست، بازتر است و حداقل در حوزه منابع انسانی، تحت کنترل قوانین حقوقی دولت نیست و قانون تامین اجتماعی بر آن حاکم است هرچند باز هم با وضعیت موجود، به شرکت‌ها در حوزه تامین منابع انسانی سخت می‌گذرد اما به هرحال کار، چابک‌تر جلو می‌رود. بنابراین حداقل تاسیس هلدینگ فناوری در مجموعه بانک صادرات، کاملا با هدف، مستندات موجود و بر اساس استراتژی، اتفاق افتاده است.

موضوعی که به‌خصوص در هلدینگ‌های قدیمی کشور وجود دارد، این است که یک جاهایی مدیران هلدینگ‌ها و شرکت‌های زیرمجموعه را از لایه مدیران بانکی قرار می‌دهند. در صورتی که بسیاری مواقع در بدو تاسیس هلدینگ‌ها، مدیر از بیرون وارد می‌شود مانند جنابعالی که از بیرون به بانک صادرات آمدید اما در ادامه، دوستان به این نتیجه می‌رسند که مدیر در هلدینگ یا شرکت‌های زیرمجموعه از داخل بانک باشد. علتش هم این است که با اینکه سهامدار صددرصدی، هم در شرکت و هم در هلدینگ هستند، رقابت پنهانی بین لایه‌های میانی بانک وجود دارد و عملا با این روش، قصد دارند اصطکاک‌ها و مشکلاتی که در بدنه بانک وجود دارد، حل کنند. این موضوع را قبول دارید؟ اگر چنین اتفاقی می‌افتد، چه باید کرد که این مسایل پیش نیاید؟ اصلا وقتی شرکت به صورت صددرصدی برای بانک است، چرا باید رقابت پنهان وجود داشته باشد؟

فرامرزی: بنده رد نمی‌کنم که این موضوع در مجموعه بانک‌ها در موسسات مالی بزرگ وجود دارد اما در این زمینه در حال تغییر هستیم. در گذشته، بانک‌ها نیروهای بازنشسته‌شان را که برای‌شان ارزشمند بود و نمی‌دانستند با آنها چه‌کار کنند، مدیرعامل یک شرکت قرار می‌دادند؛ یعنی یا شرکت، تاسیس می‌کردند و یا شرکتی پیدا می‌کردند و به عنوان مسوول آنجا قرار می‌دادند اما الان چنین چیزی را نمی‌بینم. ما دو دسته مدیر در مجموعه شرکت‌ها داریم: یکی مدیرعامل و دیگری هیات مدیره. به نظر من، جایگاه این افراد در هیات مدیره است و بر این موضوع، تاکید دارم. هلدینگ‌های فناوری تقریبا یک مفهوم نو در ایران هستند و هرچه بانک‌ها بزرگ‌تر می‌شوند، این مفهوم نوتر و پیچیده‌تر می‌شود؛ یعنی شترگاو پلنگ است که تکلیف آن، معلوم نیست. برای اینکه اصطکاک، کمتر شود، منطقی است افراد مشترک داشته باشیم و فکر می‌کنم تصمیم درستی است.

معمولا معاونت فناوری بانک‌ها، رییس هیات مدیره هلدینگ می‌شوند. مشکل دیگری که در این ساختارها وجود دارد، این است که غالبا مدیرعامل بانک یا معاونت فناوری یا هرکس زورش بیشتر است، در کار هلدینگ دخالت اجرایی می‌کند. بسیار شنیده شده در زمینه تغییر مدیران شرکت‌های میانی، مدیرعامل هلدینگ قصد داشته مدیرعامل یک شرکت را تغییر دهد اما به هر علتی، شدنی نبوده است. نهایتا بانک می‌گوید پورتفوی شما آنقدر کوچک است که اگر ضرر هم بدهد، مهم نیست اما تصمیم، باید با بانک باشد! شما شاهد این موضوعات در مجموعه خودتان به اشکال مختلف بوده‌اید یا اصلا این موضوع را شنیده‌اید؟

فرامرزی: به این شکل که شما اشاره می‌کنید، مطلقا خیر! دخالت با پیشنهاد و توصیه فرق می‌کند. مواقعی است که گفته می‌شود نظر ما این است که این اتفاق بیفتد. طبیعی است که شما باید جواب پس بدهید. ممکن است مدیر را به اقناع برسانند که هرچند شاید تصمیم، فنی نباشد اما مصلحتی و بخشی از سیاست کاری است. یکی از خاصیت‌های مدیرعامل این است که اگر از در راهش ندادند از پنجره وارد شود. ویژگی مشخص مدیرعاملی که فکر می‌کند کاری که انجام می‌دهد، درست است، همین است. بنده این مشکل را نداشتم اما توصیه‌های بسیار جدی بوده است؛ حتی بحث درباره اینکه این تصمیم درست است یا خیر، وجود داشته است. این‌ها زاییده کار است. اگر قرار باشد هرچه من بگویم انجام شود و همان، درست است، شبه‌امپراتوری است و به‌درد نمی‌خورد. بنده از اینکه در یک سطح منطقی و آبرومند با همدیگر بحث جدی انجام دهیم و هدف‌مان درباره کار باشد، استقبال می‌کنم. واقعا در مجموعه بانک صادرات، تاکنون غیر از این نبوده است.

جناب عباس‌نیا! اواخر صحبت شما، ارتباط قطع شد. درباره نقش هلدینگ فناوری در بانک ایران‌زمین اشاره می‌کردید.

عباس‌نیا: با توجه به اینکه استراتژی بانک ایران‌زمین، از پنج سال گذشته، از سال ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۰، بانکداری دیجیتال بوده، ما در مجموعه به این جمع‌بندی و اجماع رسیدیم که باید برای توسعه این زیرساخت‌ها و کسب‌وکارهای موردنیاز به منظور بانکداری دیجیتال، بازوی بیرونی داشته باشیم به همین دلیل از سال ۹۸، به‌طور جدی، هلدینگ فناوری اطلاعات را به عنوان بازوی بانک ایران‌زمین برای تحول دیجیتال و بانکداری دیجیتال شکل دادیم. همان‌طور که عرض کردم دو سه شرکت در گروه بانک ایران‌زمین وجود داشت که آن شرکت‌ها را به دست گرفتیم مانند شرکت پدیسار انفورماتیک، سامان ایمن‌پرداز پاژ و فرزانگان‌پارس. شرکت آرین‌تل هم داشتیم که سال گذشته، سهام آن را واگذار کردیم اما برای تحقق اهداف برنامه‌ریزی‌شده سه شرکت جدید به نام ساوین تجارت آریا به عنوان شرکت پرداخت‌یار، مرکز نوآوری و آرمان وفاداری آریا را ایجاد کردیم تا بتوانیم نیازمندی‌های زیست‌بوم دیجیتال را با محوریت بانکداری دیجیتال و پرداخت، شکل دهیم. این استراتژی باعث شد هلدینگ شکل بگیرد. شما شرکت‌داری را مطرح کردید. ما ابتدای امر با این قضیه مواجه شدیم چون این شرکت‌ها، به دلیل ماهیت فناوری اطلاعات بودن آن کسب‌وکارها، به هلدینگ واگذار شد. ما دو رویکرد داشتیم یا باید شرکت‌ها را با همان ترکیب و کسب‌وکارهای‌شان بپذیریم و صرفا مدیریت‌شان کنیم که همان شرکت‌داری می‌شد و یا باید نیازهای خودمان را در قالب بانکداری دیجیتال در قالب شرکت‌های جدید توسعه می‌دادیم. این امر، انرژی مضاعفی را از ما می‌گرفت و دو دیدگاه مختلف را در هلدینگ شکل می‌داد. ما از همان روز اول، تصمیم گرفتیم شرکت‌هایی که در گروه دارند، بررسی کنیم. قرار شد آنهایی که در زنجیره ارزش بانکی، پولی، پرداختی و مالی قرار می‌گیرند و می‌توانند ارزش افزوده در این زیست‌بوم ایجاد کنند، شناسایی و تقویت کنیم و آنهایی که این‌گونه نیستند، روی کسب‌وکارهای آنها برنامه‌ریزی کنیم. شرکت‌های پدیسار انفورماتیک، ساوین تجارت آریا، مرکز نوآوری، آرمان وفاداری آریا و سامان ایمن‌پرداز پاژ در شرکت‌های گروه اول قرار گرفتند که می‌توانند در زنجیره ارزش بانکی و تحول بانکداری دیجیتال، نقش‌آفرینی کنند. شرکت‌های همگرا رایانه، فرزانگان‌پارس و آرین‌تل، از این بخش جدا بودند و باید به صورت کسب‌وکاری مدیریت می‌کردیم. در این زمینه، آرین‌تل را سال گذشته به دلایل مختلف واگذار کردیم که اگر لازم شد، توضیح می‌دهم.

ادامه این میزگرد را در سایت هفته‌نامه عصر ارتباط به نشانی asreertebat.com بخوانید.

خبر

احتمال توقف سرمایه‌گذاری‌های بین‌المللی در دومین اقتصاد دنیا

سرکوبگری مخرب

آیا سرکوب کسب و کارهای بزرگ در چین به سرمایه‌گذاری بین‌المللی لطمه می‌زند؟ در حالی که پکن به مبارزه با کسب و کارهای داخلی عظیم ادامه می‌دهد، برخی از سرمایه‌گذاران بین المللی در حال عقب‌نشینی از مشارکت خود در چین هستند. راشاتودی آخرین تصمیم سافت بانک برای توقف سرمایه‌گذاری در دومین اقتصاد بزرگ جهان را به زودی مورد بررسی قرار خواهد داد.

این در حالی است که اعمال فشار بر بازار ارزهای رمزنگاری شده در چین، ادامه دارد. بانک مرکزی چین پس از تشدید محدودیت های خود در بخش ارزهای رمزنگاری شده در اوایل سال جاری، اعلام کرده که فشار بالای نظارتی بر معاملات و سفته‌بازی‌های ارزهای رمزنگاری شده را حفظ خواهد کرد. بانک مرکزی چین در بیانیه‌ای اعلام کرد که بر بستر مالی شرکت‌ها نظارت خواهد کرد تا اقدامات خود را طبق مقررات تصحیح کنند. سیاست‌گذاران نیز برای بحث درخصوص اولویت‌های کاری در نیمه دوم سال با هم ملاقات کردند.

چین شدیدترین سرکوب معاملات و استخراج ارزهای رمزنگاری شده را از سال ۲۰۱۷ و در ماه‌های اخیر آغاز کرد. افزایش بیت‌کوین و سایر توکن‌ها، نگرانی این مقامات را از خطرات کلاهبرداری، پولشویی و مصرف بیش از حد انرژی بالا برده. چین در طی سال گذشته نیز اقدامات نظارتی که رفتار انحصاری را در بسترهای پرداخت آنلاین مانند گروه Ant داشت، اعمال کرد. بر اساس این بیانیه، بانک مرکزی این کشور برای جلوگیری از خطرات مالی بزرگ و کاهش تعداد موسسات مالی پرخطر در استان‌های کلیدی اقدام خواهد کرد، همچنین کار ایجاد قانون ثبات مالی که توسط معاون فرماندار در ماه مارس پیشنهاد شده بود را تسریع می کند.

این بانک تاکید کرد که سیاست پولی محتاطانه‌اش انعطاف‌پذیر، هدفمند، منطقی و مناسب خواهد بود و وعده داد که طرح سیاسی چرخه‌ای متقابل را اجرا خواهد کرد، به این معنا که مقامات با حمایت از سیاست، مدت زمان بیشتری از این بستر استفاده می کنند و از تحریک بیش از حد اقتصاد جلوگیری خواهند کرد.

در همین بحبوحه نیز نتایج یک نظرسنجی نشان داد یوآن چین، در مسیر تبدیل شدن به ارزی بانفوذ خواهد بود. نتایج این نظرسنجی نشان می‌دهد، یک سوم بانک‌های مرکزی جهان به دنبال این هستند یوآن را به ذخایر ارز خارجی خود اضافه کنند.

نظرسنجی نشریه گلوبال پابلیک انگلیس نشان می‌دهد که ۳۰درصد بانک‌های مرکزی جهان می‌خواهند طی ماه آینده سهم یوآن از حساب ذخیره ارز خارجی خود را افزایش دهند. در واقع میزان این بانک‌ها نسبت به نظرسنجی قبلی که سال گذشته انجام شد سه برابر شده است.

یکی دیگر از نتایج قابل توجه این نظرسنجی این است که ۷۵درصد بانک‌های مرکزی جهان به این نتیجه رسیده‌اند که سیاست‌های پولی تاثیرات شدیدی روی بازارهای مالی دارند. از طرف دیگر ۲۰درصد بانک‌های مرکزی جهان هم اعلام کردند سهم دلار از حساب ذخیره ارز خارجی خود را کاهش دهند و ۱۸درصد دیگر می‌خواهند سهم یورو را پایین بیاورند.

در حال حاضر مجموع دارایی بانک‌های مرکزی جهان، صندوق ثروت ملی کشورها و صندوق‌های بازنشستگی در جهان ۴۲.۷تریلیون دلار برآورد می‌شود. در سال ۲۰۲۰ هم بانک‌های مرکزی جهان دارایی‌های ارزی خود را ۱.۳تریلیون دلار افزایش داده و در مجموع به ۱۵.۳تریلیون دلار هم رسانده‌اند.

از سال ۲۰۱۳ مقرراتی برای محدود کردن تمامی فعالیت‌های وابسته به ارزهای دیجیتالی در چین وجود داشته، اما در ماه مه، یعنی ماه گذشته میلادی، حزب کمونیست چین به همه خاطرنشان کرد که در مبارزه با این ارزها به ویژه بیت‌کوین کاملا جدی است. در چین کسب‌وکارهایی که در این حوزه فعالیت می کنند زیاد نیستند. فعالیت کارگزاری‌های ارزهای دیجیتالی سال ۲۰۱۷ در چین ممنوع شد و تعدادی از این مراکز تعطیل شدند.

از رویا تا واقعیت!

خرید بلیت سینما در آمریکا با بیت‌کوین میسر خواهد شد

امیرعباس زمانیان

احتمالا AMC بزرگ‌ترین مجموعه سینمای جهان در سال ۲۰۲۱ پرداخت با بیت‌کوین را قبول می کند. بنا بر گزارش‌ها، AMC Entertainment پذیرش بیت‌کوین برای پرداخت بلیت و خرید امتیاز در سینماهای خود در ایالات متحده را آغاز کرده و این اولین مجموعه سینمایی است که ارز رمزنگاری شده را به منظور پرداخت پذیرفته است.

به گفته مدیرعامل آدام آرون AMC Entertainment با استفاده از سیستم های فناوری اطلاعات با امکان پرداخت ارزهای رمزنگاری شده و همچنین با Google Pay و Apple Pay را در ۵۹۳ سینمای خود در ایالات متحده تا پایان سال جاری انجام می‌دهد.

این اقدام در حالی صورت می گیرد که بزرگ‌ترین مجموعه سینمای جهان به دنبال افزایش درآمد برای بازگشت از همه‌گیری کرونا است. در ماه ژانویه، سهام‌های AMC Entertainment به سرعت افزایش یافت و به یکی از دارایی‌های سوداگرانه تبدیل شد.

از ابتدای سال جاری، قیمت سهام AMC تقریبا ۱۶۰۰درصد، از حدود دو دلار برای هر سهم در دسامبر گذشته به ۳۴دلار برای هر سهم افزایش داشته است. این شرکت بین ماه مارس و ژوئن زیان کمتر از انتظار ۳۴۴میلیون دلار گزارش کرده است. تحلیلگران ۴۴۰میلیون دلار خسارت به دلیل همه‌گیری کووید -۱۹ برای همه مجموعه‌های این سینما در سراسر جهان پیش‌بینی کرده‌اند.

در همین حال، قیمت بیت‌کوین در هفته‌های اخیر شاهد تغییرات شدیدی بوده است. این ارز دیجیتال اول جهان، پس از سقوط به زیر ۳۰هزار دلار در ماه گذشته، با قیمت بیش از ۴۵هزار دلار در هفته گذشته معامله شد و قیمت بیت‌کوین، مرز ۴۵هزار دلار را شکست.

بیت‌کوین به بالاترین قیمت از ماه می رسید و وارد کانال ۴۵هزار دلار شد. پس از ماه‌ها ضرر، بیت کوین به بالاترین قیمت خود از ماه می رسید. بیت‌کوین و به‌طور کلی بازار ارزهای رمزنگاری شده طی دو ماه گذشته روند صعودی داشته‌اند. اگرچه سرکوب‌های اعمال شده توسط چین و همین‌طور نگرانی‌های زیست‌محیطی، تمایل به آن را از بین برده و نگرانی‌هایی درباره آینده ارزهای دیجیتال ایجاد کرده است.

طبق داده‌های کوین‌دسک، به نظر می‌رسد قیمت بیت‌کوین در حال بهبود است و به بالای ۴۸هزار دلار نیز خواهد رسید. باید دید آیا صعود بیت‌کوین ادامه خواهد داشت یا خیر، اما قیمت جدید مطمئنا نشانه مثبتی است. صعود بیت‌کوین، باعث افزایش امیدها به آغاز رالی جدید شده است و حال این سوال پیش خواهد آمد که ارزش بازار جهانی ارزهای دیجیتال به چند میلیارد دلار خواهد رسید؟

مخالفت سیاستمداران آمریکایی با بیت‌کوین

مخالفت برخی از سیاستمداران آمریکایی با بیت‌کوین ادامه دارد و سناتور جمهوری‌خواه-چاک گرسلی- با اشاره به استفاده گسترده بیت‌کوین در امور مجرمانه گفته هر سال حدود ۷۶میلیارد دلار تراکنش غیرقانونی با استفاده از بیت‌کوین صورت می‌گیرد و نیمی از تراکنش‌های مربوط به این ارز برای انجام کارهای غیرقانونی است. به گفته گرسلی، امکان ناشناس ماندن معامله‌گران، ارزهای دیجیتالی را خطرناک ساخته است.

صرافی باینانس که فعالیت آن تحت تاثیر اتخاذ رویکرد سختگیرانه برخی کشورها قرار گرفته است، تصمیم دارد برای پرهیز از وقوع اتفاق مشابه و از دست رفتن بازار آمریکا، سهام صرافی باینانس در آمریکا را در بورس این کشور عرضه کند. مدیرعامل باینانس با بیان اینکه مجموعه تحت مدیریتش الزامات و قوانین مالی کشورها را رعایت می کند وعده داده است باینانس تلاش کند با کمک گرفتن از مشاوره‌های حقوق‌دانان و فعالان مالی، انتظارات نهادهای ناظر را برآورده سازد.

صحبت‌های اخیر جک دورسی-مدیرعامل توییتر-وایلان ماسک-مدیرعامل تسلا- در خصوص ارزهای دیجیتالی باعث ورود موج تازه‌ای از تقاضا به بازار شده است. ایلان ماسک گفته احتمال پذیرش مجدد بیت‌کوین به عنوان ابزار پرداخت برای خرید خودروهای تسلا وجود دارد اما

> به گفته گرسلی، امکان ناشناس ماندن معامله‌گران، ارزهای دیجیتالی را خطرناک ساخته است. صرافی باینانس که فعالیت آن تحت‌تاثیر اتخاذ رویکرد سختگیرانه برخی کشورها قرار گرفته است، تصمیم دارد برای پرهیز از وقوع اتفاق مشابه و از دست رفتن بازار آمریکا، سهام صرافی باینانس در آمریکا را در بورس این کشور عرضه کند

به شرطی که بیشتر انرژی لازم برای استخراج رمزارزها از انرژی‌های پاک تامین شود. ماسک همچنین گفته است تسلا در بیت‌کوین و خودش در بیت‌کوین، اتریوم و دوج‌کوین سرمایه‌گذاری کرده‌اند.

مجموع ارزش بازار جهانی ارزهای دیجیتالی در حال حاضر ۱۴۰۰میلیارد دلار برآورد می‌شود که این رقم ۶۵۷درصد بیشتر شده است. در حال حاضر ۵۰درصد کل بازار ارزهای دیجیتالی در اختیار بیت‌کوین و ۱۸درصد در اختیار اتریوم است. بیت‌کوین ۱۲سال پیش توسط گروه گمنامی از معامله‌گران بر بستر بلاک‌چین ایجاد شد و از سال ۲۰۰۹ معاملات اولیه آن شکل گرفت.

این رده، حاوی تغییرات قیمتی ۱۰ارز دیجیتالی بزرگ از نظر ارزش بازار است:

۱.بیت‌کوین
تغییرات قیمتی یک هفته اخیر: ۷.۳۳درصد افزایش

۲.اتریوم
تغییرات قیمتی یک هفته اخیر: ۱۳.۸۲درصد افزایش

۳.تتر
تغییرات قیمتی یک هفته اخیر: ۰.۰۱درصد افزایش

۴.باینانس کوین
تغییرات قیمتی یک هفته اخیر: ۰.۱۷درصد کاهش

۵.کاردانو
تغییرات قیمتی یک هفته اخیر: ۳.۴۵درصد افزایش

۶.ریپل
تغییرات قیمتی یک هفته اخیر: ۳.۲۴درصد افزایش

۷.دوج‌کوین
تغییرات قیمتی یک هفته اخیر: ۰.۴۹درصد کاهش

۸.یواس‌دی‌کوین
تغییرات قیمتی یک هفته اخیر: ۰.۰۱درصد کاهش

۹.پولکادوت
تغییرات قیمتی یک هفته اخیر: ۹.۲۳درصد افزایش

۱۰.یونی‌سواپ
تغییرات قیمتی یک هفته اخیر: ۱۲.۲۲درصد افزایش

با سرقت ۶۰۰میلیون دلار رمزارز، هکرها بزرگ‌ترین دزدی تاریخ را رقم زدند

آژیر خطر برای بلاک‌چین

تبهکاران سایبری توانستند با استفاده از پلتفرم چند ملیتی بلاک‌چین پلی‌نتورک حدود ۶۱۱میلیون دلار رمزارز را به سرقت ببرند.

پلتفرم پلی‌نتورک در حساب توییتر خود اعلام کرد: متاسفانه باید گزارش دهیم که پلی‌نتورک مورد حمله قرار گرفته و حساب‌های اتریوم، باینانس و پلیگون به سرقت رفته‌اند.

در کل ۹,۴۶۸مورد از انواع سکه‌های رمزارز به ارزش ۶۱۱میلیون دلار از این پایگاه خارج شده‌اند که ارزش سکه‌های اتریوم و باینانس به صدها میلیون دلار می‌رسید.

پلی‌نتورک از بورس‌های رمزارز خواست سکه‌های رمزارزهایی که از آدرس‌های مرتبط با هکرها می‌آیند را در لیست سیاه خود قرار دهند.

مقدار پول به سرقت رفته، بزرگ‌ترین مقدار پول دزدیده شده در تاریخ فاینانس غیرمتمرکز است. به دنبال اخبار این سرقت، بورس رمزارز تتر اعلام کرد ۳۳میلیون دلار از سکه‌های رمزارز مربوط به این هک را مسدود کرده است.

هکرهایی که این سرقت را انجام داده‌اند در اقدامی غافلگیر کننده اعلام کردند حاضرند پول دزدیده شده را پس بدهند. آنها پس از این پیام ۴.۸میلیون دلار را به این پایگاه بازگرداندند.

متخصصان امنیت بلاک‌چین می گویند این یک حمله برنامه‌ریزی شده و سازمان‌یافته بوده که با آمادگی کامل انجام شده است.

این در حالی است که سال گذشته نیز سرقت ۴۰میلیون دلاری بیت‌کوین توسط سارقان اینترنتی به انجام رسید. صرافی رمزارز «باینانس» از یک رخنه امنیتی بزرگ خبر داد که طی آن هکرهای ناشناس ۷هزار بیت‌کوین با ارزشی معادل ۴۰میلیون دلار را به سرقت بردند.

چانگپنگ ژائو، بنیان‌گذار و مدیرعامل این صرافی در یک بیانیه مطبوعاتی گفته بود: هکرها به تعداد زیادی از کدهای 2FA، کلیدهای API کاربران و احتمالا اطلاعات دیگری دسترسی پیدا کرده‌اند.

او گفت: مهاجمان در این نفوذ از تکنیک‌های مختلفی از جمله فیشینگ، ویروس و حملات دیگر استفاده کرده‌اند که در حال شناسایی آنها هستیم. با این حال عواقب این نفوذ به سرقت ۷هزار بیت‌کوین ختم نمی‌شود و به گفته ژائو احتمال تحت تاثیر قرار گرفتن حساب‌های شناسایی نشده دیگر هم وجود دارد.

نکته مهم این است که هکرها این تعداد بیت‌کوین را در یک تراکنش جابه‌جا کرده‌اند. آنها با صبر کافی اقدامات هماهنگی را در بهترین زمان روی حساب‌های کاربری مجزا صورت داده‌اند و تراکنش نهایی هم به گونه‌ای سازماندهی شده که از سد معیارهای امنیتی باینانس عبور کند.

تنها چند ساعت پیش از انتشار خبر مربوط به هک، ژائو در توییتر خود از احتمال تغییراتی در حساب‌های کاربران به خاطر امور مربوط به نگهداری و پشتیبانی سرور خبر داده بود. او تاکید کرده بود که این تغییرات پس از چند ساعت به حالت عادی برخواهند گشت و جای نگرانی وجود ندارد.

باینانس برای بررسی ابعاد این سرقت تا یک هفته، امکان واریز و برداشت را غیرفعال کرد اما متعهد شد که تمامی زیان کاربران را پوشش خواهد داد.

هربار که یکی از صرافی‌های شناخته‌شده رمزارز، کیف‌پول‌ها یا کل سیستم مورد هجوم مجرمان سایبری قرار می گیرد، بهای این ارزها نیز با کاهش چشمگیر مواجه می‌شود. حمله‌ای که قبلا همین صرافی را هدف قرار داده بود، در چند دقیقه به کاهش ۱۰۸درصدی بهای رمزارزها منجر شد.

اتصال کشتی‌ها، بنادر و افراد از طریق اینترنت اشیا تا رایانش ابری

۶ راهکار فناورانه برای توسعه سیستم‌های حمل‌ونقل و اکوسیستم دریایی

حدود ۹۰ درصد از کالاهایی که خریداری می‌کنیم با کشتی حمل می‌شوند. برای تحویل موثرتر و کارآمد کالاها در سراسر جهان، بخش دریایی مدرن برای تسهیل تحویل ایمن و قابل اعتماد کالاها به فناوری اطلاعات و ارتباطات متکی است. علاوه بر این، بهره‌برداری از منابع دریایی مانند ماهیگیری، صنعت نفت وغیره توسط صدهاهزار کشتی و کشتی‌های مسافری و تفریحی صورت می‌گیرد. در این زمینه، اتحادیه بین‌المللی ارتباطات راه دور، سهم ملموسی در توسعه سیستم‌های ارتباطی دریایی دارد. این اتحادیه، همه بازیگران اکوسیستم دریایی را به یکدیگر متصل می‌کند و این کار را با ارایه باند فرکانسی برای سیستم‌های همراه با توسعه استانداردهای ارتباطات دریایی و پایگاه‌های داده کلیدی مانند پایگاه داده Maritime، دسترسی به سیستم و بازیابی تلفن همراه (MARS) انجام می‌دهد و چگونگی پیوند فناوری اطلاعات و ارتباطات بین کشتی‌ها، بنادر و مردم جهان را مدنظر دارد.

سازمان ملل متحد و اتحادیه بین‌المللی ارتباطات راه دور، به عنوان آژانس تخصصی این حوزه، از طریق فناوری‌های مخابراتی رادیویی و ناوبری موجود و مدرن، برای حمایت و ارتقای ایمنی و امنیت بخش دریایی فعالیت می‌کند. با پیشرفت فناوری‌های ابری، پیش‌بینی می‌شود آینده حمل‌ونقل بیشتر به اتوماسیون و فناوری اطلاعات و ارتباطات وابسته باشد. در اینجا برخی از روش‌هایی که فناوری اطلاعات و ارتباطات، اتصال کشتی‌ها، بنادر و افراد را تسهیل می‌کند، آورده شده است:

اختصاص طیف فرکانسی برای ارتباطات دریایی

طیف فرکانسی به مثابه سوخت هر سیستم رادیویی است. از سال ۱۹۰۶، اتحادیه بین‌المللی ارتباطات راه دور، منابع فرکانسی لازم را برای فناوری‌های نوظهور رادیویی دریایی در چهارمین کنفرانس جهانی ارتباطات رادیویی (WRCs) تامین می‌کند. به عنوان مثال WRC در سال ۲۰۱۲ (WRC12) باندهای فرکانس بالا را برای انتقال داده‌های دیجیتالی باز کرد که امکان انتقال فایل‌های رایانه‌ای بین کشتی‌ها و ساحل را فراهم می‌آورد تا ارسال گزارش‌ها و سایر داده‌ها از کشتی‌های ماهیگیری را به شرکت‌های اصلی آنها در بنادر تسهیل کند. آخرین WRC در سال ۲۰۱۵ (WRC15) طیفی در حدود ۱۶۱ مگاهرتز را برای سیستم شناسایی خودکار جدید (AIS) به منظور افزایش ایمنی ناوبری اختصاص داد و همچنین فرکانس‌های اضافی در حدود هفت گیگاهرتز برای ماهواره‌های نسل بعدی که برای ارتباطات دریایی استفاده می‌شود، ارایه کرد.

خدمات ناوبری رادیویی برای حمل‌ونقل سبزتر و هوشمندتر

کشتی‌ها مدت‌هاست از رادیو برای ارتباط با ساحل و سایر کشتی‌ها استفاده می‌کنند که این امر، می‌تواند در تعیین مسیرهای بهینه و مقرون به صرفه کمک کند. با برنامه‌ریزی و کنترل مسیریابی پیشنهادی، صنعت کشتیرانی می‌تواند بر میزان انتشار گازهای گلخانه‌ای که منجر به کارایی مصرف و هزینه سوخت می‌شود، تاثیرگذار باشد. ارتباطات رادیویی می‌تواند در این زمینه در جهت حرکت به سمت کشتیرانی سبزتر و هوشمندتر کمک کند. در حال حاضر، موقعیت کشتی را می‌توان در زمان واقعی از طریق سیستم شناسایی خودکار (AIS) یا ردیابی ماهواره‌ای پیگیری کرد.

سرویس ماهواره‌ای ناوبری (RNSS) بخش مهمی از ناوبری در دریاست. این سرویس ارتباطات رادیویی مطابق با قوانین تعیین‌شده در مقررات رادیویی (RR) ITU عمل می‌کند که بر طیف فرکانس رادیویی مبتنی است و استفاده از باندهای فرکانسی را هماهنگ می‌کند. نمونه بارز یک برنامه RNSS سیستم ماهواره‌ای ناوبری جهانی (GNSS) مانند Galileo، GPS، Beidou، GLONASS، و برخی دیگر است. سیستم‌های GNSS در ناوبری و تعیین اطلاعات دقیق موقعیت در سراسر جهان، انقلابی ایجاد کرده‌اند. آنها می‌توانند اطلاعات موقعیت لحظه‌ای کشتی‌ها و هواپیماها را با دقت چند متر به خدمه ارایه دهند.

پایگاه داده دریایی آنلاین

سیستم دسترسی و بازیابی تلفن همراه دریایی (MARS) اتحادیه بین‌المللی ارتباطات راه دور، یک سیستم پایگاه داده دریایی آنلاین است که به کاربران اجازه می‌دهد تا به اطلاعات دقیق در خصوص سیستم‌های ارتباطی رادیویی از جمله تماس‌های اضطراری در ساحل، شماره تلفن‌های ۲۴ ساعته اضطراری و شماره پایانه‌های ماهواره‌ای، علایم تماس رادیویی و کدهای دسترسی مانند شماره شناسه و تلکس، دسترسی داشته باشند. اطلاعات به صورت روزانه به‌روز می‌شود. این وب‌سایت، همچنین اطلاعات عملیاتی کلیدی مانند جزییات ایستگاه‌های ساحلی، هواپیماهای جست‌وجو و نجات و کمک‌های رادیویی برای ناوبری را ارایه می‌دهد.

فیلدهای موتورهای جست‌وجو که بر اساس ترجیحات کاربران انتخاب می‌شوند، دسترسی آسان به اطلاعات، مانند شماره‌ها، علایم تماس و اطلاعات مربوط به راه‌های مختلف رسیدن به کشتی در دریا را فراهم می‌کنند. در خصوص ایستگاه‌های ساحلی و مراکز هماهنگی نجات (RCC) به راحتی می‌توان ویژگی‌های آنها مانند فرکانس تماشا، خدمات تحت‌پوشش مانند مشاوره پزشکی و ساعت‌های مراقبت را پیدا کرد. ارتباطات رادیویی برای ایمنی در دریا ضروری هستند

داشتن یک وسیله ارتباطی قابل اعتماد، نقش کلیدی در ایمنی تردد دریایی دارد. برای دهه‌ها، ناخدایان کشتی به رادیو به عنوان وسیله‌ای برای ارتباطات و هماهنگی‌های لازم وابسته بودند. اعلان قصد سفر و اجتناب از تصادفات دریایی از کارکردهای رادیو بوده است. رادیوها باید برای اطمینان از ایمنی در خشکی و دریا کار کنند. بخش ارتباطات رادیویی (ITUR) با ایفای نقش اساسی در تعیین روش‌های فنی و عملیاتی خدمات رادیویی، برای اطمینان از ایمنی دریانوردان تلاش می‌کند.

سیستم موقعیت اضطراری GMDSS

یک سیستم بین‌المللی است که از طریق سازمان بین‌المللی دریانوردی (IMO) و اتحادیه بین‌المللی ارتباطات راه دور، توسعه یافته است. این سیستم با استفاده از فناوری‌های رادیویی زمینی و ماهواره‌ای در کشتی‌ها و ساحل فعالیت می‌کند. این سیستم در مواقع اضطراری به پرسنل نجات و ارتباطات ساحلی از طریق ایستگاه رادیویی ساحلی یا RCC هشدار می‌دهد و به کشتی‌های مجاور بازماندگان اطلاع می‌دهد تا کمک‌های لازم را ارایه دهند.

اینترنت اشیا، معیارهای زمان واقعی را ارایه می‌دهد

اینترنت اشیا (IoT) یکی از زمینه‌های کلیدی رشد در تجارت و صنعت بوده و در حال حاضر، بخش دریایی را تحت تاثیر قرار داده است تا حمل‌ونقل را با کمک سنسورهای متصل و سیستم‌های عامل یکپارچه که امکان نظارت بر زمان واقعی سیستم‌های سوار بر کشتی دارد، کارآمدتر کند. راه‌حل‌های مبتنی بر اینترنت اشیا می‌توانند متغیرهایی از جمله مکان، دما، ضربه، کج شدن، رطوبت و فشار در کشتی‌های دریانوردی را رصد کرده و این اطلاعات را به مراکز کنترل یا دفاتر شرکت کشتیرانی ارسال کنند. آنها همچنین ممکن است در سیستم‌های بار مانند ظروف یخچال، یکپارچه شوند تا امکان نظارت بر زمان واقعی محصول توسط فرستنده فراهم شود. داده‌ها و اطلاعات را می‌توان بهینه‌سازی و در زمان واقعی برای ناخدا، اعضای خدمه، سایر کشتی‌های شبکه و شرکت‌های حمل‌ونقل زمینی ارسال کرد. در سطح کلان، حسگرهای اینترنت اشیا می‌توانند به ردیابی مکان کشتی کمک کنند. در سطح خرد، آنها قادر به ارایه وضعیت زنده ظروف بار، و نظارت و تجزیه و تحلیل داده‌ها از تولید تا تحویل هستند.

فناوری‌های ابری، موج بعدی نوآوری در حمل‌ونقل دریایی

فناوری‌های نوظهور مانند رایانش ابری، نقش مهمی در تدارکات و حمل‌ونقل دریایی ایفا می‌کنند. استفاده از راه‌حل‌های مبتنی بر ابری به انتقال داده‌های پرسرعت از طریق ماهواره به اتصال کشتی‌های دریایی با عملیات بندری در ساحل، ارایه‌دهندگان خدمات تعمیر و نگهداری و همچنین شرکای حمل‌ونقل کمک می‌کند. این امر به ذی‌نفعان اجازه می‌دهد تا به داده‌های ذخیره‌شده ابری دسترسی داشته، آنها را به اشتراک بگذارند و بینش را بر اساس اطلاعات جامع ارایه دهند. به عنوان مثال با اتصال داده‌ها به فناوری ابری، اتحادیه حمل‌ونقل عرب تخمین می‌زند که با افزودن دسترسی بلادرنگ به داده‌های قیمت سوخت، محل کشتی و اطلاعات مسیر، هزینه‌های بنکر را بین ۳ تا ۵ درصد پس‌انداز کرده‌اند. با پیشرفت فناوری‌های ابری، پیش‌بینی می‌شود آینده حمل‌ونقل بیشتر وابسته به اتوماسیون و فناوری اطلاعات و ارتباطات باشد. فناوری اطلاعات و ارتباطات در کنار یکدیگر، نقش ارزشمندی در صنعت دریایی مدرن ایفا می‌کنند.

بازآفرینی فناوری اطلاعات برای پشتیبانی از دیجیتالی‌سازی

مترجم: راحله حزب‌الهی

امروزه بسیاری از شرکت‌های سنتی به دنبال دیجیتالی‌سازی و ایجاد عملکردی قوی در این زمینه هستند. تجربیات و تحقیقات نشان داده است که راه‌حل‌ها و رفع مشکلات کوتاه‌مدت به‌تنهایی در این زمینه کافی نیست و این شرکت‌ها باید عملکردهای فناوری اطلاعات خود را کاملا تغییر دهند. ارتباطات و اتصالات بیشتر مصرف‌کنندگان با یکدیگر، فرایندهای خودکار و تجزیه و تحلیل‌های پیشرفته، تقاضاهای بی‌سابقه‌ای را برای عملکرد هرچه بیشتر و قوی‌تر فناوری اطلاعات ایجاد کرده است. بنابراین بسیاری از شرکت‌ها با مشکل تامین این افزایش تقاضا روبه‌رو بوده و همواره در تلاش هستند با افزودن عناصر قطعه قطعه‌ای و به‌طور تدریجی مطالبات جدید را تامین کنند. با این حال، آنچه واقعا مورد نیاز است، بازآفرینی کامل فناوری اطلاعات است که می‌تواند به افزایش قدرت رقابتی کمک کرده و حتی یک مزیت راهبردی جدید نیز ایجاد کند. اجرای این بازآفرینی آسان نیست و نیاز به ایجاد تغییرات گسترده‌ای به‌خصوص در زیرساخت‌ها دارد و انجام آن چندین سال طول می‌کشد. اما خوشبختانه شرکت‌ها می‌توانند رویکردی را ارایه دهند که نتایج را به‌طور سریع‌تری نشان دهد. این رویکرد با تمرکز بر دو حوزه ارزشمند کسب‌وکار مانند مدیریت وب و مدیریت ارتباط با مشتری، سبب ایجاد تحولات سریع و مدرن در عملکرد فناوری اطلاعات می‌شود. تحولات موفقیت‌آمیز از ایجاد انفصال بین عملکردهای قدیمی فناوری اطلاعات جلوگیری می‌کند و به عنوان یکی از اولویت‌های اصلی توسط مدیرعامل و رهبران تجاری، اداره می‌شود.

۶ عنصر از عملکرد فناوری اطلاعات که نیاز به بازآفرینی دارد

فناوری اطلاعات و ارتباطات در مقایسه با بسیاری از متصدیان صنعت، نقش بیشتری در تصمیم‌گیری‌های استراتژیک و نوآورانه دارد و همچنین سهم بیشتری از سرمایه‌گذاری را به خود اختصاص داده و استعدادهای بهتری را به خدمت می‌گیرد. اختراع مجدد یا بازآفرینی عملکرد فناوری اطلاعات در جهت دیجیتالی‌سازی، می‌تواند یک مزیت رقابتی جدید را برای شرکت‌ها فراهم کند. در اینجا سعی بر آن شده است تا هفت عنصر مهم برای دستیابی به بهبود عملکرد فناوری اطلاعات و سازگار شدن آن با دنیای جدید دیجیتال، شناسایی و معرفی شود.

۱. رهبری تجاری شفاف و اصلی در زمینه دیجیتال

به‌منظور دستیابی به ارزش واقعی دیجیتال، اولویت‌ها باید کاملا واضح و شفاف باشند و باتوجه به اینکه دارایی‌های فناوری اطلاعات مانند داده‌های مشتری و سیستم‌های عامل وب اغلب در ابتدا به‌صورت مرکزی ایجاد می‌شوند و سپس در بازارها و واحدهای تجاری به اشتراک گذاشته می‌شوند، توافق‌نامه‌های مرکزی در این زمینه از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. ایجاد یک مرکز رهبری دیجیتالی که یک استراتژی مبتنی بر واقعیت را ایجاد و هدایت کرده و همچنین اولویت‌های رقابتی را در حوزه‌های مختلف تجاری مشخص کند برای شرکت‌های فاقد تجربه اهمیت زیادی دارد.

۲. ترتیب‌های لازم برای تغییر سریع در مقیاس نیروی کار

متصدیان باید بتوانند علاوه بر استخدام استعدادها، میزان یا مقیاس نیروی کار را نیز به منظور تامین تقاضای غیرقابل پیش‌بینی، افزایش دهند. این امر معمولا مستلزم ایجاد تغییر در قراردادهای فروشندگان است تا در صورت لزوم گزینه‌هایی برای افزایش ظرفیت اضافی نیروی کار بدون فرایندهای مناقصه‌ای طولانی مدت فراهم شود. همچنین می‌توان توافق‌هایی با فروشندگان ویژه که می‌توانند مهارت‌های تخصصی بیشتری را ارایه دهند نیز در این زمینه صورت داد.

۳. توسعه و انتشار سریع

ارایه سریع محصولات نهایی با کیفیت بالا به روش‌های جدیدی از جمله توسعه و انتشار سریع، آزمایش و استقرار خودکار و یادگیری تغییرات ایجاد شده نیاز دارد اما اغلب چگونگی ترغیب تجارت به اتخاذ این روش‌ها یک چالش اساسی است و به راحتی امکان‌پذیر نیست.

۴. نوآوری سریع با پشتیبانی از خدمات پایدار

تامین سریع تقاضای غیرقابل پیش‌بینی به چندین فعال‌کننده در زمینه ایجاد تغییر در معماری و عملکرد فناوری اطلاعات متکی است. به این منظور ابتدا خدمات پایدار و متناسب با هدف ایجاد می‌شوند سپس به عنوان عناصر سازنده مورد استفاده قرار می‌گیرند (به‌عنوان مثال قیمت‌گذاری و داده‌های مربوط به مشتری). دوم اینکه فناوری اطلاعات این عناصر سازنده را به‌گونه‌ای که به توان از آنها استفاده کرد، ترکیب می‌کند و سپس از طریق یک وب‌سایت گسترده و سیستم‌عامل مستقر در موبایل، نوآوری‌های موفق را به سرعت در همه دستگاه‌ها، بازارها و مارک‌های تجاری گسترش می‌دهد.

۵. زیرساخت مقیاس‌پذیر مبتنی بر ابر

بازاریابی سریع و تامین تقاضای بیشتر مصرف‌کننده نیاز به عملیات زیرساختی مبتنی بر ابر دارد.

۶. داده‌های یکپارچه با کیفیت بالا

فناوری‌های پیچیده مانند سیستم‌های پیشنهادی، به داده‌های با کیفیت بالا نیاز دارند. این داده‌ها در یک مجموعه واحد ادغام شده و به صورت یکپارچه توسط شرکت‌ها نگهداری می‌شوند. به این منظور راه‌اندازی یک برنامه مشترک تجاری و فناوری اطلاعات ضرورت دارد. این برنامه ارزش و اولویت داده‌ها را مشخص کرده و کیفیت آنها را اندازه‌گیری می‌کند و سپس اقدامات اصلاحی مورد نیاز را جهت کاهش ناخالصی داده‌ها و افزایش کیفیت آنها ارایه می‌دهد. به عنوان مثال، تحقیقات انجام شده در مورد یک بانک نشان داده است که در نتیجه بهبود کیفیت داده‌ها ۸۰۰ میلیون دلار مزایای بالقوه به سرمایه آن بانک اضافه شده است. در واقع این افزایش سرمایه در نتیجه ایجاد یک برنامه مشترک بین عملیات فناوری اطلاعات و معرفی یک ساختار قیمت‌گذاری مبتنی بر خدمات است که به منظور ارتقای کیفیت داده‌ها، شرکت‌ها را به دلیل استفاده مداوم از داده‌های قدیمی جریمه می‌کند.

ایجاد تحول در میزان سرعت بازآفرینی فناوری اطلاعات

هر برنامه‌ای به منظور اختراع یا بازآفرینی مجدد فناوری اطلاعات، باید بتواند به سرعت مزایای حاصل از تغییر را در کسب‌وکارها ایجاد کند. با این حال، ایجاد تغییر سریع در کل عملکرد فناوری اطلاعات در اکثر سازمان‌ها با توجه به میزان تغییرات مورد نیاز تقریبا غیرممکن است. معمولا موفق‌ترین تحولات صورت گرفته به این شکل عمل می‌کنند که یک عملکرد جدید و پرسرعت را در کنار عملکرد قدیمی فناوری اطلاعات قرار می‌دهند.

براساس این رویکرد، عملکرد جدید و پرسرعت فناوری اطلاعات ابتدا بر یک یا دو حوزه تجاری باارزش تمرکز می‌کند. در واقع محدود کردن دامنه حوزه‌ها و اولویت‌بندی آنها این اجازه را می‌دهد تا فناوری اطلاعات طی ۱۸ ماه ابتدا برای این مناطق بازآفرینی شود و تاثیر خود را کامل ایجاد کند و سپس به بقیه حوزه‌ها و مناطق بسط پیدا کند.

به منظور ایجاد تحولات سریع موفقیت‌آمیز سه اقدام مهم و زیربنایی لازم است؛

۱. ترکیب ذهنیت راه‌اندازی با مسوولیت‌پذیری سازمانی

ایجاد تغییرات سریع در بازآفرینی و عملکرد فناوری اطلاعات می‌تواند سازمان‌هایی را که از نوع قدیمی این فناوری استفاده می‌کنند با چالش مواجه کند. به عنوان مثال، در یک شرکت اروپایی که فقدان یک حکمرانی و واحد پاسخگویی دقیق داشت، پروژه‌هایی حیاتی که هم شامل عملکردهای جدید و هم قدیمی فناوری اطلاعات می‌شدند را آغاز کردند و این مساله سبب ایجاد چالش‌ها و اختلالاتی شد و هر یک از عملکردها ادعا می‌کرد که دیگری مسوول مشکلاتی است که به وجود آمده. به عنوان مثال برنامه‌های تلفن همراه در فروشگاه‌ها دچار مشکل شدند زیرا مسوولیت نگهداری آنها نامشخص بود و این مساله سبب کاهش تقاضای تجاری و ایجاد عقب‌ماندگی و تاخیر غیرمنتظره شد.

اگرچه عملکرد جدید و پرسرعت یک ذهنیت نوپا را به ارمغان می‌آورد اما وجود یک حاکمیت سازمانی قوی با بررسی و توازن مناسب در زمینه مدیریت تقاضا، معماری و مدیریت ضرورت دارد.

۲. ایجاد تعادل در سبد فناوری اطلاعات

عملکرد جدید با سرعت بالا باعث افزایش سریع در منافع تجاری می‌شود اما تنها می‌تواند در شروع بر یک یا دو حوزه تجاری متمرکز شود. مدیران ارشد اطلاعاتی باید به منظور افزایش هرچه بیشتر منافع تجاری، پروژه‌های پیچیده‌تری را در سایر زمینه‌های تجاری مانند ایجاد تغییرات در سیستم‌های پشتیبانی اصلی مانند مدل‌های جدید قیمت‌گذاری در دست بگیرند.

۳. فناوری اطلاعات باید جزو اولویت‌های اصلی مشاغل قرار گیرد

مدیرعامل و کل تیم اجرایی باید بازآفرینی مجدد فناوری اطلاعات را در اولویت اصلی کسب‌وکار قرار دهند. با توجه به اینکه دیجیتالی‌سازی در کنار مزایای خود آسیب‌ها و خطرات احتمالی هم دارد، ضروری است که آنها کل برنامه را تحت نظر داشته باشند. مهم‌تر از همه، مدیران اطلاعات باید با تهیه نقشه راه که از ابتدا ارزش و نتایج نهایی برنامه را ارایه می‌دهد، از حمایت اولیه رهبران تجاری برخوردار شوند. اگر این اتفاق نیفتد رهبران تجاری ممکن است بعدها و در طی مراحل برنامه به دلیل ایجاد تاخیرات و هزینه‌های احتمالی تغییر مسیر بدهند و برنامه را رد کنند.

بسیاری از مقامات فعلی که در دنیای دیجیتال رقابت می‌کنند، اغلب خواسته‌های بی‌سابقه‌ای را در خصوص ایجاد تغییرات سریع در عملکرد فناوری اطلاعات مطرح می‌کنند. اتخاذ رویکرد ایجاد سرعت می‌تواند فناوری اطلاعات را به یک منبع مزیت رقابتی تبدیل کند اما این امر مستلزم آن است که مدیران ارشد تحول را در اولویت خود قرار دهند. این مساله باعث می‌شود شرکت‌های سنتی برای رقابت با مهاجمان دیجیتالی در موقعیت بهتری قرار گیرند و یافته‌ها نشان می‌دهد که بسیاری از آنها روند طولانی بازآفرینی فناوری اطلاعات را آغاز کرده‌اند.

■ تلفن تحریریه: ۸۸۹۳۶۴۵۴ ■ مرکز تلفن: ۸۸۹۴۶۴۵۰ ■ دورنگار: ۸۸۹۳۶۴۵۶
نشانی دفتر مرکزی: ولیعصر/بالاتر از زرتشت/کوچه نوربخش/شماره ۲۰
■ لیتوگرافی و چاپ: رواق روشن مهر ■ توزیع: نشر گستر امروز
■ سازمان آگهی‌ها: ۸۸۸۰۴۵۷۲ ■ توزیع و مشترکین: ۸۸۹۴۶۴۴۹

کاربردهای IT در صنایع مسافرتی، گردشگری و هواپیمایی

آسیه فروردین

فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، یک نوع شیوه جدید تجارت و یک روش مفید در صنایع است که از دهه ۱۹۳۰ مورد استفاده قرار گرفت. در ۱۵ سال گذشته این سیستم، توسط صنایع مختلف مانند خرده‌فروشی، بانکداری، مخابرات، دولت، گردشگری وغیره دنبال شده و مجموعه وسیعی از برنامه‌ها و اپلیکیشن‌ها مانند اینترنت، وایرلس، دوربین‌های دیجیتال، وای‌فای، VIOP برقراری تماس صوتی، GPS، رادیو دیجیتال و نظایر آن را پوشش می‌دهند. همه صنایع در تلاش هستند تا از فناوری اطلاعات به هر نحو برای توسعه عملکرد تجاری خود استفاده کنند.

در این میان، مسیر گردشگری به‌عنوان یکی از بخش‌های سنتی، در پیشبرد این پیشرفت تکنولوژیکی هموار نبود. بسیاری از شرکت‌های کوچک قادر به انجام این نوع سرمایه‌گذاری نبودند. آنها مجبور شدند بسیاری از کارگران را اخراج کنند زیرا پس از این پیشرفت‌ها، مراجعه به آژانس‌های مسافرتی سنتی به‌صورت حداقلی وجود داشت. اگرچه خدمات فیزیکی، محصولات اصلی صنعت هستند، اما تحت سلطه سیستم‌های اطلاعاتی، خدمات فیزیکی حذف می‌شوند.

گسترش اینترنت، به عنوان یک رسانه اصلی ارتباطی و به عنوان یک ساختار اطلاعاتی برای معاملات تجاری، دارای طیف وسیعی از مفاهیم طراحی‌شده برای مشاغل و عمدتا برای صنایع مسافرتی و هواپیمایی است. تحولات فناورانه و وب پیامدهای گسترده‌ای برای ساختار و کسب و کار و برنامه سازمان‌ها دارد و بسیاری از سازمان‌ها را مجبور می‌کند به دو چیز فکر کنند؛ اول اینکه در کدام بستر، کار خود را انجام می‌دهند؟ دوم اینکه چگونه می‌توانند روش‌های تجاری خود را مهندسی مجدد کنند.

صنایع مسافرتی و گردشگری

عملکرد اصلی صنایع مسافرتی و گردشگری توسط فناوری‌های اطلاعات اداره می‌شود. اینترنت به آنها اجازه می‌دهد محصولات خود را به وضوح نشان دهند و به راحتی با مشتریان ارتباط برقرار کنند. شبکه‌های داخلی، دسترسی به محیطی دوستانه را برای کارکنان سازمان فراهم می‌کند، اکسترانت به شرکای مجاز، توانایی استفاده از اطلاعات رایانه‌ای برای فعالیت‌های آنلاین را ایجاد می‌کند و بسیاری از برنامه‌های مدیریت داخلی، برنامه‌ریزی، مدیریت عملیاتی و بازاریابی سازمان‌های جهانگردی را نشان می‌دهد.

فناوری اطلاعات و ارتباطات از تمام عملکردهای تجاری پشتیبانی می‌کند و برای فعالیت در صنعت سفر، بسیار مهم است. تعداد کمی از صنایع دیگر متکی به تعداد زیادی از شرکا هستند که برای تحویل محصولات خود با یکدیگر همکاری مستقیم دارند و تعداد کمی از زنجیره‌های ارزش دیگر، به اندازه صنعت گردشگری درگیر هستند. موفقیت در هزینه‌کرد و انعطاف‌پذیری از دارایی‌های جدی فناوری اطلاعات و ارتباطات در این فرایند است زیرا به کاهش هزینه و استفاده بهینه کمک می‌کند.

با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات، سازمان‌های گردشگری می‌توانند تولیدات خود را با سفارشی کردن محصول نهایی و با ارزش افزوده با توجه به منابع شخصی، متمایز کنند. فناوری اطلاعات و ارتباطات از مدیریت استراتژیک تجارت گردشگری، از طریق نتایج بلندمدت و فراهم آوردن بستر کار تیمی و معاملات بین همکاران پشتیبانی می‌کند. فناوری اطلاعات و ارتباطات با توانمندسازی رویه‌های داخلی، هماهنگ کردن شرکا و همچنین تعامل با مسافران آینده و عموم مردم به فعالیت کامل صنعت کمک می‌کند. در نتیجه تحولات اخیر ICT کل سیستم را توسعه داده و پیامدهای قابل تامل برای مدیریت استراتژیک و برنامه‌ریزی شده سازمان‌های جهانگردی دارد، ساختار صنعت را به شدت تغییر داده و موجب رقابت همه بازیگران بازار می‌شود.

خطوط هوایی و انقلاب اینترنتی

اینترنت در دهه ۱۹۹۰ معرفی شد. به دلیل توسعه اینترانت و اکسترانت، خطوط هوایی مجبور به تغییر در پیشرفت فنی خود به منظور افزایش رقابت شدند. سرانجام خطوط هوایی تشخیص دادند اینترنت محصول مهمی برای مدیریت هزینه‌های توزیع و اصلاح ساختار این صنعت است. در سال ۲۰۰۱، مدیرعامل بریتیش ایرویز گفت که ۱,۱ میلیارد پوند در این زمینه، هزینه کرده که پس از نیروی کار و سوخت، سومین و مهم‌ترین هزینه این شرکت بوده است. در عصر اینترنت، سیستم توزیع جهانی (GDS) به عنوان مشاغل خودگردان شرکت‌های هواپیمایی، پیشنهاد خود را برای ایجاد ساختار اطلاعات برای معاملات انجام‌شده توسط تعداد زیادی از ورودی‌های سفر اینترنتی توسعه داده‌اند. علاوه بر این، آنها خود را برای تامین کنندگان اصلی فناوری به منظور طیف وسیعی از سازمان‌های گردشگری و همچنین خطوط هوایی، آژانس‌ها و پورتال‌های مسافرتی اینترنتی آماده می‌کنند.

در همین زمان، تعدادی از خطوط هوایی ساده در دو قاره یعنی اروپا و ایالات متحده ظاهر می‌شوند. این خطوط هوایی، هزینه ورودی کمتر را برای بسیاری از زمینه‌های فعالیت خود در نظر گرفتند. آنها همچنین استراتژی‌های ساده توزیع را توسعه داده و از اینترنت برای مکالمه با مشتریان‌شان، استفاده کامل کردند. اینترنت نزدیک به مبتدیان، مانند خطوط هوایی تازه تاسیس، یک فرصت روشن ایجاد کرد. آنها سرمایه‌گذاری زیادی برای توسعه برند آنلاین خود و افزایش سهم بازار کردند. برخی از خطوط هوایی باسابقه مانند خطوط هوایی آمریکا و صنایع هواپیمایی مانند Rynair، Bratthens و Easyjet اینترنت را از مراحل اولیه پذیرفته‌اند. حتی چندین ناو هواپیمابر خود را با آدرس اینترنتی‌شان تزیین کردند و همزمان تبلیغات ویژه‌ای را با رسانه‌ها ترتیب دادند تا به وب‌سایت خود منتقل شوند. آنها مشوق‌هایی را برای مشتریان به منظور رزرو آنلاین ارایه می‌دهند. به این ترتیب شرکت‌های هواپیمایی مشتریان‌شان را مجبور به استفاده آنلاین می‌کنند.

بلیت‌های الکترونیکی، قیمت‌گذاری شفاف و روشن با مدیریت عملکرد فعال، بلیت‌های کرایه یک نفره بدون محدودیت برای اقامت، محدودیت کمیسیون و انتشار کرایه‌های خالص، انگیزه‌های مالی برای رزرو آنلاین، مزایده و تبلیغات آنلاین و سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری از جمله سرویس‌های مبتنی بر فناوری‌های آنلاین هستند. در این شرایط، مشتریان از تسهیلات ارایه‌شده توسط خطوط هوایی لذت می‌برند و از نرخ‌های پایین ارایه‌شده توسط شرکت هواپیمایی بهره‌مند می‌شوند. بنابراین برخی از شرکت‌های هواپیمایی از ابزارهای بدون حاشیه برای توسعه بازاریابی آنلاین خود و همچنین برآوردن نیازهای مشتری پیروی کرده‌اند.

اکثر خطوط هوایی از فناوری اطلاعات و ارتباطات پیشرفته استفاده می‌کنند و بیشتر وظایف خطوط هوایی وابسته به فناوری است. اشتراک‌گذاری و مشارکت شاید یکی از مهم‌ترین زمینه‌های مشارکت در فناوری اطلاعات و ارتباطات باشد. اکثر هزینه‌های پایین برای نمایش در دسترس بودن و ارتباط و معامله با مشتریان، وابسته به پشتیبانی فناوری اطلاعات و ارتباطات است. این فناوری‌ها، در بهبود روند، فرایندها و همچنین امکانات خوب مانند سرگرمی پرواز و خدمات خوب به مشتریان نقش دارد.

بیشتر خطوط هوایی از دهه ۱۹۵۰، سرمایه‌گذاری‌شان را روی خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات انجام داده‌اند. آنها فناوری‌ها را برای دستیابی به روشی موثر، سریع، باکیفیت و دقیق از گزارش‌های خود معرفی کرده‌اند که در آن به راحتی با آژانس‌های مسافرتی و دیگران ارتباط برقرار می‌کنند.

> بیشتر خطوط هوایی از دهه ۱۹۵۰، سرمایه‌گذاری‌شان را روی خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات انجام داده‌اند. آنها فناوری‌ها را برای دستیابی به روشی موثر، سریع، باکیفیت و دقیق از گزارش‌های خود معرفی کرده‌اند که در آن به راحتی با آژانس‌های مسافرتی و دیگران ارتباط برقرار می‌کنند

فناوری اطلاعات و سیستم رزرو رایانه‌ای

سیستم رزرو رایانه‌ای (SABER CRS) در سال ۱۹۶۲ توسط خطوط هوایی آمریکایی به‌عنوان جایگزین برای استفاده از ناوگان بوئینگ ۷۷۰ (۱۲۸ هواپیما) معرفی شد. این پروژه، از نظر فنی برای توصیف احساس شگفتی به منظور نشان دادن یک کار برنامه‌ای است که قدرت برنامه‌نویسی موردنیاز برای پروژه عطارد ناسا را افزایش می‌دهد. در اواسط دهه ۱۹۷۰، SABER به عنوان یک سیستم کنترل موجودی قدرتمند ساخته شد. مبنای تغییرات در برنامه‌های پرواز برای هواپیماها، ردیابی قطعات یدکی، مدیریت رویدادها برای خدمه و توسعه سطح سیستم پشتیبانی تصمیم‌گیری برای مدیریت خطوط هوایی قرار گرفت. پس از آن همه خطوط هوایی از سیستم یکسانی پیروی کرده‌اند تا امکانات موردنیاز مشتریان را برآورده کنند.

در سال ۱۹۷۰ مقررات تخلیه حمل و نقل هوایی ایالات متحده باعث شد تا خطوط هوایی تغییراتی در کرایه و مسیرهای خود ایجاد کنند. این امر باعث افزایش چشمگیر ترافیک هوایی و افزایش تقاضا برای اطلاعات شده است. سیستم رزرو رایانه‌ای به شرکت‌های هواپیمایی فرصت داد تا سازمان داخلی خود را بهبود بخشند. در این میان، CRS، به ابزار قوی برای کنترل موجودی خطوط هوایی تبدیل شده است. خطوط هوایی با ارایه مسیرهای به‌روزرسانی، استانداردهای قیمت در دسترس، به راحتی با آژانس‌های مسافرتی و سایر توزیع‌کنندگان ارتباط برقرار می‌کنند. به دلیل عدم رعایت مقررات، خطوط هوایی تعرفه‌ها و نیازهای محاسباتی و ارتباطی را افزایش داده‌اند. نمایندگان و سایرین از فناوری‌های رایانه‌ای تازه معرفی‌شده برای کنترل رزرو خود و به دست آوردن آسان اطلاعات تعرفه استفاده کرده‌اند. به تدریج CRS به یک دلیل، به شیوه خود به واحد تجاری استراتژیک (SBU) تبدیل شده است؛ یعنی استفاده زیاد از آن در خطوط هوایی. در این زمینه، خطوط هوایی بیشتر از آن استفاده می‌کنند زیرا به همین دلیل نسبت درآمد یا فروش خود را افزایش داده‌اند.

در دهه ۱۹۸۰ خطوط هوایی و مدیران CRS متوجه شدند حمل و نقل هوایی نسبتا کوچک بوده و تجربه مسافرت زیادی دارد. بنابراین از آژانس‌های مسافرتی خواسته می‌شود تعداد ترکیب حمل‌ونقل را از یک ترمینال و ارزش اطلاعات مقصد را افزایش دهند. سیستم CRS با ارایه طیف وسیعی از محصولات گردشگری، مانند هتل‌ها و رزروهای کرایه اتومبیل، توسعه داده شد و سیستم‌های توزیع جهانی را معرفی کرد. در همین زمینه، سیستم SABRA پایگاه داده‌ای ایجاد کرده که شامل برنامه سفر و موجودی آنها از سایر خطوط هوایی است. سیستم توزیع جهانی (GDS)، با ایجاد ۴۰ میلیون تغییر در موجودی خود در هر ماه، میلیون‌ها تعرفه در پایگاه داده‌اش اعمال می‌کند. سرانجام GDS استانداردهای خود را برای کنترل بیش از ۵۰۰ هزار پرونده مسافران و نزدیک به ۲ هزار پیام در هر ثانیه توسعه داده است.

در دهه ۱۹۹۰، سیستم توزیع جهانی، با ارایه اطلاعات و ظرفیت رزرو از طریق سطح بالای محصولات مسافرتی مانند اقامت، کرایه ماشین، برنامه‌های دقیق حمل‌ونقل غیرهوایی و غیره مانند یک سوپرمارکت مسافرتی شد. این سیستم، به آژانس‌های مسافرتی فرصت می‌دهد تا به اطلاعات ضروری در صفحه‌نمایش خود دسترسی داشته باشند و برنامه سفر را از طریق یک سیستم متصل به یکدیگر توسعه دهند.

سیستم توزیع جهانی، به عنوان یکی از روش‌های بازاریابی و مهم برنامه‌های عملیاتی و استراتژیک خطوط هوایی تبدیل شده است زیرا آنها می‌توانند اکثر صندلی‌های هواپیمایی را کنترل و توزیع کنند. به دلیل برخی تغییرات، CRS به چهار GDS اصلی مانند Amadeus، worldspan، SABER و Galileo تبدیل می‌شود. این چهار GDS مجوز جذب آژانس‌های مسافرتی را دارند و با افزایش تعداد خدمات ارزش افزوده برای آژانس‌های مسافرتی و خطوط هوایی، بازارشان را انتخاب می‌کنند.

کاهش آسیب‌پذیری مرورگرهای مدرن نسبت به قبل

ملینا امینی‌فشمی

مرورگرهای مدرن در محافظت از ما در برابر آسیب‌پذیری‌ها و خطرات آنلاین بسیار بهتر از اجداد خود عمل می‌کنند، اما به‌طور معمول مرورگرهای بزرگ در مراقبت از حریم خصوصی شما چندان عالی نیستند. Firefox یکی از بهترین مرورگرها در این زمینه است که دارای برخی ویژگی‌های ضدردیابی مناسب است، اما ممکن است هنوز نیاز به افزودنی‌هایی برای تقویت این حریم خصوصی داشته باشید.

افزونه‌های زیر برای مرورگر فایرفاکس می‌تواند به تقویت حریم خصوصی کمک کند. در اینجا به برخی از آنها اشاره خواهیم کرد.

ClearURLs

یک برنامه بسیار ساده که اخیرا محبوبیت زیادی پیدا کرده است، ClearURLs به‌طور خودکار عناصر ردیابی را که در URL های بی‌شماری در وب‌سایت‌های مختلف گیر کرده‌اند، حذف می‌کند.

شما اغلب می‌توانید کد رهگیری را در یک آدرس اینترنتی مشاهده کنید و در صورتی که URL بیش از حد طولانی باشد (دارای علایمی مانند ?=، علامت سوال و سایر موارد باشد). این افزونه‌ها تمام قسمت ردیابی یک URL را حذف کرده و آن را تنها به آنچه برای مرور سایت نیاز دارید، کوتاه می‌کند.

با بیش از ۲۵۰ قانون ردیابی که راهکاری برای دور زدن ردیابی بوده از مسدود شده، Google نتایج جست‌وجو را شامل عناصر ردیابی و بسیاری از عملکردهای دیگر بازنویسی می‌کند. این برای کسانی که حریم خصوصی را در اولویت قرار می‌دهند ضروری است.

حذف خودکار کوکی‌ها

ممکن است کوکی‌ها شیرین به نظر برسند، اما یکی از حیله‌گرترین مکنده‌های حریم خصوصی در اینترنت به شمار می‌آیند. آنها معمولا بدخواه نیستند، اما افراد با حریم خصوصی آنها را دوست ندارند. کوکی‌ها بسته‌های کوچکی از داده‌ها هستند که یک وب‌سایت به فروشگاه‌های رایانه شما ارسال می‌کند و این تاریخ فعالیت شما را در وب‌سایت مربوطه پیگیری می‌کند.

این می‌تواند مفید باشد، مانند به خاطر سپردن مواردی که به سبد خرید خود اضافه کرده‌اید، اما «ردیابی کوکی‌ها» همچنین می‌تواند نمایه‌ای از عادات آنلاین شما باشد که ممکن است شما آنها را نخواهید. CookieAutoDelete یک برنامه افزودنی است که با کنترل کامل بر کوکی‌های شما به این موضوع می‌پردازد. به‌طور پیش‌فرض، وقتی یک سایت یا برگه مشخص را می‌بندید، به‌طور خودکار همه کوکی‌ها را حذف می‌کند.

DuckDuckGo Privacy Essentials

DuckDuckGo Privacy Essentials یک برنامه افزودنی مرورگر است که توسط افراد پشت DuckDuckGo ایجاد شده است که می‌تواند هنگام بازدید از سایتی برای ردیابی حرکات بعد از آن، به‌طور خودکار، ردیاب‌های شخص ثالثی را که به مرورگر شما متصل می‌شوند، مسدود کنید.

این برنامه، درجه حریم خصوصی را برای هر سایتی که بازدید می‌کنید به شما نشان می‌دهد. در حالی که هیچ یک از این ویژگی‌ها انقلابی نیستند، این یک راه‌حل بسیار ساده برای همه کسانی است که معادل یک کلید «Privacy: ON» را در مرورگر خود می‌خواهند.

NoScript

جاوااسکریپت مسوول محتوای پویایی است که به‌صورت آنلاین مشاهده می‌کنید، مانند فیلم، انیمیشن، گالری تصاویر، سبد خرید و غیره. با این حال، بسیاری از مواردی که ما نمی‌خواهیم، مانند تبلیغات، پیگیری نحوه استفاده از سایت یا حتی سوءاستفاده از اشکالات در مرورگر ما برای دسترسی به داده‌های رایانه ما، در پشت آن قرار دارد. به همین دلیل NoScript یکی از برنامه‌های افزودنی است که ارزش افزودن به مرورگر شما را دارد زیرا به شما امکان می‌دهد پشتیبانی از چنین اسکریپت‌هایی را به صورت انتخابی روشن یا خاموش کنید.

توجه داشته باشید که استفاده از آن می‌تواند تا حدی آزاردهنده باشد زیرا بیش از حد دقیق است. همچنین مواردی را که می‌خواهید مسدود می‌کند، برخی از سایت‌های مورد علاقه شما تا زمانی که آنها را در لیست سفید قرار ندهید، غیرقابل تشخیص هستند. با این حال، این هزینه کمی برای حفظ حریم خصوصی شما است و هرچه بیشتر از آن استفاده کنید، مشکل تقریبا برطرف می‌شود.

Privacy Badger

یکی دیگر از برنامه‌های افزودنی ضدردیابی عالی، Privacy Badger در مقایسه با اکثر معاصران خود متفاوت عمل می‌کند. به جای تکیه بر لیست‌های از پیش تعریف شده از سایت‌های «خوب» و «بد»، سعی می‌شود ردیاب‌ها را بر اساس رفتار آنها کشف کند.