

فناپ از بازیگری تا بازی سازی در عرصه هلدینگ‌های فناوری بانکی

راه اندازی سرویس 5G در شرکت‌های زیر مجموعه؛ نیمه دوم ۱۴۰۰

۴

تحول دیجیتال کسب و کار شرکت شما در کجای مسیر قرار دارد؟



تحول دیجیتال کسب و کار (DBT) با مقیاس و سرعتی هم تهدیدآمیز و هم امیدوارکننده در حال رخ دادن است. در گزارشی با عنوان «اینترنت همه چیز»، سیستم‌های CISCO تخمین زدند که ۱۰ میلیارد دستگاه در سال ۲۰۱۳ به اینترنت متصل شده و پیش‌بینی کردند که این تعداد تا سال ۲۰۲۰ به ۵۰ میلیارد دستگاه برسد. در ادامه پیش‌بینی شده که ۱۴ تریلیون دلار ارزش تجاری و اقتصادی بین سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۰ در سراسر کشورها، صنایع و شرکت‌ها به واسطه نوآوری تجاری، بهره‌وری بیشتر، افزایش کارایی در فرایندها و افزایش تجربیات مشتری در خطر خواهد بود. مزایای DBT بسیار زیاد بوده، اما به طور غیریکنواخت توزیع شده است. مطالعه IBM/MIT در سال ۲۰۱۱ نشان داد که شکاف گسترده‌ای بین شرکت‌ها در نحوه بهره‌گیری از تجزیه و تحلیل و داده‌ها برای ارزش کسب و کار وجود دارد. در این مقاله، به تعریف معنای DBT برای شرکت‌ها و ارائه نقشه راه برای ایجاد و جذب ارزش از ابزارها و فناوری‌های دیجیتال می‌پردازیم.

۱

توسعه نرم افزارها و پلتفرم‌های موبایلی در عصر نوین کشاورزی

فناوری اطلاعات و ارتباطات، فناوری‌هایی هستند که دسترسی کاربران را برای بازیابی، ذخیره و انتقال اطلاعات به صورت دیجیتالی تسهیل می‌کنند. این فناوری‌ها، عامل مهمی در رشد کشاورزی بوده‌اند. استفاده از این فناوری‌ها، اطلاعات و هزینه‌های معاملات را کاهش داده، ارائه خدمات را تسهیل کرده، فرصت‌های شغلی جدیدی ایجاد کرده و موجب شکل‌گیری مدل درآمدی نوین شده است.

۷

۵ کاربرد تلویزیون‌های هوشمند

۸

اعتماد مصرف‌کننده در مسیر آسیب

اصل ساده‌ای در اقتصاد می‌گوید: پول عنصر تعیین‌کننده در رفتار عرضه و تقاضا است و به نوعی با بررسی رفتار تولیدکنندگان و مصرف‌کننده به این نتیجه می‌رسند که قیمت، عامل اساسی تغییر رفتار است. افزایش قیمت یک کالا، میزان تولید و عرضه را افزایش می‌دهد زیرا افزایش قیمت، افزایش سود را به همراه دارد که این خود عامل تشویق و ایجاد انگیزه در تولیدکنندگان و واردکنندگان کالا است. اما زمانی که قیمت یک کالا افزایش پیدا می‌کند تقاضا برای آن کالا کمتر شده و مصرف‌کننده تمایل خود برای خرید آن کالا را از دست می‌دهد. در واقع این قیمت است که بر میزان عرضه و تقاضا اثر مستقیم دارد. اما نکته‌ای که ما در پی آن هستیم این است که با افزایش قیمت یک محصول میزان تقاضا برای آن کاهش پیدا می‌کند و مصرف‌کنندگان مجبور می‌شوند به سراغ خرید محصولاتی بروند که قیمت‌های پایین‌تر و جذاب‌تری دارند. با این پیش‌زمینه به راحتی می‌توانیم جولان بی‌امان کالاهای کار کرده و بی‌کیفیت را در بازار IT به راحتی تحلیل کنیم.

۲

آیا ال‌جی و سامسونگ باز خواهند گشت؟ بازگشت پر ابهام دو برند مطرح به کشور



اخیراً برای دومین بار در سال جاری اخباری از واردات قانونی لوازم خانگی کره‌ای به کشور منتشر شده است؛ در حالی که بررسی‌ها نشان می‌دهد تصمیم جدیدی در این خصوص گرفته نشده است. در روزهای اخیر دوباره بحث واردات لوازم خانگی کره‌ای به جای بدهی‌های کره به ایران در رسانه‌های مختلف مطرح شده است. برخی رسانه‌ها مدعی شدند که آمریکا برای آزاد کردن بخشی از پول‌های ایران، به کره و شرکت‌های کره‌جنوبی مجوز داده که بدهی ایران را تنها از طریق واردات کالا به ایران پرداخت کنند، اما در این مجوز قید شده که شرکت‌های جدید امکان صادرات محصولات خود به ایران را ندارند و همان شرکت‌های پیشین ال‌جی و سامسونگ باید محصولات خود را به ایران صادر کنند. اما جست‌وجویی در سایت‌های مختلف انگلیسی‌زبان نشان می‌دهد که این خبر اواخر تیر ماه در برخی سایت‌ها منتشر شده که البته در آنها اشاره‌ای به نام شرکت‌ها نشده است. همان زمانی که اولین بار گمانه‌زنی‌هایی از واردات لوازم خانگی کره‌ای بعد از توافق با کشورهای غربی مطرح شد. البته چند روز پس از آن ماجرا، وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) مجوز ورود محصولات لوازم خانگی خارجی به کشور را رد و اعلام کرد که هیچ تصمیمی برای ورود محصولات لوازم خانگی خارجی به کشور ندارد.

۳

کتاب، کودک و والدین



قصه‌گو، قصه بگو!

کودک را به تعریف داستان‌های خوانده شده در جمع‌های خانوادگی و دوستانه تشویق کنید.



با مراجعه به سامانه www.samanpl.ir علاوه بر عضویت در کتابخانه‌های عمومی، نسبت به تمدید و رزرو کتاب‌ها اقدام کنید.



www.mci.ir

خرید از طریق shop.mci.ir و تمامی مراکز فروش و خدمات همراه اول

یک لبخند دائمی
فروش ویژه سیم کارت دائمی با ۴٪ تخفیف

اعتماد مصرف کننده در مسیر آسیب



داوود صفی‌خانی



اصل ساده‌ای در اقتصاد می‌گوید: پول عنصر تعیین کننده در رفتار عرضه و تقاضا است و به نوعی با بررسی رفتار تولید کنندگان و مصرف کننده به این نتیجه می‌رسند که قیمت، عامل اساسی تغییر رفتار است

افزایش قیمت یک کالا، میزان تولید و عرضه را افزایش می‌دهد زیرا افزایش قیمت، افزایش سود را به همراه دارد که این خود عامل تشویق و ایجاد انگیزه در تولید کنندگان و وارد کنندگان کالا است. اما زمانی که قیمت یک کالا افزایش پیدا می‌کند تقاضا برای آن کالا کمتر شده و مصرف کننده تمایل خود برای خرید آن کالا را از دست می‌دهد. در واقع این قیمت است که بر میزان عرضه و تقاضا اثر مستقیم دارد. اما نکته‌ای که ما در پی آن هستیم این است که با افزایش قیمت یک محصول میزان تقاضا برای آن کاهش پیدا می‌کند و مصرف کنندگان مجبور می‌شوند به سراغ خرید محصولاتی بروند که قیمت‌های پایین‌تر و جذاب‌تری دارند.

با این پیش زمینه به راحتی می‌توانیم جولان بی‌امان کالاهای کار کرده و بی کیفیت را در بازار IT به راحتی تحلیل کنیم. مهدی شامی زنجانی می‌گوید: «درک درست یک مفهوم، کلید اجرای موفقیت آمیز آن است، اگر ما، پاسخ مناسبی برای سوال چستی یک مفهوم نداشته باشیم، قطعاً نمی‌توانیم پاسخ شایسته‌ای به سوال چگونگی آن مفهوم بدهیم.»

جولان کالاهای کار کرده، گسترش پدیده قاچاق کالا، عرضه کالاهای بی کیفیت و از همه پراسیب‌تر، فعال شدن کانال‌های توزیع غیر رسمی کالاهای IT در بازار فناوری و حتی بالا بودن قیمت کالاها در بازار داخلی نسبت به قیمت فروش آن در بازار بین‌المللی و خارجی، علت ریشه‌ای دارد که به مقوله عرضه و تقاضا و عنصر قیمت تنیده شده است.

در واقع وقتی نظام عرضه کالاها با اعمال محدودیت و یا ممنوعیت واردات کالاها کند شده و با افزایش نرخ ارز و تعرفه‌های گمرکی توأم باشد، عنصری که سریع تحت تاثیر قرار می‌گیرد، قیمت کالاها است و به سرعت قیمت کالاها در مرحله اول افزایش یافته و پدیده‌هایی ذکر شده در بالا به تدریج گسترش پیدا می‌کنند. در واقع پدیده‌هایی مثل قاچاق و نظام توزیع غیر رسمی، نتیجه ریشه‌ای سیاست گذاری اشتباه است و به نسبت گسترش آن، عمق بیشتری هم در بازار پیدا می‌کند و با نظارت و کنترل هم قابل درمان نیست.

طبق اصل ساده اقتصادی، وقتی در اثر مجموعه سیاست گذاری‌ها، کانال عرضه کالاها سر کوب و نرخ ارز هم افزایش پیدا کند، قیمت کالاها افزایش و مصرف کننده بخش بزرگی از توان خرید خود را از دست خواهد داد و برای تامین نیازهای خود، اجباراً به سمت کانال‌های دیگر عرضه کالاها سوق پیدا خواهد کرد تا بتواند کالای مورد نظرش را با قیمت مناسب‌تری تهیه کند. علت اصلی شکل گیری شبکه فروش کالاهای کار کرده، بی کیفیت، غیر رسمی و پدیده قاچاق هم ریشه در این اصل ساده دارد.

این پدیده این روزها در بازار IT بیشتر از گذشته نمایان است؛ اگر تا سال‌ها پیش دغدغه فعالان لزوم گسترش کالاهای با کیفیت با گارانتی و خدمات بهتر بود، این روزها جولان بی‌امان کالاهای کار کرده، بی کیفیت و شبکه‌های فروش غیر رسمی کالاها، بخش بزرگی از بازار IT را در چنگ خودشان گرفته‌اند و دیگر اثری از آن دغدغه‌های خوب گذشته مشاهده نمی‌شود. با این شرح، اکنون بیکره بازار IT آماج حملات پراسیبی است که اعتماد مصرف کننده (مهم‌ترین رکن بازار IT) را نشانه گرفته است و تلاش‌های فراوان شرکت‌ها و فعالان خوب گذشته در تعمیق آن در حال از دست رفتن است.

از نظر نگارنده، برای مبارزه با پدیده قاچاق کالا، ناچار آمد کردن کانال‌های غیر رسمی توزیع کالاها، احترام به حقوق مصرف کننده و پویایی بازار نیاز ضروری است که مسیر عرضه کالاها به شدت تقویت شود و تمام محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های واردات کالاهای IT برداشته شده و تعرفه‌های گمرکی هم به حداقل برسد تا به صورت سیستمی بازار پویایی خود را احیا کند. در این صورت به یقین می‌توان گفت مصرف کننده، با تنوع انتخاب بیشتری مواجه شده و قیمت‌های جذاب‌تری را شاهد خواهد بود و لزوماً به مسیر پراسیب کانال‌های غیر رسمی هدایت نخواهد شد.

آیال جی و سامسونگ باز خواهند گشت؟ بازگشت پر ابهام دو برند مطرح به کشور



کره جنوبی مبنی بر تهاثر مطالبات ایران از کره با کالاهای تولید شده در ال جی و سامسونگ، گفت: بخشی از منابع مالی ایران در کره جنوبی بلوکه شده و این کشور موظف است با توافق با جمهوری اسلامی ایران این اعتبار را به ما بازگرداند. نماینده مردم تهران، شمیرانات، ری، اسلامشهر و پردیس در مجلس شورای اسلامی افزود: در صورتی که کره جنوبی سعی کند بدون توافق با ایران پول‌های بلوکه شده ما را فقط از طریق تهاثر کالاهای ال جی و سامسونگ تسویه کند، خلاف قوانین و مقررات بین‌المللی عمل کرده است.

رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی بابیان اینکه کره جنوبی نباید پرداخت بدهی خود را منوط به تهاثر کالا کند، به دولت سیزدهم توصیه کرد که بهتر است زیر بار تهاثر کالاهای ال جی و سامسونگ نرود.

این نماینده مردم در مجلس یازدهم با بیان اینکه آمریکا برخلاف قوانین بین‌المللی، قوانین داخلی خود را به دنیا دیکته می‌کند، این یعنی قانون جنگل، تصریح کرد: کره جنوبی حق ندارد پرداخت پول ایران را موقوف به اجازه آمریکا کند، این یعنی ذلت برای کره و مشارکت این کشور در راهزنی و کلاهبرداری آمریکا، مجلس در قبال این گونه برخورد‌هایی تفاوت نمی‌ماند، آمریکا و همه کشورهای شریک جنایاتش باید به قوانین بین‌المللی و حقوق ملت‌ها احترام بگذارند در غیر این صورت باید منتظر عکس‌العمل شدید ملت‌ها باشند.

رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس با بیان اینکه دولت باید حمایت از تولید داخلی را در اولویت قرار دهد، ادامه داد: تحریم‌ها فرصتی مناسب برای رشد و بالندگی صنایع داخلی به ویژه لوازم خانگی را فراهم کرده به گونه‌ای که در حال حاضر تولید کنندگان این حوزه می‌توانند نیازهای کشور را تامین کنند.

کارخانه‌های تولید لوازم خانگی گفت: ۵۰۰ کارخانه تولید لوازم خانگی در کشور با قابلیت تولید ۱۹ میلیون لوازم خانگی وجود دارد پس چرا امروز که راه افتاده‌ایم برخی شرکت‌های خارجی قصد حضور مجدد در ایران را دارند. سلیمی تاکید کرد که دولت با دقت ویژه‌ای اجازه ندهد به راحتی سامسونگ و ال جی به کشور برگردند چون آنها به ما خیانت کردند.

کره جنوبی نباید پرداخت بدهی خود را منوط به تهاثر کالا کند

رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس درباره مجوز آمریکا به کره جنوبی مبنی بر تهاثر مطالبات ایران از کره جنوبی با کالاهای تولید شده در ال جی و سامسونگ، گفت: اگر کره جنوبی تلاش کند بدون توافق با ایران، پول‌های بلوکه شده ما را فقط از طریق تهاثر کالاهای ال جی و سامسونگ تسویه کند، خلاف قوانین و مقررات بین‌المللی عمل کرده است.

عزت‌اله اکبری تالارپشتی در خصوص مجوز آمریکا به

و گارانتی ندارند. وضعیت تقریباً مشابهی در صنعت خودرو و بارندرنو و پژو نیز رخ داده است.

یک عضو هیات رئیسه مجلس شورای اسلامی گفت: شنیده شده دو شرکت سامسونگ و ال جی قصد بازگشت به کشور را دارند اما آنها به ما خیانت کردند.

او افزود: سفر رئیس جمهور به نقاط محروم مساله بسیار مهمی است و قطعاً عرش نشینان نمی‌توانند در مردم را درک کنند و آقای ریسی نشان داد با آنها تفاوت اساسی دارد.

سلیمی در ادامه در تذکری اظهار کرد: شنیده شده دو شرکت سامسونگ و ال جی می‌خواهند با شرایط عجیب و غریب به کشور برگردند؛ روزی که ما به سامسونگ و ال جی نیاز داشتیم آنها ایران را رها کردند و رفتند حالا هم پذیرفتنی نیست که به جای پول‌های بلوکه شده ایران در کره جنوبی و با فضایی که آمریکایی‌ها باز کرده‌اند، محصولات کره‌ای وارد کشورمان شود.

این نماینده مجلس شورای اسلامی با اشاره به فعالیت

اخیراً برای دومین بار در سال جاری اخباری از واردات قانونی لوازم خانگی کره‌ای به کشور منتشر شده است؛ در حالی که بررسی‌ها نشان می‌دهد تصمیم جدیدی در این خصوص گرفته نشده است.

در روزهای اخیر دوباره بحث واردات لوازم خانگی کره‌ای به جای بدهی‌های کره به ایران در رسانه‌های مختلف مطرح شده است. برخی رسانه‌ها مدعی شدند که آمریکا برای آزاد کردن بخشی از پول‌های ایران، به کره و شرکت‌های کره جنوبی مجوز داده که بدهی ایران را تنها از طریق واردات کالا به ایران پرداخت کنند. اما در این مجوز قید شده که شرکت‌های جدید امکان صادرات محصولات خود به ایران را ندارند و همان شرکت‌های پیشین ال جی و سامسونگ باید محصولات خود را به ایران صادر کنند. اما جست‌وجویی در سایت‌های مختلف انگلیسی‌زبان نشان می‌دهد که این خبر اواخر تیر ماه در برخی سایت‌ها منتشر شده که البته در آنها اشاره‌ای به نام شرکت‌ها نشده است. همان زمانی که اولین بار گمانه‌زنی‌هایی از واردات لوازم خانگی کره‌ای بعد از توافق با کشورهای غربی مطرح شد.

البته چند روز پس از آن ماجرا، وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) مجوز ورود محصولات لوازم خانگی خارجی به کشور را رد و اعلام کرد که هیچ تصمیمی برای ورود محصولات لوازم خانگی خارجی به کشور ندارد.

دو سال پیش و با تشدید تحریم‌های آمریکا، دو شرکت کره‌ای ال جی و سامسونگ که در صنعت لوازم خانگی سرمایه‌گذاری کرده بودند، ایران را ترک کردند. در حال حاضر برن این دو شرکت در ایران به جی پلاس و سام تغییر کرده و قطعات آنها از کشورهای دیگری به جز کره به ایران وارد می‌شود. بنابراین کالاهای برن ال جی و سامسونگ موجود در بازار به صورت قاچاق وارد می‌شوند

واردات گوشی موبایل بیشتر از کالای اساسی

واردات گوشی تلفن همراه اختصاص داشته است که در مقایسه با مدت سال قبل ۱۰۲ درصد از نظر ارزش و ۵۰ درصد از لحاظ وزنی رشد دارد. در همین دوره، باز هم گوشی تلفن همراه نسبت به سایر اقلام بیشتر وارد شده و در رتبه اول است. طبق آمار ۲۳۹ میلیون دلار واردات گوشی تلفن همراه صورت گرفته که با اختلاف زیادی پس از آن اقلام اساسی قرار دارد.

بر این اساس، مجموع واردات گوشی موبایل در پنج ماهه ابتدایی سال به بیش از ۱۴ میلیارد دلار می‌رسد که رقم قابل توجهی در واردات ایران که عمدتاً محدود به کالاهای اساسی و مواد تولیدی است به شمار می‌رود.

بین کالایی مانند گوشی تلفن همراه از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است و در بین اقلام در صدر واردات قرار دارد. بررسی روند واردات طبق آمار گمرک ایران نیز این موضوع را تایید کرده و نشان می‌دهد که در چهار ماه ابتدایی سال جاری که مجموع تجارت خارجی ایران در صادرات و واردات حدود ۲۹ میلیارد دلار بوده، حدود ۱۴ میلیارد دلار آن واردات است و از این میزان ۱۰۱۵۶ میلیارد دلار به

در جریان واردات صورت گرفته در سال جاری، گوشی تلفن همراه با بیش از ۴ میلیارد دلار همواره در صدر واردات قرار داشته و بعد از آن هر یک از کالاهای اساسی قرار دارند. به گزارش ایسنا، گرچه از سال ۱۳۹۷ و با تغییر سیاست ارزی دولت به تدریج واردات بسیاری محدود و عمدتاً در قالب کالاهای اساسی در ۲۵ گروه و همچنین مواد اولیه و واسطه تولید صورت می‌گیرد اما در این

موضوعات و سوژه‌هایی از «حافظ حوزه ICT کشور» کم یا اضافه خواهد شد که اطلاع رسانی لازم در خصوص آنها را انجام خواهیم داد. تحریریه هفته‌نامه 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 بخش‌های متخلف کشور عمل کند. لذا از تمامی علاقه‌مندان و فعالان نیز دعوت می‌شود موارد مدنظر خود را از طریق ایمیل report@asrertebat.com یا شماره تلفن ۸۸۹۴۷۴۵۲ به ما اعلام کنند.

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 سر نوشت 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، صرفاً به عنوان یک حافظه عمل خواهد کرد و هر از گاهی اقدام به باز نشر آن خواهیم کرد. در دوره این باز نشرها طبعاً

«ناتمام‌های فاوای کشور»

مهلت شش ماهه اصلاح سامانه‌های دولتی

شورای اجرائی فناوری اطلاعات در جلسه ۲۸ فروردین ۱۳۹۶ بر اساس پیشنهاد وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات آیین‌نامه اجرایی استقرار چارچوب تعامل پذیر 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 با باز طراحی سامانه‌های اطلاعاتی اقدام کنند که البته همچنان بسیاری از دستگاه‌ها این کار را نکرده‌اند.

پیوست فناوری طرح‌های کلان

۱۸ فروردین ۱۳۹۶ رئیس ستدیکاری 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 می‌رسد 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 تیر ماه سال ۹۶ با وجود الزام قانون و ابلاغ آیین‌نامه آن، راه‌اندازی سامانه به تعویق افتاده بود. حال اما با وجود راه‌اندازی سامانه همچنان بسیاری از ۴۸۰ دستگاهی که باید در این سامانه عضو شوند به آن متصل نشده‌اند.

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 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 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.

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 ماموریت‌های اپراتور چهارم ایران‌نت بود که محقق نشده و حتی سر نوشت این اپراتور هم در هاله‌ای از ابهام قرار دارد.

سامانه‌های چکاوک ۲ و ۳

هشتم خرداد ۱۳۹۶ دبیر کل 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 بین بانکی، توسط بانک مرکزی شود. ایجاد امکان واگذاری چک به مقصد حسابه‌های دولتی نزدیک مرکزی از شعب بانکی قصل‌نقاط کشور نیز قابلیت ویژه‌ای بود که قرار بود چکاوک ۳ ایجاد کند اما همچنان نسخه‌های ۲ و ۳ چکاوک عملیاتی نشده‌اند.

فیلترینگ هوشمند

فیلترینگ هوشمند طرحی بود تا در عین حال که دسترسی به شبکه‌های اجتماعی مقدور باشد صفحات غیر اخلاقی و مغایر با موازین نظام فیلتر شود. آن طور که منابع رسمی وزارت ارتباطات گفته‌اند، 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 سر نوشت و خروجی آن نیست.

نقطه بحرانی طرح صیانت؛ کارگروه مدیریت گذرگاه ایمن مرزی



عباس پورخصالیان

است که او رییس کارگروه مگام نیست و ریاست کارگروه بر عهده نماینده مرکز ملی فضای مجازی است. سوال این است که چرا ستاد کل نیروهای مسلح، خود را آسار ریاست کارگروه مگام رانمی پذیرد؟

■ نماینده سازمان اطلاعات سپاه؛ مسوولیت او در کارگروه مگام هنوز تعریف نشده، ولی همان طور که از نام این سازمان برمی آید؛ به نظر می رسد کارکرد احتمالی نماینده سازمان اطلاعات سپاه، گردآوری اطلاعات حاکمیتی، یعنی اطلاعاتی است که ضامن بقای نظام کل، نهادهایی فراتر از سه قوه و فراتر از دولت هستند.

■ نماینده وزارت اطلاعات؛ برای نماینده وزارت اطلاعات نیز هنوز مسوولیت مشخصی در کارگروه مگام تعریف نشده ولی به گمانم کارکرد احتمالی او هم جمع آوری اطلاعات است؛ منتها نه اطلاعاتی حاکمیتی بلکه جمع آوری «اطلاعات دولتی»، یعنی اطلاعاتی که برای رییس جمهور و وزارتخانه های تحت نظارت او، «حساس» به نظر می رسند؛

■ نماینده وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات؛ عمده مسوولیت های نماینده این وزارتخانه در طرح صیانت (تبصره ۲ ذیل ماده ۱۰) مشخص شده است. او دارای مسوولیت در امور فنی و اجرایی مربوط به گذرگاه ایمن مرزی است؛ تبصره مذکور همچنین مصادیق امور فنی و اجرایی را برای او و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، این چنین بیان می کند: راه اندازی، نگهداری، بهره برداری، ایجاد دسترسی (؟)، توسعه و ارتقای گذرگاه ایمن مرزی. در حالی که منظور از «ایجاد دسترسی»، تامین پهنای باند لازم برای ارتباطات بین المللی شبکه ملی اطلاعات و ترانزیت کشوری است.

■ نماینده سازمان پدافند غیر عامل؛ مسوولیت او هم در کارگروه مگام نامشخص است؛ اما اگر کارکرد او را از هدف سازمان پدافند غیر عامل مشتق کنیم، وظیفه اش، دفاع در مقابل حملات سایبری، جلوگیری از تلفات انسانی و پیشگیری از وارد آمدن خسارات نشت گرفته از حملات سایبری به تاسیسات حیاتی و حساس نظام و جامعه مدنی و به حداقل رساندن تلفات و خسارات مذکور با استفاده از ابزارهایی غیر نظامی است. البته باید توجه داشت که حدود یک سال پیش، یعنی روز ۲۷ مرداد ماه ۱۳۹۹ از طرف ستاد کل نیروهای مسلح، برای اولین بار، هشدار رساله ای شد با این مضمون که اگر عملیات های سایبری به زیرساخت های حیاتی کشور، به آستانه حمله مسلحانه متعارف ارتقا یابند، نیروهای مسلح ایران، حق دفاع مشروع دارند و دفاع در مقابل تهدیدات سایبری را

مدیریت گذرگاه ایمن مرزی (مگام) مبحثی حساس در پیش نویس «طرح قانون حمایت از حقوق کاربران و خدمات پایه کاربردی فضای مجازی» است زیرا تهیه کنندگان طرح مذکور، مدیریت گذرگاه ایمن مرزی (مگام) را به کارگروهی هفت نفره سپرده اند، متشکل از رییس مرکز ملی فضای مجازی که همچنین رییس کارگروه مگام است، به علاوه نمایندگان از شش نهاد حاکمیتی و دولتی دیگر، به شرح زیر:

■ نماینده ستاد کل نیروهای مسلح؛ او مسوولیت کلان اعمال مصوبات کارگروه مگام را بر عهده دارد و علاوه بر آن، وظیفه دارد بین دستگاه های مرتبط، هماهنگی های لازم برای اجرای مصوبات کارگروه مگام را ایجاد کند و باز فراتر از آن؛ بر حسن اجرای امور محوله، نظارت داشته باشد. وظیفه دیگری که در ماده ۱۰ بر عهده ستاد کل نیروهای مسلح و در نتیجه بر عهده نماینده ستاد گذاشته شده بیان می کند که نظام دسترسی، تکالیف و صلاحیت های دستگاه های مرتبط در گذرگاه های ایمن مرزی و آیین نامه های لازم برای اجرای مصوبات کارگروه، مبتنی بر سیاست های مصوب شورای عالی فضای مجازی به پیشنهاد ستاد کل نیروهای مسلح ظرف مدت سه ماه به تصویب کمیسیون عالی تنظیم مقررات فضای مجازی خواهد رسید!!! احوال اگر «نظام دسترسی، تکالیف و صلاحیت های دستگاه های مرتبط در گذرگاه های ایمن مرزی و آیین نامه های لازم برای اجرای مصوبات کارگروه» در کمیسیون عالی تنظیم مقررات فضای مجازی به تصویب نرسید، یا چیزی به تصویب رسید که مورد نظر ستاد کل نیروهای مسلح نیست، چه می شود؟ - خدا می داند! در هر صورت، مسوولیت کلان اعمال مصوبات کارگروه مدیریست گذرگاه ایمن مرزی، ایجاد هماهنگی های لازم بین دستگاه های مرتبط در اجرای مصوبات مزبور و نظارت بر حسن اجرای آنها، تنها به عهده نماینده ستاد کل نیروهای مسلح است و همه دستگاه های مرتبط موظفند در اجرای مصوبات کارگروه در هماهنگی کامل با ستاد کل نیروهای مسلح بر اساس نظام و آیین نامه مذکور عمل کنند. احوال این وظایف بسیار سنگین به نماینده ستاد کل نیروهای مسلح، در شرایطی



واقعیت این است که مگام کنونی کشور برای ارتباطات اینترنتی و داده های در مقابل حوادث ناگوار و حملات سایبری اصلا ایمن نیست! چرا؟ به چند دلیل؛ یکی از دلایل ایمن نبودن مگام، این است که مگام کنونی کشور برای ارتباطات اینترنتی و داده های در مقابل حوادث ناگوار و حملات سایبری اصلا ایمن نیست! متمرکز است و ایمنی تاسیسات اندک است

حق خود می دانند. پس از ۲۷ مرداد ۱۳۹۹ این پرسش حقوقی/قانونی پیش آمده است که آیا ستاد کل نیروهای مسلح خود را آسار وظیفه دفاع سایبری را بر عهده دارد؟ یا سازمان پدافند غیر عامل، موظف به دفاع سایبری است؟ از ترکیب اعضای کارگروه مگما چنین به نظر می رسد که پاسخ تدوین کنندگان طرح به این موضوع، این است: هر دو! هم ستاد کل نیروهای مسلح و هم سازمان پدافند غیر عامل موظفند با تقسیم کار بین خود، به دفاع سایبری بپردازند. در نگارش بعدی طرح، شاید ناجا هم به عضویت کارگروه درآید.

■ و بالاخره، نماینده قوه قضاییه؛ کارکرد نماینده این قوه نیز معلوم نیست؛ اما در ماده ۱۱ پیش نویس طرح صیانت آمده است که در قوه قضاییه باید کمیته اجرای اصل ۲۵ قانون در فضای مجازی اساسی تاسیس شود! می توان حدس زد که یکی از وظایف نماینده قوه قضاییه در کارگروه مگام، تبادل اطلاعات میان کارگروه مگام و کمیته اجرای اصل ۲۵ قانون در فضای مجازی باشد. در ضمن اصل ۲۵ قانون اساسی به زبان «پیشفاوا»ی رایج در زمان خود، می گوید: «بازرسی و نرساندن نامه، ضبط و فاش کردن مکالمات تلفنی، افشای مخابرات تلگرافی و تلکس، سانسور، عدم مخابره و نرساندن آنها، استراق سمع و هر گونه تجسس ممنوع است مگر به حکم قانون.»

● مدیریت گذرگاه ایمن مرزی چقدر ایمن است واقعیت این است که مگام کنونی کشور برای ارتباطات اینترنتی و داده های در مقابل حوادث ناگوار و حملات سایبری اصلا ایمن نیست؛ چرا؟ به چند دلیل؛ یکی از

دلایل ایمن نبودن مگام، این است که مگام کنونی کشور برای ارتباطات اینترنتی و داده های در یک مکان متمرکز است و ایمنی تاسیسات ارتباطی کشور در صورت تمرکز مگام در یک مکان، بسیار کم و اندک است. به عبارت دیگر کشورها و شرکت هایی که گذرگاه های مرزی ارتباطات اینترنتی و داده های را در پهنای گسترده پراکنده می کنند، از ایمنی بیشتری بهره می برند. لذا در طراحی مگام، مهندسان شبکه سازی در اغلب کشورها از دو اصل Diversity فنی و Diversity جغرافیایی استفاده می کنند.

به همین دلیل، هیچ کشوری در جهان، غیر از ایران، مگام

ارتباطات اینترنتی و داده های خود را در یک نقطه متمرکز نکرده است.

● چرا ایران از لحاظ تمرکز مگام کشور در یک نقطه، در جهان بی همتا و یگانه است

متمرکز شدن مگام کنونی کشور برای ارتباطات اینترنتی و داده های در یک نقطه، چندان آگاهانه صورت نگرفته بلکه در پی تصمیماتی خاص در برنامه پنج ساله سوم توسعه به صورت ناخواسته و اجتناب ناپذیر، به مرور زمان شکل گرفته و به صورت کنونی رخ داده است: تدوین کنندگان برنامه پنج ساله سوم توسعه که می خواستند شرایط تبدیل شرکت دولتی مخابرات ایران به شرکت خصوصی را در برنامه پنج ساله چهارم توسعه از پیش آماده کنند، آمدند دو اصطلاح «شبکه های مادر مخابراتی» و «شبکه های غیر مادر مخابراتی» را از خود جعل کردند و براساس تعریف هریک از این دو اصطلاح مجعول، «شبکه های مادر مخابراتی» را حاکمیتی قلمداد و شرکت مخابرات دولتی ایران را به دو شرکت، یکی شرکت ارتباطات زیرساخت (حاکمیتی) و دیگری شرکت مخابرات ایران (خصوصی سازی شده) تقسیم کردند.

● مزیت و عیب متمرکز بودن مگام

اول اینکه ایمنی در کنار امنیت، مطلوب است. دوم اینکه مطلوبیت نسبی متمرکز بودن مگام، سهولت در قطع سریع ارتباطات بین المللی است. پس اگر استراتژی مدیریت ارتباطات یک کشور یا یک شرکت، سهولت قطع و ایجاد اسناد ارتباطات اینترنتی و داده های باشد، متمرکز بودن مگام، امری مطلوب است. ولی اگر کشوری و شرکتی دارای استراتژی استفاده هر چه بیشتر، گسترده تر و ایمن تر از اینترنت باشد، هیچ وقت، آگاهانه سراغ استراتژی متمرکز سازی مگام و محدود سازی تعداد نقاط کنترل ارتباطات اینترنتی و داده ای نمی رود.

● در ایران چند مگام موجود است

واقعیت این است که مگام موجود در شرکت ارتباطات زیرساخت برای ارتباطات اینترنتی تنها یکی از چند نمونه شناخته شده آن از منظر شرکت ارتباطات زیرساخت است، یعنی در کشور، مگام هایی هم هستند که از منظر شرکت ارتباطات زیرساخت شناخته شده اما خارج از مدیریت شرکت ارتباطات زیرساخت هستند و مگام هایی هم در جاهایی از کشور موجودند که از نظر شرکت ارتباطات زیرساخت اصلا رسمیت ندارند و شناخته شده هم نیستند!

نتیجه: بگرد تا بگردیم! بحث شیرین طرح صیانت، بسیار آموزنده است و البته که هنوز ادامه دارد.

لوايح پنج گانه 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 آرایه دهندگان خدمات حوزه فناوری اطلاعات، شناسه های الکترونیکی، حکمرانی الکترونیکی و تراکنش های 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.

طرح GNAF

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

ارز دیجیتال داخلی

چهارم اسفند ۱۳۹۶ بود که وزیر ارتباطات در توییتی وعده ایجاد ارز دیجیتالی داخلی توسط پست بانک را مطرح کرد. چهارم، 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.

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، به منظور اجرا به رییس جمهور ابلاغ کرد. در قانون برنامه ششم توسعه کشور، برنامه دفاع سایبری مناسبی برای افزایش چتر امنیت سایبری پیش بینی شده بود که البته تا این لحظه هیچ آماری از پیشرفت آن منتشر نشده است.

۱۰ برابر کردن محتوای الکترونیکی

پروژه ۱۰ برابر کردن تولید محتوای داخلی با رویکرد کسب و کار 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 قابل توجهی بر حوزه های علمی، پژوهشی و اقتصادی کشور گذاشته شود. آخرین خبر از این طرح اما این است که ظاهر اجرای آن به طور کلی از اولویت های پروژه اقتصاد مقاومتی خارج شده است.

طرح تکاپو

از دی ماه سال ۱۳۹۳ با مصوبه شورای عالی اشتغال برای توسعه اشتغال مبنی بر «مزیت های استانی» با عنوان «توسعه کسب و کار و اشتغال پایدار» یا «تکاپو» در دستور کار قرار گرفت و آنگونه که مجربان طرح می گفتند بهمن ماه ۹۴ در کارگروه شورای برنامه ریزی 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.

ماهواره های ایرانی

از ۱۵ اسفند ۱۳۸۴ که اولین تلاش ها برای ساخت ماهواره داخلی صورت گرفت تا کنون ۹ ماهواره ساخته شده که علی رغم هزینه های میلیون دلاری، وضعیت هر یک نامعلوم تر از دیگری است. در آخرین مورد رییس سازمان فضایی اعلام کرده، طبق بررسی های کارشناسانه در مورد ماهواره مصباح به این نتیجه رسیده ایم که هزینه های پرتاب این ماهواره بسیار بالاست و ارزش ندارد که آن را به فضا بفرستیم.

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 فضای نیز در این سند پیش بینی شده بود که از میزان پیشرفت آن اطلاعی در دست نیست.

زباله های الکترونیکی

سال ۱۳۸۹ مصوبه ای قانونی تکلیف زباله های 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 تفاهم نامه در خصوص این زباله ها به امضا رساندند که البته همان طور که قابل پیش بینی بود این تفاهم نامه نیز تکلیف زباله های الکترونیکی در کشور را مشخص نکرد.

الزام دولتی ها به نصب پادویش

هجدهم بهمن ماه سال ۱۳۹۶ وزیر ارتباطات ابلاغ استفاده از آنتی ویروس پادویش در دستگاه های دولتی را به عنوان یک دستور حاکمیتی اعلام کرد. اگر چه از همان زمان تاکنون انتقادات متعددی به مخاطرات استفاده انحصاری از تنها یک آنتی ویروس مطرح شد لیکن همچنان گزارش از میزان پیشرفت و اجرای این دستور حاکمیتی از سوی دستگاه های دولتی نیست.

ایمن سازی علاءالدین

۲۸ اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۷ معاون پیشگیری سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی تهران با اشاره به ضرورت ایمن سازی اماکن نایم پایتخت، گفت: از مسوولان ذی ربط می خواهیم که فشار بیشتری بیاورند تا ساختمان علاءالدین ایمن سازی اش نهایی شود. با وجود آنکه پایتخت تجربه حادثه تلخ پلاسکو را پشت سر گذاشته اما به نظر می رسد هشدارها درباره علاءالدین جدی گرفته نشده و این موضوع نیز همچنان بلا تکلیف بماند.

خروج زیرساخت از مکالمات بین الملل

پنجم خرداد ماه سال ۱۳۹۷ مدیرعامل شرکت ارتباطات زیرساخت از کاهش نرخ مکالمات بین الملل از طریق دوصفر، در صورت آزادسازی آرایه این خدمات در کشور خبر داد. بر این اساس به جای آنکه شرکت زیرساخت به صورت مستقیم با اپراتورهای بین الملل قرارداد ببندد، فرست اپراتورهای داخلی با طرف خارجی قرارداد بسته و شرکت زیرساخت تنها با تحویل ترافیک را عهده دار 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 می گردد. به همین منظور در سال ۱۳۸۳ اعلام شد که شرکت دیلویت کانادا برای برنامه ریزی و تدوین نقشه راه این طرح دعوت به همکاری شده و در برنامه اجرایی طرح جامع مالیاتی ۲۷ پروژه در پنج محور سازماندهی شده بود که این طرح هنوز به سرانجام کامل نرسیده است.

پروانه اپراتور ماهواره ای

مطالعات اولیه نیازسنجی امکان سنجی اپراتور ماهواره مخابراتی بومی از سال ۱۳۹۴ توسط سازمان فضایی ایران آغاز شد و چارچوب کلی آن در گولابوری 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 داد.

لوايح قمار و شرط بندی

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 لوايحی را به منظور مبارزه با سایت های قمار و شرط بندی به دولت ارائه کرده اند و انتظار می رود در آینده ای نزدیک در صورت تصویب لوايح مذکور، تبدیل به قانون شوند. این لوايح نیز در زمره ناتمام های حوزه قرار دارند.



فناپ از بازیگری تا بازی سازی در عرصه هلدینگ‌های فناوری بانکی

راه‌اندازی سرویس 5G در شرکت‌های زیرمجموعه؛ نیمه دوم ۱۴۰۰



فناوری‌های صنعتی فعالیت کند. محدود ۱۰ تا ۱۲ شرکت اصلی داریم و اگر قرار باشد به همه آنها اشاره کنیم، فرصت برنامه گرفته می‌شود. شرکت دیگر شناسا، مجموعه VC گروه مالی پاسارگاد است که توسط فناپ تأسیس شده و موضوع شتاب‌دهی کسب‌وکارهای نوپنیا در انبیا می‌کند. مجموعه فناپ پلاس را در حوزه Life style داریم که سسال‌های گذشته در حوزه VAS متمرکز بود و الان با توجه به تغییر و تحولاتی که در آن صنعت اتفاق افتاده، روی فناوری‌های آموزشی، متمرکز است. امیدوارم طی دو سه هفته آینده، راه‌اندازی اولین محصول پلتفرم آموزشی این مجموعه را در اکوسیستم، اطلاع‌رسانی کنیم. مجموعه دیگری به نام پارو داریم که در حوزه تجارت اجتماعی (social commerce) متمرکز است و احتمالاً دوستان، اخبار آن را در ماه‌های گذشته شنیده‌اند. مجموعه دیگر، باران تلکام است که در حوزه IPTV و VOD فعالیت می‌کند. البته قبلاً با برند آیو فعال بود و در این مجموعه نیز در نیمه دوم سال، تغییر و تحولاتی خواهیم داشت.

همان‌طور که در مقدمه بر نامه ذکر شد، فناپ تنها هلدینگ فناوری است که مدیر عامل بانک، رییس هیات‌مدیره و آنجا هم هست. فکر می‌کنم سال ۹۴، در مصاحبه‌های با روزنامه دنیای اقتصاد اشاره کردید آقای قاسمی، در آن زمان، به اینکه فناپ فقط در یک حوزه کار کند، قائل نبوده و تاکنون هم با همان رویکرد پیش رفتید و طی سال‌های گذشته، در حوزه‌های مختلفی سرمایه‌گذاری کردید. اگر محرمانه نیست، لطفاً بفرمایید حجم سرمایه‌گذاری‌های فناپ در دهه ۱۳۹۰ و میزان بازگشت سرمایه چقدر بوده است؟

جوانمردی: ابتدا نکته‌ای را در خصوص مقدمه می‌گردم تصحیح کنم. در مقدمه اشاره شد بنده از ابتدا مدیر عامل فناپ بودم که این‌طور نیست. من در اول شهریور ۱۳۸۵ یعنی ۹ ماه بعد از تأسیس فناپ به مجموعه پیوستم و یک سال بعدتر از آن افتخار مدیرعاملی مجموعه را پیدا کردم. آقای کشاورز که از موسسان مجموعه هستند، اولین مدیر عامل فناپ بودند. در خصوص سوال جنابعالی، آقای دکتر قاسمی، چون از ابتدا نگاه خاصی به حوزه فناوری داشتند و نگاه‌آزادی فناپ را حداقلی می‌دیدند، با نگاه توسعه‌ای، ماموریت ایجاد و توسعه شرکت فناپ را به تیم موسس واگذار کردند و طی این سال‌ها، هرگونه پشتیبانی و راهنمایی را از مجموعه داشته‌اند، چون به نقش متفاوت فناوری قائل بودند. امروز هم که شعار مجموعه «سکوی خلق آینده» است، فکر می‌کنم برای راهبری چنین برنامه‌های شخصی‌شایسته‌تر از ایشان برای ریاست هیات‌مدیره نیست. با همین نگاه، توسعه را در مجموعه هلدینگ فناپ دنبال کردند. آگاهی از صنعت‌های اثرگذار و توجه به بنچ‌مارک‌ها در دنیا، میزان سرمایه‌گذاری آنها، اینکه الان چه حجمی از بازار را به خودشان اختصاص داده‌اند، چند متخصص را درگیر کارشان کرده‌اند و چه نقشی در اقتصاد و GDP کشور داشته‌اند، نشان می‌دهد آن صنعت، چقدر تأثیرگذار است. وقتی به صنایع بالادستی و پایین‌دستی نفت و گاز و پتروشیمی یا معدن، سلامت و هر صنعت دیگر نگاه کنید که بخشی از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص داده، اعداد و ارقام با شما صحبت می‌کنند اما وقتی وارد حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌شویم، شاید بیشترین سرمایه‌گذاری‌ها بر بسترهای فیزیکی و حوزه ارتباطات یا CT متمرکز شده و عملاً این شکاف بزرگ از سال‌های گذشته باعث شده، صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات ما، آن‌گونه که باید و شاید، رشد نکند و در حالی که می‌تواند در حوزه ایجاد مزیت‌های رقابتی و کمک به توسعه تمامی صنایع دیگر یا آنچه امروز درباره

اقتصاد دیجیتال صحبت می‌کنیم، موجب جهش کشور شود، این اتفاق رخ نداده است. همه این‌ها ناشی از این است که به اندازه کافی، در این حوزه، سرمایه‌گذاری نشده است. مجموعه فناپ با ۱۵۰ میلیون تومان سرمایه

تأسیس شد و عملاً در روند رشد و فعالیت خودمان، افزایش سرمایه‌مان تأهفت هشت سال اول، ناشی از تجمع سودها و به سرمایه‌بردن آنها بوده است. بعد از استقرار نرم‌افزار جامع بانکی و موفقیت دو سه محصول اولیه، به نوعی خودمان

شرکت فناوری اطلاعات و ارتباطات پاسارگاد آریان یا همان فناپ، از معروف‌ترین و بزرگ‌ترین شرکت‌های فناوری اطلاعات کشور است که از دی‌ماه سال ۸۴، فعالیتش را شروع کرد و «جوانمردی» پس از یک سال به ورود به این شرکت از همان ابتدا تاکنون سکندار این شرکت، بوده است.

هرچند فناپ در ابتدا صرفاً در جهت پاسخ به نیازهای فناورانه بانک پاسارگاد فعالیت خود را آغاز کرد ولی به تدریج با توسعه خدمات و محصولاتش، پارا از حوزه بانکداری و پرداخت، فراتر گذاشت و امروز در بسیاری از حوزه‌های فناوری اطلاعات کشور، دستی بر آتش دارد؛ به نحوی که در گفت‌وگویی قدیمی در سال ۹۴، مدیرعامل فعلی این هلدینگ، یکی از مهم‌ترین مسایل فناپ را قائل نبودن به برنامه تجاری خودش عنوان می‌کند و ادامه می‌دهد اگر می‌خواست در این برنامه تجاری، مشابه شرکت‌های IT در کنار بانک‌ها حرکت کند، به شرکتی تبدیل می‌شد که کارش محدود به خرید، تعمیر و نگهداری بود یا در نهایتاً ابتکار، شرکتی بود که نرم‌افزار بانکی نیز نوشته است. اگر فناپ را از منظر پاسارگادی نگاه کنید، به نوعی آینه بخشی از آرزوها و اراده‌های دکتر قاسمی، مدیرعامل بانک پاسارگاد است. او از روز اول فناپ، همیشه می‌گفت فناپ باید شرکت شماره یک IT کشور باشد، چنانچه فکر کند و اصلان بناید به کسب‌وکارهایی که بانک در اختیار شرکت می‌گذارد، محدود و منحصر شود. گویا این نقشه راه، همین شد که اکنون از هلدینگ فناپ سراغ داریم. از همین رو، در این میزگرد آنلاین از سلسله نشست‌های تخصصی بانکداری و اقتصاد دیجیتال با موضوع «قد و بررسی عملکرد هلدینگ فناوری فناپ» که با حضور شهاب جوانمردی، مدیرعامل هلدینگ فناپ و کیوان جامه‌بزرگ، معاون توسعه راهبردی و امور شرکت‌های این هلدینگ برگزار شد، عملکرد و برنامه‌های آتی فناپ، مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت. محصل این گفت‌وگو، پیش‌روی شماست.

پارسل در چنین روزهایی، یک برنامه در خدمت آقای جوانمردی بودیم. آن موقع پرسنل فناپ، ۴۵۰۰ نفر بود و امروز به ۵۲۰۰ نفر رسیده است؛ یعنی برخلاف بسیاری از شرکت‌هایی که به واسطه مشکلات، تعدیل نیرو داشتند، ۷۰۰ نفر به مجموعه شما اضافه شده است. لطفاً به اختصار درباره وضعیت عملکرد شرکت‌های زیرمجموعه هلدینگ فناپ توضیح دهید. این شرکت‌ها، هر کدام چه نقشی در حوزه فناوری بانک پاسارگاد ایفا می‌کنند؟

جامه‌بزرگ: رشد تعداد همکاران و سرمایه‌انسانی، طبق برنامه پنج‌ساله‌ای که تا ۱۴۰۴ تدوین شده، پیش می‌رود و تا آن زمان حداقل ۱۰ هزار نفر همکار در فناپ خواهیم داشت. کرونا، مسایلی به وجود آورد و برای برخی کسب‌وکارها مشکلات جدی و برای برخی دیگر، فرصت ایجاد کرد. با این حال، این رشد سرمایه‌انسانی، طبق برنامه جلو می‌رود. شرکت‌های گروه را تحت چهار حوزه تقسیم‌بندی کردیم. در این خصوص، اصطلاحی در گروه به نام برنامه فناپ LIFT داریم که مخفف چهار حوزه کسب‌وکار شامل Life style، Telecom و style، Industrial، Fintech است. شرکت‌ها هم در این چهار حوزه، دسته‌بندی شدند. ابتدا از F شروع می‌کنیم. فین‌تک، خاستگاه اصلی گروه فناپ در گروه مالی پاسارگاد بوده است. در این بخش، مجموعه داتین، پرداخت الکترونیکی پاسارگاد، شرکت داتکس و شرکت پارسا مشغول به فعالیت هستند. سال گذشته، داتین، درگیر پروژه مهاجرت بانک سپه و بانک‌های نظامی بعدی بود. چون شما دو بر نامه را به داتین اختصاص دادید، به آن ورود نمی‌کنیم. شرکت PSP حدود سه سال است که از بانک به گروه فناپ منتقل شد و فناپ، سهام آن را تملک کرد. جایگاه این شرکت در شاپرک، از تکنینگ هشتم به ششم رسیده و یکی از متنوع‌ترین پور تفوهای بانکی را در شرکت‌های PSP به خود اختصاص داده است. شرکت دیگر در حوزه تلکام، فناپ تلکام است. این شرکت، جزو معدود شرکت‌های خصوصی است که زیرساخت مخابراتی مستقل خود را از شبکه شرکت مخابرات ایران در شهرهای مختلف توسعه می‌دهد و البته بخش عمده برنامه آن، در شهرهای جدید و مناطق کمتر توسعه یافته است. در حال حاضر، منطقه آزاد کیش و انزلی، تکمیل شده و سرعت یکسری کلان‌شهرها مانند رشت هم رفته‌ایم و پروژه فیبر آن تا دو سه ماه آینده تمام می‌شود. در حوزه تلکام، مجموعه‌زی‌تل را داریم که یکی از پروایدرهای TDLTE در تهران، کرج و لواسان است و برنامه تجاری آن، عملاً سال گذشته شروع شد. اتفاق خوبی که پایان سال افتاد، این بود که واحد شرایط دریافت مجوز موبیلیتی و 5G شد و امیدواریم طی یکی دو ماه آینده بتواند سرویس 5G خود را راه‌اندازی کند. در حوزه Industrial، مجموعه فناپ‌تک را داریم. در این زمینه، کارخانه تولیدی اروندر در منطقه آزاد اروند، خردادماه امسال افتتاح کردیم و به بهره‌برداری رساندیم. کار اولیه آن، تولید تجهیزات بانکی و پرداخت بوده اما در قدم‌های بعدی، تجهیزات دیگر مورد نیاز شرکت‌های گروه مانند مودم‌های مخابراتی و اندروید باکس برای حوزه تلکام و Life style در دستور کار دارد و عملاً یک مجموعه تولید دویسی‌های دیجیتال خواهد شد. شرکت دیگر، مجموعه فناپ‌زیرساخت است که کار خود را با پیمانکاری پروژه‌های بزرگ IT در کشور شروع کرد. در این بخش حوزه ITS، شهر هوشمند و پروژه بزرگ ERP را که تا سال گذشته در داخل خود فناپ مدیریت می‌شد، دنبال می‌کنیم و آن را به فناپ‌زیرساخت منتقل کردیم تا به عنوان شرکت تخصصی در حوزه

ابری کشور «گذاشته‌اید که در پردیس توسط شرکت زیرساخت فناپ دنبال می‌شود. لطفاً بفرمایید قرار است در این حوزه، چه میزان سرمایه‌گذاری کنید؟ یا توجه به افزایش قیمت دلار و تجهیزات سخت‌افزاری مورد نیاز این پروژه، فکر نمی‌کنم عدد کمی باشد. برای بازگشت سرمایه این حوزه، چه تدبیری اندیشیده شده است؟ چون در حال حاضر ایرانسل، همراه اول، شرکت زیرساخت وزارت ارتباطات و تعدادی دیگر از شرکت‌های بخش خصوصی، اقدام به ایجاد دیتاسنترها در سال‌های اخیر کردند و بانک‌های کشور هم به صورت جزیره‌ای برای خودشان دیتاسنترهایی دارند که برخی در حال توسعه هستند و تعدادی هم به خاطر قدیمی بودن، در حال جایگزینی سیستم‌های قدیمی هستند. به نظر می‌رسد این کار از نظر سرمایه‌گذاری و بازگشت سرمایه، ساده نباشد. از آنجایی که آن را برپروژه نامگذاری کرده‌اید و قرار است با ظرفیت ۶۰۰۰ رک در پارک فناوری پردیس راه‌اندازی شود، بفرمایید این ظرفیت قرار است بابت چه چیزی ایجاد شود و به کجای خواهد رسید؟

جامه‌بزرگ: در سوال قبلی شما ابراروان را از قلم انداختم. ما مجموعه ابراروان را نیز در گروه فناپ داریم و عملاً یکی از بزرگ‌ترین سرویس‌پروایدرهای ابری کشور است و دو سالی است که بعد از سرویس CDN و سرویس‌های امنیتی Ddos protection و امثال آن، خدمت در حوزه IaaS را نیز به مجموعه‌ها ارائه می‌دهد. بخش زیادی از این زیرساخت به اتکالی فناوری‌های ابری و IaaS و PaaS است که هم در مجموعه ابراروان و هم در شرکت‌های دیگر در حال راه‌اندازی است. مافکر می‌کنیم روند رشد اقتصاد دیجیتال و تقاضاهایی که در سال‌های آینده در حوزه زیرساخت ایجاد می‌شود، اتفاقاً به خاطر همین افزایش سرسام‌آور هزینه‌های داری، تقاضا برای سرویس‌های IaaS و as a service در یافت کردن خدمات سخت‌افزاری و پردازشی، به شدت افزایش پیدا می‌کند. البته به جز ۶۰۰ رک، مجموعه ابراروان نیز در فرودگاه پیام، دیتاسنتر دیگری تجهیز می‌کند. اگر در مجموعه‌هایی مانند همراه اول و ایرانسل هم به بهره‌برداری برسند، تقریباً مطمئنم همچنان تقاضای جدی برای خدمات ابری در کشور وجود خواهد داشت. در هیچ مرکز داده‌ای، امکان اینکه بتوانید ۲۰ یا ۳۰ رک خالی پیدا کنید تا سرویس بگیرید، وجود ندارد. شاید مراکز داده فعلی به صورت محدود در حد یک یا دو رک، ظرفیت خالی داشته باشند ولی برای پروژه‌های بزرگ و خدمات ابری، اصلاً چنین ظرفیتی در کشور وجود ندارد. پروژه ۶۰۰ رک در کشور، بی‌نظیر است و سرمایه‌گذاری زیادی لازم دارد. تا پایان پروژه، رقمی حدود ۷۵۰۰ میلیارد تومان باید در این زمینه سرمایه‌گذاری شود که البته چون پروژه، فاز به فاز پیش‌بینی شده، بخشی از آن از محل درآمدهای پروژه، سرمایه‌گذاری می‌شود. در این زمینه، حوزه سیویل عملیات تقریباً تمام شده و طراحی‌ها و ثبت سفارش‌ها نیز انجام شده است. امیدواریم در فصل بهار بتوانیم ۱۰۰ رک اول پروژه را به بهره‌برداری برسانیم. درباره ظرفیت، فرض ما این بوده که از این ۶۰۰ رک، حدود ۸۰ رک، کارهای پشتیبان است و حدود ۵۲۰ رک، عملیاتی است. شاید حدود ۶۵ درصد از این ظرفیت، به خود گروه مالی پاسارگاد، فناپ و پروژه‌های آن اختصاص یابد و خودشان مشتری اولیه باشند! حدود ۲۵ درصد نیز برای مشتریانی است که قصد ندارند از پلتفرم‌های ابری فناپ استفاده کنند و صرفاً دنبال Colocation و سرویس هاستینگ هستند. در این دیتاسنتر، تمرکز بیشتر روی خدمات ابری است. امیدوارم پروژه در برنامه سه ساله زمان‌بندی به بهره‌برداری برسد.

تفاوت ابراروان با شرکت زیرساخت در حوزه ایجاد دیتاسنتر چیست؟ اشاره کردید ابراروان در منطقه اقتصادی پیام در حال ایجاد دیتاسنتر برای خودش است. چرا این‌ها موازی با همدیگر پیش می‌روند؟ آیا ماموریت‌های آنها متفاوت است یا در آینده قرار است ادغام شوند؟

جامه‌بزرگ: ماموریت آنها متفاوت است. مجموعه زیرساخت، کار طراحی و ساخت را انجام می‌دهد؛ کمالات بخش زیادی از پروژه امام علی دیتاسنتر صدواوسیمار از زیرساخت فناپ انجام داد. همچنین مجموعه زیرساخت برای بیمه البرز هم در حال فعالیت است. یکی از توانمندی‌های این مجموعه طراحی، تجهیز و راه‌اندازی مرکز داده است اما بهره‌برداری توسط مجموعه ابراروان انجام می‌شود. البته بهره‌برداری در لایه IaaS است چون بسیاری از پلتفرم‌های فعلی گروه در حال آماده‌سازی است تا as a service با بازار عرضه شود. در اینجا شرکت‌های دیگر درگیر هستند. شرکت زیرساخت فناپ در لایه قبل از بهره‌برداری درگیر پروژه است. در پروژه فرودگاه پیام نیز در حوزه تجهیز، فناپ زیرساخت، پیمانکار اصلی است.

البته توان مالی خوبی پشت‌سر گروه مالی پاسارگاد است و تأمین مالی این پروژه، قطعاً دچار مشکل نمی‌شود اما شاید این فرایند با ایجاد کنسر سبومی متشکل از مجموعه‌های دیگر تسهیل شود. ما در برنامه‌های عصر پرداخت از این صحبت می‌کنیم که چرا بانک‌ها به صورت جزیره‌ای برای خودشان هزینه و دیتاسنتر ایجاد می‌کنند. این کار، هزینه‌های پرسنلی، هزینه‌های ساختمان، کولینگ و غیره را افزایش می‌دهد. در صورتی که اگر همگی جمع شوند و هر بانکی



به اندازه خودش سر مایه گذاری کند، کمک بزرگی به سرشکن شدن هز بنه‌ها می‌کند. آیا بهتر نبود فنانپ با ایجاد کنسر سیوم، موضوع آبر پروژه مرکز داده ابری را جلو می برد یا اگر این کار را انجام داده و به جایی نرسیده، بفرمایید.

جامه بزرگ: اولاً نیاز بانک‌ها در حوزه دیتاسنتر، قدری متفاوت است؛ هم به لحاظ SLA مورد نیاز و هم به دلیل سطح دسترسی و مسایل امنیتی که آن هم بخشی از SLA محسوب می‌شود. طراحی پروژه دیتاسنتر بر پردیس به شکلی است که حدود ۲۰ تا ۲۵ درصد رک‌ها، در قالب سیلوها یا سوییتهای مجزا، طراحی شده که اتفاقاً بازار اولیه آن همین بانک‌هایی است که تمایل دارند دیتاسنتر اختصاصی داشته باشند اما نیاز آنها در حد ۲۰ رک و ۳۰ رک است. در ابتدای طراحی پروژه، از طریق کانون بانک‌های خصوصی، به عمده بانک‌ها، اطلاع‌رسانی انجام شد اما ما با بررسی انجام‌شده ملاحظه کردیم تا دوستان شرایط را ببینند و ورود کنند، ممکن است در تصمیم‌گیری، تاخیر ایجاد شود، لذا پروژه را شروع کردیم. البته در طراحی‌ها این ظرفیت دیده شده که بخشی از این زیرساخت در قالب سرویس کولو کیشن برای مواردی مانند disaster، پشتیبانی و بکاپ به بانک‌ها اختصاص داده شود. الان هم تعدادی از بانک‌ها در حال بررسی پروژه هستند. ما برای اینکه زمان راز دست ندهیم، پروژه را شروع کردیم و امیدواریم بخش کولو کیشن پروژه را با مدلی که اشاره کردید پیش ببریم. تقریباً دو هفته پیش، در بازدید از مجموعه پردیس ۴، میزبان مدیرعامل بانک اقتصاد نوین بودیم و وقایع این هدف را دنبال می‌کنیم. باید ببینیم آیا در آینده، بانک‌های دیگر به این پروژه می‌پیوندند یا خیر.

معمولاً سعی می‌کنند دیتاسنترها و مراکز حساس دیتایی را در فضایی ایجاد کنند که کمترین آسیب را از نظر زلزله و نظایر آن داشته باشد. پردیس، روی خط گسل مشا است و شمال تهران در آن نقطه قرار دارد. در زمینه جانمایی پروژه، نگرانی ندارید؟ البته حتماً روی آن فکر شده اما به هر حال در این نقطه، ممکن است زلزله شدیداً اتفاق بیفتد. از این جهت عرض می‌کنم که بسیاری از شرکت‌های بزرگ ما، یک دفتر در پردیس تاسیس کرده‌اند که فکر می‌کنم دلیل بزرگ آن فرار مالیاتی و معافیت‌هایی است که در آنجا وجود دارد. نظر شما را در این زمینه می‌شنویم.

جامه بزرگ: درستی می‌فرمایید. البته بنده به جای فرار مالیاتی از تسهیلات مالیاتی استفاده می‌کنم!

بله. هر چند معافیت هم در انتها به فرار می‌انجامد!

جامه بزرگ: البته خود آن معافیت هم محل ابهام است. چند وقت پیش بخش نام‌های را ملاحظه کردم که در سازمان بازرسی هم به دنبال آن بودند و شاید نتوان در طولانی مدت، امیدی به بحث معافیت مالی داشت! در خصوص نکته‌ای که اشاره کردید حتماً مطالعات انجام شده است. گسل مشا، یکی از ریسک‌های پروژه است اما در فاز طراحی، این موضوع لحاظ شده و حداقل در طراحی و ساخت، تا میزان هشت ریشتر ایمنی لحاظ شده است. البته در مکان‌نمایی پروژه، فقط مطالعات زمین‌شناسی مطرح نیست و مباحث دیگر هم مهم است. حس ما این بود به خاطر ظرفیتی که در خود پردیس وجود دارد و امکاناتی که در آنجا مستقر می‌شود، و اینکه فنانپ و شرکت‌های دیگر در آنجا مستقر هستند، پروژه در حد ۶۰۰ عرک، در آنجا، توجیه دارد. این تمهیدات هم پیش‌بینی شده و چندان مساله حادی وجود ندارد. اگر شاخص مان صرفاً تاب‌آوری زلزله باشد، در ژاپن هیچ دیتاسنتری نیاید ساخته می‌شد! اما آنجا هم دیتاسنتر، طراحی و رویدادهایی مانند زلزله به راحتی پاس می‌شود. از این جهت، حداقل در حدی که مطالعات و توان مهندسی داخلی اجازه می‌داده، برای این پروژه، تمهیدات لازم، لحاظ شده است.

به نکته‌ی رستی اشاره کردید. ژاپنی‌ها در همه چیز آنقدر جلو افتاده‌اند که زلزله هفت و هشت ریشتری را به راحتی رد می‌کنند که گویا برای آنها، تبدیل به خاطره شده چرا که آنجا زلزله‌های زیادی رخ می‌دهد. درباره معافیت مالیاتی، هنوز برای بنده جای سوال است که چرا شرکت‌های بزرگ در چنین کاری، ورود می‌کنند؟ پردیس، یک نمونه است. نمونه دیگر اینکه خیلی‌ها دوست دارند دانش‌بنیان شوند تا معافیت مالیاتی بگیرند! یک دفتر هم در منطقه آزاد کیش راه‌اندازی می‌کنند تا آنجا هم بتوانند معافیت مالیاتی بگیرند. به نظر می‌رسد دولت باید برای شرکت‌هایی که وضع‌شان خوب است و در آمد مناسبی دارند، فکری بکند تا به این شکل، به دنبال معافیت مالیاتی نباشند. هر چند نام آن معافیت مالیاتی است اما اگر هدف را دنبال کنیم، می‌بینیم شرکت‌ها به دنبال فرار مالیاتی هستند.

جامه بزرگ: فکر می‌کنم لازم باشد بر نام‌های برای سیاست‌های مالی و مالیاتی در حوزه فناوری بر گزار شود. بنده با موضوعات زیادی از این قبیل مواجه می‌شوم که آیا این معافیت‌ها، قانونی است؟ عادلانه است؟ و سولاتی نظایر آن. در کشورهای دیگر، وقتی قرار باشد در یک حوزه، رشد نامتعارف داشته باشید نه رشدی که همیشه در اقتصاد رخ می‌دهد، تسهیلمگری‌ها و وریل‌گذاری‌هایی صورت می‌گیرد و از تمام ابزارهای حقوقی، قانونی، مالی و مشوق‌ها استفاده می‌کنند تا این امر، اتفاق بیفتد اما ما در کشور، گره برداری ناقص انجام می‌دهیم. مثلاً قانونی را تصویب می‌کنیم و بعد، سسال‌های زیادی سپری می‌شود بدون اینکه عملکرد و دستاوردهای آن را ارزیابی کنیم یا بدون اینکه واحد اندازه‌گیری داشته باشیم که اگر فلان اتفاق افتاد، اقدام بعدی ما چه باید باشد. اگر در کشور، در حوزه فناوری به‌طور عام و در حوزه اقتصاد دانش‌بنیان، جهش یا رشد نامتعارف نسبت به سایر ارکان اقتصاد داشته باشیم، در اینجا هم باید ابزارهای مناسبی تعبیه شود. باید اجازه دهیم اگر شرکت‌های فناوری، سودشان را در حوزه فعالیت خودشان، مجدداً سرمایه‌گذاری می‌کنند و آن را سرمایه‌گذاری‌شان خارج نمی‌کنند و در عرصه تحقیق و توسعه و نیز توسعه محصولات جدید به کار می‌برند، با این عنوان، معاف کنیم اما اگر ثروتی، ایجاد

و مدام، تقسیم سود CASH out انجام شود و همگی معافیت داشته باشد، ما هم با آن موافق نیستیم. با این حال باید اجازه داده شود شرکت‌ها با سرمایه‌گذار مجدد سودشان، از معافیت‌ها استفاده کنند.

حرف درستی است. اینکه می‌گوییم اقتصاد نفتی، بلای جان مملکت شده، همین است. اگر قرار است در آمدی ایجاد شود، از همین حوزه‌هاست. به گفته شما، ثروتی که به واسطه فناوری ایجاد می‌شود، این روزها شاهدیم که بخشی بزرگی از آن، از کشور خارج می‌شود و جاهای دیگری می‌رود که نام نمی‌برم اما روی آن، نام دانش‌بنیان، جزیره کیش و پردیس می‌گذارند تا معافیت مالیاتی داشته باشند و عملاً از این ثروت ایجادشده، سهم اقتصاد کشور را هم پرداخت نمی‌کنند. باید برای این موضوع، بر نامه و نشست مجزابر گزار کنیم. بگذریم... آقای جوانمردی، در سال‌های گذشته، شاهد بودیم یکی از آرزوهای فارغ‌التحصیلان تاپ در جه یک دانشگاه‌های خوب، این بود که در مجموعه فنانپ استخدام شوند. طی دوره‌های هم نیروهای خوب و جوانان نخبه‌ای را جذب کردید که تعدادی باقی ماندند و تعدادی دیگر خارج شدند. اگر مجموعه عملکرد شما را در سطح مدیران ارشد در زمینه پرورش مدیران و جانشین‌پروری در سال‌های گذشته مورد توجه قرار دهیم، خیلی جاها، افراد از بیرون به مدیران مجموعه فنانپ اضافه شده‌اند. البته این موضوع، فقط به هلدینگ فناناپ اختصاص ندارد و در بانک پاسارگاد نیز این اتفاق افتاده است. مثلاً در حوزه فناوری، خانم میرحسینی از بانک اقتصاد نوین در کنار بانک پاسارگاد قرار گرفتند. اینکه فنانپ در خانواده خود مدیران و منابع انسانی خوبی پرورش می‌دهد اما در ادامه، این افراد از مجموعه شما جدا شده و در خانواده خودشان از آنها استفاده نشده، به چه دلیل است؟ البته از عزیزی که بودند و رفتند، اسم نبردم.

جوانمردی: سوال خیلی خوبی است. ما از زمانی که در مجموعه فنانپ کار خودمان را شروع کردیم، نگاه‌مان این بوده که جذب حداکثری قابل‌انکادر حوزه‌های مختلف، اعم از مدیریتی، فنی و پشتیبانی در جنبه‌های مختلف فعالیت‌مان داشته باشیم. همیشه این اتفاق در حوزه‌های سرمایه‌های انسانی ما رخ داده که چه در هلدینگ و چه در مجموعه شرکت‌ها، چند کاندیدای شایسته و احراز صلاحیت‌شده داشته باشیم. ما در مجموعه فنانپ، از روز اول نگاه‌مان این بوده که مجموعه‌ای از استعدادها را در حوزه‌های فنی، مدیریتی، پشتیبانی و تمام دیسپلین‌های مختلفی که مجموعه در وضع فعلی وافق پیش‌روینماز دارد، داشته باشیم. به همین خاطر خوشبختانه مجموعه همکاران در کنار ما بودند، رشد کردند و شایسته احراز پست‌های مختلف شدند اما با توجه به اینکه ما کسب و کارهای مختلف و سبد متنوعی از کسب و کار‌ها را داریم که هر کدام‌شان در چرخه حیات خودشان در نقطه خاصی قرار گرفتند و به تناسب آن باید همکارانی را داشته باشیم، بعضاً برای راهبری بهتر آن کسبوکار در سطوح مختلف؛ از بیرون مجموعه نیز نیروهایی را جذب کردیم. این امر، یک سیاست است به این دلیل که به یک حلقه بسته از همکاران مان بسنده نکنیم و همیشه استعدادها و توانمندی‌های بیرونی را هم به مجموعه دعوت کنیم. با افتخار می‌گوییم جمع‌کنثیری از همکاران امروز ما، دپروز، در شرکت‌های مختلف اعم از استارت‌آپ‌ها، SME ها و شرکت‌هایی با مقیاس بزرگ، در داخل یا خارج از کشور مشغول به فعالیت بوده‌اند. این موضوع راجزو ماوریت‌مان می‌دانیم و به همین دلیل بعضاً فنانپ را به عنوان مدرسه فنانپ یا مکتب فکری فنانپ می‌شناسیم زیرا یکی از ماموریت‌های ما، رشد و ارتقای همکارانی است که یا از دانشگاه آمدند و باید در این بستر، روی جذب و ارتقای آنها کار شود و یا از شرکت دیگری در مجموعه ما حضور پیدا کرده و مدتی در فنانپ کار می‌کنند تا هم مجموعه و هم خودشان ارشد دهند. بنابراین بنده این موضوع رانه تنها آسیب نمی‌بینم بلکه قطعاً یک فرصت می‌دانم که هم ما و همکارانی که از ابتدا در فنانپ، کارشان را شروع کرده‌اند از افراد خارج از مجموعه یاد می‌گیریم و هم آنها با یک اکوسیستم متفاوت و مثنی فکری گوناگون مواجه می‌شوند. ضمن اینکه تأیید می‌کنم ما این ریزش و رویش را به‌طور مداوم در مجموعه داریم اما همیشه ابتدا نگاه‌مان به داخل مجموعه است. اگر تناسب به‌گونه‌ای باشد که از همکاران داخل استفاده کنیم، اولویت ما داخل مجموعه است و گرنه از افراد خارج از مجموعه بهره می‌بریم. بسیار خوشحالم که عرض کنم در تمامی پست‌های کلیدی هلدینگ و شرکت‌های زیرمجموعه، همیشه چند جانشین و جایگزین خبره و حاذق داریم و با افتخار می‌توانیم به آنها تکیه کنیم.

جناب جامه‌بزرگ علی‌رغم سلامت مالی مناسب فنانپ در صنعت فناوری، یکی از موضوعات حاشیه‌ای که در خصوص این هلدینگ مطرح است، پروژه ERP است که برای هلدینگ میدکو انجام دادید. این پروژه، حواشی ایجاد کرد. الان آقای مجید قاسمی به عنوان رییس هیات‌مدیره هلدینگ میدکو مشغول به فعالیت هستند چون گروه مالی پاسارگاد در میدکو سهم‌مدیریتی دارد. فکر می‌کنم سال ۹۴ یا ۹۵ در خصوص طرح ERP، مناقصه، برگزار و یا به صورت ترک تشریفات انجام شد. عدد کل پروژه حدود ۳۰ میلیون دلار با دلار ۳ هزار تومانی بود و فنانپ برنده شد. آن موقع عنوان شد این عدد، خیلی درشت است ولی به جمع‌بندی که می‌رسیدیم، این بود که اتفاق بدی نیفتاده اسست. گروه مالی در آن طرف، شرکتی داشته و این طرف هم فنانپ در حال فعالیت است و به این پروژه نیاز داشته و اگر عددی بالاتر از عرف بازار پرداخت شود، راه دوری نمی‌رود و عملاً به جیب خود مجموعه بر می‌گردد. این موضوع، شائبه‌های زیادی ایجاد کرد. لطفاً بفرمایید چرا عددی بالاتر از قیمت بازار تعیین شد؟ آیا غیر از میدکو توانستید این پروژه ERP را جای دیگری هم در همان مقیاس یا مقیاس کوچک‌تر بفروشید یا خیر؟

جامه‌بزرگ: اولین ماموریت‌های فنانپ در گروه مالی پاسارگاد، تأمین نیازهای فناوریانه گروه در حوزه ICT بوده که نمود آن در بانک پاسارگاد، کرینکینگ، سویچ پر داخت الکترونیک، خدمات PSP و امثال آن وجود دارد. همچنین در حوزه بیمه، کر بیمه شده است که بیمه پاسارگاد از آن استفاده می‌کند. میدکو هم به عنوان یکی از سرمایه‌گذاری‌هایی که از ابتدا توسط خود گروه مالی پاسارگاد انجام شده و خوشبختانه در قالب یک مجموعه عظیم معدنی به بهره‌برداری رسیده، از این قاعده مستثنا نبود. در طرح اولیه میدکو، ۱۴ کارخانه پیش‌بینی شده بود که از معدن تا محصول نهایی را پشتیبانی می‌کرد که فولاد، مس، فروسیلیس و غیره را شامل می‌شد و گستره بزرگی از محصولات معدنی را پوشش می‌داد. روزی که میدکو به دنبال ERP بود، با RFP که دوستان آماده کرده بودند، هیچ مجموعه‌ای در کشور، چنین محصولی نداشت تا در این پروژه، شرکت و رقابت کند لذا موضوع طراحی و دیزاین مطرح بود و یا اینکه از شرکت‌های خارجی استخدام کنند. همان موقع هم این کار را کردند اما به خاطر شرایط خاص کشور، هیچ کدام از شرکت‌های خارجی، به‌طور مستقیم در ایران فعالیت نمی‌کردند و معمولاً ایجنٹ‌های دست دوم و سوم آنها سرویس می‌دادند. اعداد و ارقام آنها بسیار نجومی بود. استعلاماتی که ما و میدکو برای پوشش نیازمندی‌های آن RFP خاص انجام دادیم، نشان می‌دهد اگر قرار بود solution خارجی خریداری و به کشور وارد شود، حداقل پنج برابر عددی که شما اشاره کردید، البته فارغ از پشتیبانی‌های بعدی، باید هزینه می‌شد. فقط لایسنس و استقرار را عرض می‌کنم. از طرف دیگر استقرار هم موضوع مهمی بود، چون حتی وقتی قرارداد منعقد شد، هیچ‌کدام از کارخانه‌هنوز به بهره‌برداری نرسیده بود؛ یعنی هم‌زمان با ساخت کارخانه، ERP هم پیش می‌رفت. همچنین حدود ۱۲۰ تا ۱۳۰ نفر از همکاران درگیر پروژه در سایت، هم‌زمان با ساخت هر کدام از کارخانه‌ها همراه بودند و نهایتاً از این به بعد، به عنوان نیروهای میدکو، ادامه فعالیت می‌دهند. لذا آن موقع، امکان اینکه مناقصه‌ای برای خرید این محصول، برگزار شود، وجود نداشت اما بر اساس برآوردها و استعلامات، قیمت ما به میدکو، حدود ۲۰ درصد مشابه محصول خارجی بود؛ یعنی برای محصولی که حدود ۴۰۰ فرآیند، ۵هزار فیچر و ۱۴ محصول بزرگ در داخل آن توسعه داده شده بود، رقم قرارداد، بسیار پایین‌تر از نمونه‌های خارجی است و البته دوستان و کارشناسان هم می‌توانند درباره آن اظهار نظر کنند. در خصوص بهره‌برداری در نقاط دیگر، واقعیت این است که این محصول هنوز در مجموعه میدکو، کامل نشده و امیدواریم پایان امسال، بخش زیادی از استقرار انجام شود. البته بخشی از پروژه نیز ری‌اسکوپ شده، چون ماژول‌های بیشتر و پلنت‌های بیشتری در میدکو در همین سه‌سال اضافه‌شد و بیرون آقلمرو ERP نیز بزرگ‌تر شد امیدواریم بعد از اینکه بتوانیم استقرار پروژه میدکو را تمام کنیم، ظرفیتی خالی شود تا به‌سراغ حوزه‌های دیگر برویم. برنامه‌ریزی آن هم انجام شده و به‌طور مشخص امسال پروژه مارکتینگ این پروژه شکل گرفت تا به سمت بازارهایی خارج از میدکو و مجموعه‌های صنعتی دیگر، هم در راستای صنایع معدنی و فلزی و هم در راستای انرژی برویم. البته هم‌زمان با دانشی که در میدکو ایجاد شد، این نکته نیز قابل ذکر است که ERP پلنت تولیدی با ERP یک شرکت خدماتی با IT بسیار متفاوت است. ما در داخل مجموعه فنانپ، شروع به استفاده از محصول کردیم و شرکت‌های دیگر نیز زیرساخت‌ها و راهکارهای خودشان را به سمت این محصول، مهاجرت می‌دهند که ما آن را به نام آی فنانپ می‌شناسیم و در میدکو، به نام میدآرپی شناخته می‌شود.

البته یکی از مشکلاتی که در صنعت هم با آن مواجه هستیم، نقل مکان نیروهای انسانی از این شرکت به آن شرکت است. گویا هیچ‌گونه توافقی در صنعت برای این موضوع وجود ندارد. بعضی مجموعه‌هایی که توان مالی و پرداخت‌های خوبی دارند، با افزایش حقوق و دستمزد، نیروهای خوب را جذب می‌کنند اما شرکت‌های پایین‌دستی دچار مساله می‌شوند. البته یک برنامه ویژه برای این موضوع خواهیم گذاشت. با این حال، با توجه به کاهش ارزش نرخ ریال و مهاجرت افراد فنی در شرکت‌های فناوری به خارج از کشور، بفرمایید شما چقدر با این مشکل، مواجه هستید؟

جوانمردی: جابه‌جایی نیروها مدام اتفاق می‌افتد اما ما تهدید اصلی را خروج نیروها از کشور می‌دانیم. علی‌رغم اینکه گذراندن دوره کارآموزی و socialize کردن در مجموعه و خروج نیروها قبل از اینکه دستاوردی برای مجموعه داشته باشند، برای ما هزینه است، اما این دغدغه اصلی کنونی مانیست. فنانپ در صنعت به این موضوع شناخته نمی‌شود که با پرداخت‌های خارج از عرف یا خیلی بالا، افراد را جذب کند. البته ما برای جذب، سیدجبران خدمت داریم اما انگیزه فنانپی شدن و رسیدن به اهداف و آرزوهایی که در مجموعه دنبال می‌کنیم، جدی‌ترین وجه ماجرا برای پیوستن به گروه فنانپ است. در خصوص رویه‌های داخل یک صنعت، اینکه حد مناسب آن چیست، بحث مفصلی می‌طلبد، اما اگر بخواهیم یک نیروی بسیار بسیار کلیدی را از مجموعه دیگر، اعم از رقیب یا همراه، در صنعت، جذب کنیم، حتی اگر به صورت رسمی میسر نشود، به صورت غیررسمی با مدیران ارشد مجموعه دیگر، تماس می‌گیریم و سعی می‌کنیم چک و تیک‌ها را با هم انجام دهیم.

همان‌طور که اشاره کردید مجموعه فنانپ بیشتر نیرو از دست می‌دهد تا اینکه جذب کند. این موضوع چندان به شما بر نمی‌گردد. در اینجا توضیحی را عرض کنم. برخی دوستان، نکته‌ای را مطرح کردند مبنی بر اینکه روال این است که وقتی کسی مهمان است، خودش نمی‌تواند اسپانسر باشد اما در این برنامه، مهمان برنامه، گروه فنانپ، هم‌زمان اسپانسر نیز هست. در این زمینه باید عرض کنم یکی از مشکلات ما در حوزه رسانه در سال‌های اخیر این بوده که وقتی مجموعه‌ای را نقد می‌کردیم، معمولاً در لیست بدها قرار می‌گرفتیم و شرکت‌ها نه تنها حمایت نمی‌کردند بلکه مشکلاتی

بانکداری الکترونیکی



هم برای ما ایجاد می‌شسد. بعد از ۲۱ سال فعالیت رسانه‌ای، امروز افتخار می‌کنم به نقطه‌ای از بلوغ در صنعت بانکی رسیده‌ایم که مدبران شرکت‌ها نه تنها از نقد سازنده حمایت می‌کنند و به آن پاسخ می‌دهند، بلکه رسانه را تشویق می‌کنند به روند خود به عنوان یک رسانه مستقل ادامه دهد. از گروه فنانپ و تمام دوستانی که در این مدت در کنار ما بودند، تشکر می‌کنم. با وجود اینکه آنها را نقد کردیم و برنامه تبلیغاتی برای شرکت‌ها در قالب پرسش‌ها انجام ندادیم و نقد صریح داشته‌ایم، باز هم از حمایت این شرکت‌ها برخوردار بوده‌ایم. البته از هفته آینده، این روال به حالت سابق خود برمی‌گردد. می‌خواستیم به دوستانی که می‌گویند عصر پرداخت با یک‌سری شرکت‌ها، بسته از دوبند کرده‌؛ و کارهای خاصی می‌کنند، نشان دهیم چنین اتفاقی نیفتاده و نخواهد افتاد. ما به عنوان یک رسانه مستقل، به مسیر خودمان ادامه می‌دهیم و حداقل این وصله‌ها به ما نمی‌چسبند. بگذریم... اتفاقی که در سال‌های اخیر در مجموعه فنانپ افتاده، این است که هر جایی در حوزه فناوری، مجوزی صادر می‌شده، فنانپ به در یافت آن مجوز اقدام کرده است از جمله پروژه FCP.MVNO. تلویزیون اینترنتی آیو، پروژه سپندار، فنانپ پلاس (که در حوزه تولید محتوا فعالیت می‌کرد و به خاطر مشکلات VAS که آقای جهرمی دنبال کرد، با مشکل مواجه شد. البته واقعاً بخشی از آن بیگیری، بحق بود و وزیر سابق به درستی اقدام و بر خورد کرد اما اینکه این صنعت بعد از آن پاشید و شرکت‌های فعال در این فضا، مجبور به تغییر مسیر شدند، نکته قابل تاملی است. همان‌طور که آقای جامه‌بزرگ هم اشاره کردند فنانپ پلاس نیز در حال تغییر مسیر است و از VAS خارج شده و در حوزه آموزشی ورود کرده است. رویکرد شما برای دریافت مجوز‌هایی به این شکل در مجموعه فنانپ چیست؟ چون شنیدیم خود آقای دکتر قاسمی هم با اظهاراتی که در مجموعه داشته‌اند، بیشتر در پی کوچک کردن و کوچک نگه‌داشتن هلدینگ هستند تا اینکه شرکت‌های زیرمجموعه را گسترش دهند. این حوزه‌ها سرمایه‌گذاری‌هایی نیاز دارد که شما هم انجام دادید. لطفاً درباره پروژه‌هایی که نام بردم، بفرمایید کدام یک موفق بودند و کدام یک ناموفق؟ و دلایل آن چه بوده است؟

جوانمردی: از بخش آخر سوال درباره رویکرد دکتر قاسمی شروع می‌کنم. صحبت‌های شما درباره اظهارات ایشان درست نیست! اگر به فرمایشات ایشان در روز چهارم خرداد، در زمان افتتاحیه کارخانه فنانپ تک که در رسانه‌ها هم منتشر شد، دقت کنید، متوجه می‌شوید اتفاقاً یک رویکرد توسعه‌ای بسیار جدی را برای توسعه سرمایه‌گذاری‌های صنعت ICT در فنانپ تصویر کرده‌اند. هر چند نگاه آقای دکتر قاسمی کاملاً اقتصادی و کسبوکاری است، اما برای خودشان و مجموعه پاسارگاد که یک مجموعه ملی و سهامی عام است، هم‌زمان یک نگاه مسوولیت اجتماعی نیز دارند؛ یعنی در بسیاری حوزه‌ها، به جای اینکه به دولت بگوییم فلان کار را انجام دهد و یا چرا این کار را انجام نمی‌دهد، خودمان در حد وسع و بضاعت، اقداماتی انجام می‌دهیم و خصوصاً زیرساخت‌هایی را آماده می‌کنیم تا شاید مجموعه‌هایی که پتانسیل مالی کمتری دارند یا آمادگی نشستن پای پروژه‌های درازمدت ندارند و به راحتی نتوانند ورود کنند یا اصلاً عرصه رقابت آنها نباشد، نیز منتفع شوند. به همین دلیل، آقای دکتر قاسمی، از روز اول، فنانپ را از اینکه با شرکت‌های کوچک و متوسط رقابت کند، پرهیز دادند و اعلام کردند فنانپ نباید فقط بازیگر باشد و خیلی جاها باید بازیساز باشد و زمین بازی را فراهم کند. مثال‌های شما، اغلب از این جنس است. اگر به برنامه‌های فنانپ در انتهای سال ۱۳۸۰ و مستندات آن مقطع زمانی، مراجعه کنید، برای اینکه بتوانیم برنامه‌ها را پیش ببریم (آن موقع لفظ اکوسیستم رایج نبود و ما هم از آن استفاده نکردیم) نیاز داریم سه‌گانه پردازش تراکنش‌ها که لزوماً مالی و پرداخت نیست، زیرساخت‌های دسترسی به مردم و رسانه متناسب با آن را داشته باشیم و بر مبنای همان الگو، برنامه‌های توسعه‌ای را پیش بردیم. هر جا لازم بوده، مجوزهای لازم را اخذ کردیم چون کشور ما مجوزمحور است. البته این مجوزها تا حدی و در برخی موارد مانند حوزه فرکانس‌های رادیویی لازم است. پس سعی کردیم مجوزها را برای روی مباداخذ کنیم! هم در حوزه تک‌لکام و هم در حوزه IPTV سعی کردیم قواعد و قرارهای نظام حاکم را رعایت کنیم و باخذ مجوز لازم کارها را پیش ببریم. در سپندار، چند مجموعه‌ای که در زمینه‌های نزدیک به آن فعالیت می‌کردند، باهمدیگر کنسر سیوم تشکیل دادند که اتفاقاً جنس دیگری از فعالیت است؛ یعنی تلاش چند بازیگر بزرگ بازار برای اینکه بتوانند نوع دیگری از کسب و کار را با مشارکت همدیگر رقم بزنند. در سپندار ایرانیان بر این مبنای حرکت کردیم، نه اینکه مجوزی وجود دارد و ما می‌خواهیم مجوز دیگری اخذ کنیم. ما بر مبنای برنامه راهبردی‌مان از انتهای دهه ۱۳۸۰ تا حدود سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۳ بر یک مبنای پیش‌رفتیم و توسعه آن را تا پایان سال ۱۳۹۸ تدوین کردیم. همچنین از پایان سال ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۴ وارد مدار دیگری شدیم که ایجاد این مدار در سال ۱۳۹۹ و شروع برنامه از ابتدای سال ۱۴۰۰ بود. نگاه ما، توسعه سرمایه‌گذاری ICT و سکوسازی، هم بر مبنای زیرساخت‌های توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات است که بیشتر در حوزه تک‌لکام، دیتاسنتر، اینترنت اشیا و زیرساخت‌های مربوطه آن را دنبال می‌کنیم و هم بر اساس توسعه پلتفرم‌ها یا سکوسازی‌های پلتفرمی است تا کسب و کارهای دیگر، بر این بسترها، کار خود را تسهیل شده‌تر پیش ببرند و هم توسعه پلیکیشن‌های نهایی، آنجایی که ماموریت‌ها و سبدهای کسب و کاری ما، آن حوزه‌ها را مورد توجه قرار می‌دهد. همان‌طور که تا الان مجموعه، موضوع را پیش برده، برنامه‌های توسعه سرمایه‌گذاری‌های گسترده را در این حوزه، دنبال می‌کنیم.

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



تحول دیجیتال کسب و کار؛ شرکت شما در کجای مسیر قرار دارد



حوزه‌های مختلفی در بحبوحه بحران‌های جهانی صنعت مالی و صنعت ساختمان شده است. در زمینه نفت و گاز، مدیران ارشد اکوپترول (Ecopetrol) در کلمبیا برنامه‌های پنج‌ساله (شروع از سال ۲۰۱۰) برای توسعه یک شرکت تجاری دیجیتال آغاز کردند. آنها معتقدند این قابلیت‌های دیجیتال همراه با دارایی‌های غیردیجیتالی، شرکت آنها را برای رقابت در صنعت نفت و گاز منطقه‌ای و جهانی بهتر آماده می‌کند.

قسمت چهارم: قابلیت‌های دیجیتال کسب و کار یک

سفر تحول جهانی

شرکت‌هایی که به این مرحله رسیده‌اند، AMPS را به‌طور موفقیت آمیزی با تغییرات سازمانی واقعی ترکیب کرده‌اند و به‌طور مداوم در حال تکامل هستند. به‌عنوان مثال، دیزنی، اگرچه در تحولات دیجیتالی در کسب و کارهای سرگرمی و آموزشی تازه وارد نیست، اما دارایی‌های غیردیجیتالی خود استفاده می‌کند. این شرکت یک میلیارد دلار سرمایه‌گذاری کرده تا فناوری "smartband" موسوم به MagicBand را برای مشتریان در پارک‌های تفریحی با تم خاص خود فراهم کند. هدف، پیگیری و بهبود تجربه مشتری در تمامی خدمات ارائه‌شده در پارک دیزنی از جمله رزرو هتل، خدمات گردشگری و بسیاری از جاذبه‌های دیگر است.

این پروژه که به MY Magic معروف است، و با هدف اطمینان از اینکه ۳۰ میلیون بازدیدکننده سالانه دیزنی بهترین تجربه ممکن را در پارک‌ها و امکانات آنها داشته و همچنین موجب افزایش مصرف خدمات و جاذبه‌های دیزنی برای افزایش درآمد و سود از دارایی‌های غیردیجیتالی آن شود، در این پارک‌های تفریحی خاص ایجاد شده است.

حرکت در مسیر تحول دیجیتال کسب و کار

تحول دیجیتال کسب و کار در ۱۵ سال گذشته به‌طور مداوم در هر دودسته اقتصاد توسعه‌یافته و نوظهور گسترش یافته است. ترکیب قابلیت‌های دیجیتالی و غیردیجیتالی همچنان در صنایع مختلف در حال دگرگونی است. صنایع گردشگری، بانکداری، سرگرمی و خرده‌فروشی در این تحولات پیش‌گام بوده‌اند. صنایع حمل‌ونقل، بیمه و مراقبت‌های بهداشتی نیز به‌سرعت در حال پیشرفت هستند طی دهه آینده، همه صنایع پایه‌وسپه‌ای عامل‌های جدیدی که شیوه‌های کسب و کار موجود را متحول می‌کنند، یا به‌وسیله دست‌اندرکاران باسابقه که رهبران آنها معتقدند تحول دیجیتالی، الزامی رقابتی در حال حاضر و آینده است، دگرگون خواهند شد. وقتی DBT را در داروسازی، بیمه و صنایع دیگر بررسی می‌کنیم، هفت عامل برجسته می‌شود:

- شفافیت هدف، امری ضروری است. مدیران ارشد باید بینش و صلاحیت رهبری تحول دیجیتال در شرکت‌های خود را داشته باشند.
- این تغییر باید شامل نیروهای کاری مهم و پرسوولیت باشد. در یکی از شرکت‌های بهداشت و درمان جهانی، رییس بخش داروسازی، ۱۵ هزار دستگاه ای‌پد را برای نیروی فروش خود فراهم کرد تا آنها را به‌منظور بهبود مشارکت مشتریان با اطلاعات بهتر مشتری و محصول، تقویت کند.
- متصدیان اجرای تحول دیجیتال باید نیاز به سرمایه‌گذاری در AMPS و پلتفرم‌های فناوری را که به‌اندازه کافی قوی و انعطاف‌پذیر هستند، درک کنند و در سراسر شرکت مورد استفاده قرار دهند.

- مدیران باید توانایی افراد را در استفاده موثر از اطلاعات بالا ببرند، زیرا تجزیه و تحلیل، به‌طور فزاینده‌ای بخش مهمی از شایستگی‌های نیروی کار در همه سطوح را شامل می‌شود.
- مدیران ارشد باید در مدل‌سازی ارزش‌ها و رفتارهای مرتبط با استفاده از دانش و اطلاعات موثر در شرکت دارای قابلیت دیجیتالی پیش‌قدم شوند. صداقت، شفافیت، اعتماد، به‌اشتراک‌گذاری و استفاده فعال از دانش برای تصمیم‌گیری باید از راس شروع شود.

- اندازه‌گیری پیشرفت در مسیر توسعه قابلیت‌های دیجیتال کسب و کار، به‌منظور تثبیت شتاب در جهت بهبود مستمر، ضروری است. تحول دیجیتال کسب و کار یک سفر است، نه یک مقصد!
- مدیران اجرایی باید فرهنگ اجرایی را با اجتناب‌ناپذیری تغییرات متحول‌کننده در صنایع مختلف متعادل کنند. این «روند جدید» بسیاری از شرکت‌های باسابقه، در آینده است منحنی پذیرش AMPS در اقتصاد جهانی شتاب گرفته و، کند نمی‌شود.

منبع:

<https://www.imd.org/researchknowledge/articles/digitalbusinesstransformationwhereisyourcompanyonthejourney/>

خود قرار دارند، مزایای بهبود کسب و کار از طریق دیجیتالی شدن یک حلقه‌ای مرتبط است و شاخص‌های قدیمی و ناکارآمد در آمد و هزینه‌ها به‌طور سنتی با ارتباط کم با سرمایه‌گذاری یا تغییرات دیجیتال مورد استفاده قرار می‌گیرند.

قسمت دوم: قابلیت‌های تجارت الکترونیکی قوی مجاز از کسب و کار اصلی

در صنایع باسابقه مانند تولید، توزیع، فرایند و مواد شیمیایی، بسیاری از شرکت‌ها توانمندی‌های تجارت الکترونیکی قوی و پیچیده‌ای را، چه به‌عنوان واحد فروش و خدمات الکترونیکی مستقل و چه به‌عنوان قابلیت‌های تجارت الکترونیکی متصل، توسعه داده‌اند. این تلاش‌ها معمولاً هماهنگی و تاثیر کمی با کارکردهای سازمانی مانند تولید، تحقیق و توسعه و توزیع دارد. مدیران ارشد در این شرکت‌ها اهمیت دیجیتالی شدن در فروش و بازاریابی را تشخیص می‌دهند، اما «اینترنت اشیا» را کشف نکرده‌اند که در آن فناوری‌های دیجیتالی به‌صورت ماشین به ماشین (مونتاژ خودکار توسط روبات‌ها) و ماشین به افراد (سیستم‌های ایمنی ناوبری برای جلوگیری از برخورد در اتومبیل‌ها) به یکدیگر متصل می‌شوند.

به‌عنوان مثال، در صنایع توزیع محور مانند تأسیسات آب ساختمان یا تأمین برق، شرکت‌های پیشرو به توسعه تجارت الکترونیکی پرداخته‌اند، اما هنوز استراتژی‌های کسب و کار را توسعه نداده‌اند تا از اطلاعات محصول به‌منظور ایجاد راه‌حل برای نصب‌کنندگان یا پیمانکاران ساختمان استفاده کنند. مدیران ارشد در این شرکت‌ها بر این باورند که تخصص و دانش کارکنان آنها در عملیات روبرو با مشتریان تجاری در شبکه‌های شعب و سایت‌های ساختمانی بهتر از کانال‌های دیجیتالی می‌باشد. بنابراین مدل‌های کسب و کار غیردیجیتالی آنها در معرض فرسایش تدریجی است که با دیجیتالی شدن دانش محصول توسط تأمین‌کنندگان و مشتریان تجاری آنها مرتبط است. خطری که برای شرکت‌های موجود در این بخش وجود دارد این است که به دلیل توسعه قابلیت‌های تجارت الکترونیکی، آنها معتقدند که «دیجیتالی شده‌اند». یک واحد کسب و کار تجارت الکترونیکی ممکن است موفق باشد، اما تا زمانی که قابلیت‌ها و دانش دیجیتالی با سازمان قدیمی ادغام نشود، مزایای DBT محقق نمی‌شود.

قسمت سوم: بهره‌برداری از داده‌های دیجیتالی و بینش‌های تجاری ساختن برای آینده

برخی از شرکت‌ها قابلیت‌های دیجیتالی پیشرفته‌ای را بدون سرمایه‌گذاری بزرگ در دارایی‌های فناوری توسعه داده‌اند. در طول شش باهفت سال گذشته بسیاری از شرکت‌های تأسیس شده در صنایع سنتی تر مانند نفت و گاز، تغذیه و سلامتی و مصالح ساختمانی به تغییرات سریع در استفاده از اینترنت باهدف قرار دادن مصارف خاص AMPS در داخل و خارج از شرکت خود پاسخ داده‌اند. به‌عنوان مثال، نستله تیم‌های پاسخگوی قوی از بازاریابی دیجیتالی و افراد فناوری اطلاعات را در دفتر مرکزی خود ایجاد کرده است تا آنچه مصرف‌کنندگان در سراسر جهان در مورد محصولات نستله می‌گویند (سایت‌های رسانه‌های اجتماعی) و آنچه را در این مورد می‌بینند (یوتیوب)، نظارت کنند. سایر شرکت‌ها نیز یک فرهنگ عملیاتی تثبیت شده از بهبود و پیشرفت مستمر ایجاد کرده‌اند تا تلاش‌های بهبود فرایند را در سراسر شرکت تسریع کنند. شرکت CEMEX، (تأمین‌کننده پیشرو جهانی سیمان، بتن و سنگ‌دانه‌ها)، صدها تیم بهبود فرایند مجازی هدفمند را در شرکت‌های عامل محلی خود با استفاده از فناوری رسانه‌های اجتماعی و اینترنت شرکت سازماندهی کرده است.

این تلاش‌ها باعث بهبود همکاری بین تیم‌های محلی و

بخشند. در اینجا، معتقدیم که شش حوزه خاص برای بهبود عملکرد وجود دارد:

- ثبت و استفاده از داده‌های زمان واقعی در مورد تجربیات مشتری برای تعاملات هوشمندانه فروش
- نظارت و ردیابی اطلاعات مربوط به محصول، خدمات و راه‌حل‌های بهبود مستمر
- اشتراک‌گذاری موثر دانش و اطلاعات برای فعالیت در محدوده عملکردها و مرزهای سازمان
- استفاده از تجزیه و تحلیل‌های عمیق تر و هدفمندتر که امکان تصمیم‌گیری بهتر را فراهم می‌کند
- استقرار فرایندها و سیستم‌های کارآمدتر و چابک‌تر برای واکنش سریع به تغییرات تجاری
- اتخاذ مدل‌های کسب و کار خلاقانه و انعطاف‌پذیر برای ایجاد تغییر و نوآوری در یک صنعت خاص

در حالی که اکثریت مدیران مایل هستند تحولات دیجیتال کسب و کار را از نظر افزایش بازدهی و کاهش هزینه‌ها اندازه‌گیری کنند، ما معتقدیم این شاخص‌ها در اکثر شرکت‌ها شاخص‌های ناکارآمدی هستند. بر اساس تجربیات ما، بهبود این شاخص‌ها به دنبال توسعه شاخص‌های پیشرو برای شش زمینه بهبود عملکرد (ذکر شده در بالا) خواهد بود.

تحول دیجیتال کسب و کار؛ کجای مسیر هستید؟

بسیاری از مدیران در شرکت‌هایی با قابلیت‌های غیردیجیتالی قوی با چالش‌های «دیجیتالی شدن» دست‌وپنجه نرم می‌کنند. شرکت‌های باسابقه از دارایی‌ها و قابلیت‌های قدیمی «غیر دیجیتالی» خود شکایت دارند و بارشک، نظاره‌گر رقبای نوظهور هستند. اما عکس آن نیز صادق است: بازیکنان نوظهور دیجیتالی نیز در ارزیابی منابع موجود در اختیار شرکت‌های سنتی مانند برندهای معتبر، دسترسی به سرمایه، دانش عمیق محصول و صنعت و شبکه‌های قوی از تباطو با مشتریان و سایر ذی‌نفعان مربوطه، هستند. این مزایای توانمند توسط شرکت‌های سنتی با انتقال به حوزه‌های دیجیتالی جدید مورد استفاده قرار گیرند.

قسمت اول: دیجیتالی شدن انجام اصول اولیه

بسیاری از شرکت‌ها با دارایی‌ها و قابلیت‌های غیردیجیتالی قوی هنوز در مرحله آزمایشی برای دیجیتالی شدن هستند. در طول ۱۰ سال گذشته، آنها وب‌سایت‌ها، اینترنت‌ها و برخی از شبکه‌های فرعی را برای پیوند دادن تأمین‌کنندگان و شرکای خود توسعه داده‌اند و همچنین هزینه‌های زیادی را صرف سیستم‌های برنامه‌ریزی منابع سازمانی (ERP) و زیرساخت‌های فناوری اطلاعات کرده‌اند. اکثر مدیران و کارکنان از تلفن‌های همراه و رایانه‌های شخصی استفاده می‌کنند و ممکن است تجارت الکترونیکی در شرکت‌ها و شرکت‌های تابعه مختلف وجود داشته باشد. با این حال، این مدیران تفکر حرکت به‌طور جدی به سمت بهره‌برداری از فناوری‌های دیجیتالی را نداشته‌اند، و همچنین این شرکت‌ها استراتژی‌های تجاری مناسب برای انجام این کار را ندارند. در حالی که مدیران ارشد ممکن است در خصوص دیجیتالی شدن صحبت کنند، اما اغلب خودشان کاربران فعال فناوری‌های دیجیتال نیستند. آنها معتقدند این ابزارها برای کارکنان نسل‌های جوان تر است، نه تیم‌های برتر. در حالی که سازمان فناوری اطلاعات و برخی واحدهای تجاری از سایت‌های دیجیتالی درون شرکت استفاده می‌کنند، استفاده از دیجیتال برای نظارت بر ارتباطات، تجربیات و شکایات مشتریان، کمترین میزان ممکن را دارد. است. اجتماعات دیجیتالی و به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات ممکن است در داخل شرکت و در واحدها و عملکردها اتفاق بیفتد، اما عمدتاً داوطلبانه است و توسط رهبران ارشد تشویق نمی‌شود.

از آنجا که فناوری‌های دیجیتال و تغییرات سازمانی، در کمینه

دسترس بودن فضای پارکینگ در شهرهای بزرگ‌راهی می‌دهد تا در مصرف سوخت و زمان رانندگان جهت مکان‌یابی پارکینگ در نزدیکی مقاصد مورد نظر آنها صرفه‌جویی کند.

پلتفرم‌هایی برای ایجاد قابلیت‌های دیجیتالی قابل اشتراک‌گذاری

بسیاری از سیستم‌ها و فرایندهای سنتی، اختصاصی بوده، به این معنی که داده‌ها و بینش‌های زیربنایی را نمی‌توان به راحتی به اشتراک گذاشت. پلتفرم‌های دیجیتال، سیستم‌های غیر اختصاصی هستند که می‌توانند اشتراک‌گذاری داده‌ها، اپلیکیشن‌ها و بینش‌ها را در بخش‌های مختلف یک سازمان تسهیل کنند. کتابخانه‌های دیجیتالی محتوا و اپلیکیشن‌ها در حال توسعه هستند تا امکان اشتراک‌گذاری و استفاده مجدد از منابع ارزشمند تجاری را فراهم آورند. به‌عنوان مثال، برنامه نویسی کد سیستم عامل لینوکس را بهبود می‌بخشد و برنامه‌های کاربردی به‌صورت رایگان در کتابخانه‌های دیجیتالی در اینترنت موجود هستند.

رسانه‌های اجتماعی

اپلیکیشن‌های رسانه‌های اجتماعی همانند فیس‌بوک، لینکدین و توئیتر اجازه می‌دهند که اطلاعات و ارتباطات دوطرفه بین یک سازمان و ذی‌نفعان اصلی داخلی و خارجی آن برقرار شود. آنها همچنین می‌توانند به‌عنوان ابزارهای یادگیری برای نظارت بر روندهای صنعت، احساسات مشتری و حرکت رقبا استفاده شوند.

تغییر سازمانی ضروری است

تحول دیجیتال کسب و کار، تنها به معنای استقرار AMPS در محل کار نیست. پیاده‌سازی فناوری بدون همراهی با تغییرات سازمانی، به احتمال زیاد منجر به نتایج نامطلوب خواهد شد. در واقع، مزایای DBT تنها با ترکیب مناسب افراد، مهارت‌ها و ساختار سازمانی، قابل دستیابی است.

اولین چالش برای رهبران کسب و کار، ایجاد فرهنگ اشتراک‌گذاری است که در آن افراد تشویق شده تا دانش خود را به نفع شرکت بیان کرده و از آن استفاده کنند. مدل‌های فعلی فرمان و کنترل سازمان‌ها در عصر دیجیتال کارایی ندارد. همچنین فرهنگ‌های سازمانی که به‌جای همکاری تیمی، بیش از حد به عملکرد فردی متکی هستند، مشکلات کسب و کار را برطرف نمی‌کنند. چالش دوم، توسعه و ترویج طرز تفکر کنجکاوی، افزایش انگیزه افراد برای درک بهتر آنچه می‌دانند و مهم‌تر از همه، آنچه نمی‌دانند و پیوند دادن این دانش به تصمیم‌گیری و مزایای کسب و کار است. به‌عنوان مثال، شرکت‌هایی همانند اینتل باید پیش از رواج استفاده از ریز تراشه‌ها در بازارهای خاص، روی آنها سرمایه‌گذاری کنند و به یک نوع تشخیص هوشمندانه از بازارهای آتی که برای محصولات آن مناسب است، دست یابند. به‌عنوان سومین چالش، فرهنگ اطلاعات محور را در سراسر شرکت، و فراتر از آن، برای مشتریان و شرکا، به‌منظور ایجاد ارزش و نوآوری از طریق استفاده هوشمندانه از ابزارهای دیجیتالی و اطلاعات زمان واقعی ایجاد کنند.

آبامدیران شرکت‌های شماری پرورش ارزش‌ها و رفتارهای مرتبط با یکپارچگی اطلاعات، شفافیت، اعتماد و اشتراک‌گذاری که فرایندها و مدل‌های کسب و کار مبتنی بر دیجیتال به آنها نیاز دارند، از فناوری‌های دیجیتالی استفاده می‌کنند؟ دیجیتالی شدن، متمرکز در زمینه تحول دانش و فرهنگ مبتنی بر اطلاعات یک شرکت است، همان‌طور که در مورد کاربرد فناوری‌های دیجیتال جدید نیز صادق است.

چهارمین چالش، اولویت‌بندی انتخابی حوزه‌های کسب و کار نوظهور است که از ابزارها و فناوری‌های دیجیتال استفاده می‌کنند، در حالی که هنوز به دنبال بهینه‌سازی حوزه‌هایی هستند که با این تغییرات به چالش کشیده شده‌اند. یافتن تعادل بین حوزه‌های جدید و قدیمی می‌تواند امری بسیار دشوار باشد. به‌عنوان مثال، شرکت‌های بیمه چند جانبه چندین دهه است که بر شبکه‌های بزرگی از نمایندگان فیزیکی خود تکیه کرده‌اند که در جوامع مشتریان زندگی و کار می‌کنند. امروزه بیمه به‌طور فزاینده‌ای به‌صورت آنلاین جست‌وجو و خریداری می‌شود و تعامل کمی با عوامل فیزیکی دارد. بنابراین، شرکت‌های بیمه باید قابلیت‌های دیجیتالی را برای طراحی، ترویج و فروش بیمه‌نامه‌ها از طریق کانال‌های دیجیتالی توسعه دهند. در حالی که همچنان از قدرت شبکه آفلاین خود نیز استفاده می‌کنند.

تحول دیجیتال کسب و کار، در عملکرد هوشمندانه تراز است

ترکیب فناوری‌های دیجیتال با تغییرات سازمانی و افراد، ملزم به ایجاد فرهنگ اطلاعات محور دیجیتالی است که به سازمان‌ها این امکان را داده تا عملکرد تجاری را به میزان قابل توجهی بهبود

رضا سمیع‌زاده؛ هیات علمی دانشگاه الزهراء سحر وطنخواه؛ دکتری مهندسی صنایع دانشگاه الزهراء

تحول دیجیتال کسب و کار (DBT) با مقیاس و سرعتی هم تهدیدآمیز و هم امیدوارکننده در حال رخ‌دادن است. در گزارشی با عنوان «اینترنت همه چیز» سیستم‌های CISCO تخمین زدند که ۱۰ میلیارد دستگاه در سال ۲۰۱۳ به اینترنت متصل شده و پیش‌بینی کردند که این تعداد تا سال ۲۰۲۰ به ۵۰ میلیارد دستگاه برسد. در ادامه پیش‌بینی شده که ۱۴ تریلیون دلار ارزش تجاری و اقتصادی بین سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۰ در سراسر کشورها، صنایع و شرکت‌ها به‌واسطه نوآوری تجاری، بهره‌وری بیشتر، افزایش کارایی در فرایندها و افزایش تجربیات مشتری در خطر خواهد بود. مزایای DBT بسیار زیاد بوده، اما به‌طور غیریکنواخت توزیع شده است. مطالعه IBM/MIT در سال ۲۰۱۱ نشان داد که شکاف گسترده‌ای بین شرکت‌ها در نحوه بهره‌گیری از تجزیه و تحلیل داده‌ها برای ارزش کسب و کار وجود دارد. در این مقاله، به تعریف معنای DBT برای شرکت‌ها و راه‌په نقشه راه برای ایجاد و جذب ارزش از ابزارها و فناوری‌های دیجیتال می‌پردازیم. در واقع DBT، بیشتر در مورد تغییر سازمانی و همچنین فناوری بوده و ما چارچوبی را به‌منظور بهبود حرکت این تغییر و درک کامل پتانسیل DBT ارائه می‌دهیم.

تحول دیجیتال کسب و کار؛ تعریف و عناصر کلیدی

اصول تحول دیجیتال کسب و کار می‌تواند در کتاب «Being Digital» نیکلاس نگرو پونت، بنیان‌گذار آزمایشگاه رسانه MIT در سال ۱۹۹۵ دریافت که قابلیت جایگزینی بیت‌ها و اتم‌ها را بررسی کرد. به‌نابار پیشین‌داند نگرو پونت، هرگونه اطلاعاتی که به‌عنوان اتم و وجود دارد (مانند کتاب و DVD) می‌تواند با بیت‌های یک دستگاه دیجیتال نمایش داده شود. این بینش بنیادی، اساس رشد اولیه تجارت الکترونیکی و همچنین استقرار گسترده در صنایع سنتی سیستم‌های اطلاعاتی است. به‌عنوان نمونه می‌توان به ردیابی حمل و نقل FedEx، مدیریت موجودی المارت و ردیابی روزانه خریدهای میلیونی FritoLay توسط رانندگان مسیری فروش آن، اشاره کرد.

مدیران این شرکت‌ها درک کرده‌اند که اطلاعات دیجیتالی در مورد محصولات (و مشتریان) به‌اندازه خود محصولات برای افزایش عملکرد کسب و کار در برابر رقیبانی که دانش کمتری در زمینه دیجیتالی دارند، مهم است. از آن زمان تاکنون سازمان‌ها، فناوری‌های دیجیتالی را به‌طور گسترده پیاده‌سازی و فرایندها در جهت ایجاد قابلیت‌های دیجیتال اصلاح می‌کنند تا عموماً از لحاظ دیجیتالی قوی تر شوند، اما اغلب به‌صورت موقت، بدون ساختار یا استراتژی جامع این کار را انجام می‌دهند. در اینجا، DBT را همانند مسیری دانسته که باید با دقت به آن نزدیک شد و حرکت کرد. ما تحول دیجیتال را تغییر سازمانی از طریق استفاده از فناوری‌های دیجیتال به‌منظور بهبود موثر عملکرد تعریف می‌کنیم.

AMPS: جدیدترین فناوری‌های دیجیتال

رهبران دیجیتال، شرکت‌هایی هستند که از قدرت اطلاعات و فناوری‌های دیجیتال برای بهبود عملکرد کسب و کار استفاده می‌کنند. برای مدیران مهم است که از فناوری‌های دیجیتال که قدرت فعال‌سازی و تحول کسب و کار آنها را داشته، آگاه باشند. ما موجد کنونی این فناوری‌ها را AMPS می‌نامیم. همان‌طور که در ادامه توضیح داده می‌شود، این چهار فناوری دیجیتال، در کنار هم تاثیر چشمگیری بر چگونگی تحول سازمان‌ها و صنایع دارند.

ابزارها و اپلیکیشن‌های تحلیلی

این ابزارها و برنامه‌ها برای تجزیه و تحلیل و استخراج ارزش از حجم وسیعی از داده‌های موجود در سازمان‌های امروزی طراحی شده‌اند. تفاوت بین این «کلان» داده‌ها و داده‌های سنتی مربوط به حجم یا مقدار زیاد داده؛ تنوع یا انواع مختلف داده‌های ساختاریافته و بدون ساختار؛ و سرعت یا سرعت ایجاد داده‌های جدید، است. به‌عنوان مثال، شرکت‌های نفت و گاز از داده‌های پیچیده زمین‌شناسی و تاریخی استفاده کرده تا موقعیت حفرة‌های چندمیلیون دلاری برای استخراج بیشتر نفت از ذخایر موجود را به‌دراستی دریابند.

ابزارها و اپلیکیشن‌های تلفن همراه

امروزه افراد، بیشتر از طریق دستگاه‌های تلفن همراه مانند تلفن‌های هوشمند و تبلت‌ها به اینترنت متصل می‌شوند تا از طریق دستگاه‌های ثابت همچون رایانه‌های شخصی بسیاری از شرکت‌ها استراتژی mobilefirst را دنبال کرده و به این ترتیب توسعه اپلیکیشن، ابتدا برای دستگاه‌های تلفن همراه و بعد از آن برای رایانه‌ها و سایر دستگاه‌های ثابت انجام شود. به‌عنوان مثال، Streetline، اپلیکیشن‌هایی را به‌منظور نظارت بر در



توسعه نرم افزارها و پلتفرم‌های موبایلی در عصر نوین کشاورزی



آسیه فروردین



فناوری اطلاعات و ارتباطات، فناوری‌هایی هستند که دسترسی کاربران را برای بازیابی، ذخیره و انتقال اطلاعات به صورت دیجیتالی تسهیل می‌کنند. این فناوری‌ها، عامل مهمی در رشد کشاورزی بوده‌اند. استفاده از این فناوری‌ها، اطلاعات و هزینه‌های معاملات را کاهش داده، ارائه خدمات را تسهیل کرده، فرصت‌های شغلی جدیدی ایجاد کرده و موجب شکل‌گیری مدل درآمدی نوین شده است. به عبارت دیگر، فناوری‌های نوین با انتشار موثر اطلاعات مهم و تضمین امنیت غذایی، کشاورزی را در اقتصادهای نوظهور، متحول کرده است.

فناوری‌های تلفن همراه در کشاورزی

فناوری‌های نوین، دسترسی به اطلاعات به موقع و دقیق را برای بهبود تولیدات کشاورزی تسهیل می‌کنند. در این میان، دسترسی به اطلاعات در مزارع خانوادگی نیز بسیار مهم است. این فناوری‌ها، به‌ویژه در حوزه برنامه‌های تلفن همراه، نقش مهمی در تسهیل دسترسی افراد کم‌بضاعت به منابع دارند. انقلاب خدمات مالی دیجیتال پیامدهای گسترده‌ای دارد. با افزایش نفوذ تلفن‌های همراه در نقاط دورافتاده، تقویت استفاده نوارانه از فناوری‌های موبایلی توسط کشاورزان، ضروری است. ترکیبی از فناوری موبایلی و سیستم اطلاعات جغرافیایی، اطلاعات دقیق و جزئی از خاک، آب، مواد مغذی و غیره را برای تصمیم‌گیری کشاورزان ارائه می‌دهد.

ایجاد محیط‌های مناسب از طریق سیاست‌ها و استراتژی‌های صحیح، دسترسی مقرون به صرفه و باکیفیت به فناوری‌ها را در مناطق روستایی فراهم کرده و بر این اساس، از تبادل هزینه‌های کشاورزی برای مزارع خانوادگی حمایت می‌کند. با این حال، استراتژی‌ها و پلتفرم‌های فناورانه که مشارکت سازمان‌های مرتبط با کشاورزان را در توسعه سیاست‌گذاری‌ها و تأثیرگذاری بر اجرای آن افزایش می‌دهد، باید ابقا یابد.

شرکت تعاونی **Gnucoop** در سال ۲۰۱۳، از طریق برنامه تلفن همراه، نظارت بر قیمت کالاهای اساسی در حوزه مواد غذایی موجود در بازارهای جمهوری آفریقای مرکزی توسعه داد. این شرکت تعاونی، شامل گروهی از متخصصان فناوری اطلاعات و توسعه است که در سال ۲۰۱۲ تأسیس شد تا با بهره‌مندی از فناوری به‌ویژه از سازمان‌های غیردولتی و موسسات غیرانتفاعی پشتیبانی

کند. در این اپلیکیشن، قیمت مواد غذایی اعلام شده توسط سازمان‌های مختلف که در مناطق گوناگون فعالیت می‌کنند، جمع‌آوری و ارائه می‌شود.

ابزارهای فناورانه در کشاورزی

ابزارهای فناورانه اطلاعات و ارتباطات مورد استفاده در کشاورزی را می‌توان شامل فناوری‌های بی‌سیم، سیستم موقعیت‌یابی جهانی (GPS)، سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS)، سیستم خودکار کنترل شده با کمپیوتر مانند روبات‌های کشاورزی، برنامه تلفن همراه هوشمند و فناوری شناسایی امواج رادیویی (RFID) دانست.

فناوری‌ها در کشاورزی؛ مزایا و معایب

استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات، نقش حیاتی در کشاورزی دارد و به رونق جوامع روستایی کمک می‌کند. فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات در کشاورزی، مزیت‌های زیر را به همراه دارند:

- اطلاعات لازم را ارائه می‌دهند؛ استفاده از فناوری‌ها در کشاورزی، سود چشمگیری در کارایی و صرفه‌جویی در هزینه‌ها به همراه دارد، زیرا نقش مهمی در ارائه اطلاعات به‌روز و موردنیاز کشاورزان در قالب کاربرمحور ایفا می‌کند. ■ مقرون به صرفه است: ماهیت مقرون به صرفه آن فرصت‌های بی‌ظنیری را برای توانمندسازی کشاورزان در مقیاس کوچک با تقویت قابلیت‌های آنها ارائه می‌دهد. ■ پشتیبانی از تصمیم‌گیری: فناوری اطلاعات و ارتباطات نه تنها از سیاست‌گذاری پشتیبانی می‌کند، بلکه مدیریت مزرعه را نیز بهبود می‌بخشد و از این طریق، وضعیت معیشت توده‌های روستایی را ارتقا می‌دهد.

■ دسترسی به بازار را بهبود می‌دهد: فناوری در کشاورزی می‌تواند از طریق آخرین اطلاعات درباره بازارها و به تصویر کشیدن تغییر الگوهای مصرف برای کشاورزان سودمند باشد. با افزایش دسترسی به تلفن‌های همراه، کشاورزان می‌توانند تولید را بر اساس عرضه و تقاضا برنامه‌ریزی کنند،

بنابراین با افزایش بازدهی بازار، دسترسی به آن تسهیل خواهد شد.

در مجموع، استفاده از فناوری‌ها در کشاورزی، مزیت‌ها، معایب و چالش‌های خاص خود را دارد. برخی دیگر از مزایای فناوری‌ها در کشاورزی عبارتند از:

۱. ماشین‌های مدرن می‌توانند باعث کنترل فشار کاری بر کشاورزان شوند.
۲. زمان را کاهش می‌دهند.
۳. بر قیمت و تقاضای محصولات تأثیر گذارند.
۴. باروری خاک را افزایش می‌دهند.
۵. در آبیاری‌ها استفاده می‌شوند.
۶. در تولید کودهای مصنوعی و کنترل آفات شیمیایی موثرند.
۷. میزان مصرف آب را کاهش می‌دهند.
۸. از افزایش ضایعات مواد در پدیده‌ها جلوگیری می‌کنند.

از سوی دیگر، بهره‌مندی از فناوری‌ها در کشاورزی، معایب یا چالش‌های زیر را دارا هستند:

۱. استفاده بیش از حد از مواد شیمیایی به کمک ماشین‌آلات، باروری زمین را کاهش می‌دهد.
۲. به دلیل فقدان دانش فناوری، کشاورزان از ماشین‌آلات مدرن از جمله ماشین‌های بدون راننده، استفاده مطلوب نمی‌کنند.
۳. هزینه نگهداری ماشین‌آلات و فناوری‌های کشاورزی بسیار زیاد است.
۴. استفاده بیش از حد از ماشین‌آلات، احتمال آسیب محیطی را افزایش می‌دهد.
۵. بهبود برنامه‌های پیش‌بینی شده با ماشین روباتیک نمی‌تواند فرهنگ کشاورزان را تغییر دهد و فرهنگ سنتی، غالب است.

نرم‌افزارها و پلتفرم‌های کشاورزی

در همین زمینه، شرکت توسعه نرم‌افزاری چتو (chetu)،

با شعار ارائه راه‌حل‌های نرم‌افزاری در کلاس جهانی در آمریکا، نرم‌افزارهای مرتبط با کشاورزی را طراحی کرده است. در این نرم‌افزارها، راه‌حل‌های دقیق کشاورزی با تحلیل و مدیریت مزارع، ترکیب شده است. بر این اساس، با ایجاد API‌های مختلف، فناوری‌های کشاورزی هوشمند می‌توانند بازساخت‌های موجود در نرم‌افزار حسگر خود، ارتباط برقرار کنند.

با توجه به این نرم‌افزار، برنامه‌های دقیق کشاورزی هوشمند، مقیاس‌بندی ERP یا برنامه یکپارچه سازمانی کشاورزی اصلاح می‌شود. در این خصوص، راه‌حل‌های دقیق توسعه برنامه تلفن همراه AG، دارای طراحی و زیرساخت مهندسی اطمینان‌بخش است. توسعه کشاورزی هوشمند از حافظه فلش یا حافظه رم، استفاده و سپس داده‌ها را در سرورهای اختصاصی، ترکیبی با ابری مستقر می‌کند تا برنامه تلفن همراه را در زمان واقعی فعال کند.

همچنین راه‌حل هواپیماهای بدون سرنشین کشاورزی یکی دیگر از نرم‌افزارهاست. این نرم‌افزار پهبادی که قادر است بذر را در مزارع مستقر کند، به پهبادهای اجازه می‌دهد تا از حسگرهای داخلی برای ضبط داده‌هایی مانند نقشه‌های حرارتی، سلامت محصول و موارد دیگر استفاده کنند.

نرم‌افزارهای نظارت بر سیستم کشاورزی

توسعه‌دهندگان این نرم‌افزارها در **Chetu**، با استفاده از مدل‌های دیجیتال، برای سنسورهای خاک، نرم‌افزاری را برای سیستم نظارت بر کشاورزی طراحی می‌کنند. کشاورزان **PH** (مقیاس تعیین میزان اسیدی یا بازی بودن یک محلول آبی) رطوبت، مسوود مغذی، دما و موارد دیگر را با استفاده از فناوری‌های حسگر برای کشاورزی دقیق اندازه‌گیری می‌کنند. نرم‌افزار نقشه‌برداری خاک، نرم‌افزار حسگر برداشت و نرم‌افزار هواپیماهای بدون سرنشین از طریق یک سری **API** با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و داده‌ها و تجزیه و تحلیل آنها را با هم ترکیب می‌کنند. این قابلیت همکاری به کشاورزان اجازه می‌دهد تا در ک بهره‌تری از محصولات خود کسب کنند. در این زمینه، مقررات کشاورزی و رعایت محیط‌زیست با نظارت دقیق تر، مدنظر قرار می‌گیرد.

ادغام و پیاده‌سازی **Chetu** با استانداردهای نظارتی تعیین شده توسط وزارت کشاورزی ایالات متحده (**USDA**)، اداره غذا و دارو (**FDA**) و خدمات ایمنی و بازرسی مواد غذایی (**FSIS**) مطابقت دارند. این شرکت همچنین از آژانس حفاظت از محیط‌زیست (**EPA**) پیروی می‌کند. سیستم حذف آلاینده‌های مایع و گزارش‌های گلخانه‌ای نیز جزو برنامه‌های **Chetu** قرار دارد.

مردم دغدغه قطع اینترنت دارند



یک پژوهشگر فضای مجازی با بیان اینکه مردم دغدغه قطع اینترنت دارند و شغل‌شان به فضای مجازی وابسته است، گفت: با وجود تمام ایرادات طرح

صیانت نباید حکمرانی را به واتس‌آپ و گوگل واگذار کنیم. نخستین جلسه سمینار علمی حکمرانی فضای مجازی با موضوع «طرح حمایت از حقوق کاربران از منظر کلی (گذشته، حال و آینده)» توسط

پژوهشگاه فضای مجازی، دانشگاه امام صادق و دانشگاه آزاد برگزار شد. در این جلسه که با مدیریت علمی محمداصق نصراللهی عضو هیات علمی

دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق علیه السلام برگزار شد، صادق ستاری‌فرد، مدیر حوزه تقنین معاونت مطالعات فرهنگ و آموزش مرکز پژوهش‌های مجلس، محمد کشوری کارشناس

فناوری اطلاعات و محمدحسین انتظاری مدیر گروه سیاست‌گذاری و حکمرانی فضای مجازی اندیشکده تداوم، به بحث و تبادل نظر در این مورد پرداختند. محمدحسین انتظاری، مدیر گروه سیاست‌گذاری و حکمرانی

فضای مجازی اندیشکده تداوم در این نشست موضوعاتی چون ابهامات موجود در طرح، تفاوت میان حکمرانی و تنظیم‌گری، دغدغه‌های مردم و لزوم اصلاح فضای رسانه‌های موجود پیرامون طرح را مورد بررسی قرار داد.

او گفت: مردم در مورد خدمات پایه کاربردی و مصادیق آن سوال دارند؛ نه اینکه چه کسی تنظیم‌گر است. این قبیل جنجال‌ها، در همه کشورها

در سطح ژورنالیستی وجود دارد. مردم دغدغه قطع اینترنت دارند زیرا آموزش و شغل‌شان به فضای مجازی بستگی دارد. انتظاری با انتقاد از

رویکرد دولت پیشین در مواجهه با فضای مجازی، گفت: ما جریان‌هایی در دولت داشتیم که هر حرکتی در حوزه حکمرانی فضای مجازی را به مثابه محدودگری اینترنت می‌پنداشت و اعتقاد به حکمرانی نداشت. مدیر

گروه سیاست‌گذاری و حکمرانی فضای مجازی اندیشکده تداوم افزود: ما با وجود تمام ایرادات و نواقص موجود، نمی‌توانیم حکمرانی را به واتس‌آپ و گوگل واگذار کرده و از خودمان رد صلاحیت کنیم. اعمال این حاکمیت

نباید دست‌خارجی باشد. جای انتقاد زیاد است اما اینکه مدیریت را به پلتفرم‌ها و شرکت‌های خارجی بسپاریم به معنای استعمار است.

انتظاری با اشاره به ناکارآمدی‌های موجود در پلتفرم‌های داخلی، دستیابی به شبکه ملی اطلاعات را راه‌کار حل مشکلات موجود دانست و گفت: ما به جز فیلترینگ هیچ ابزاری در اختیار حکمران نگذاشته‌ایم. شبکه ملی اطلاعات ابزار حکمرانی را توسعه می‌دهد. از طریق شبکه ملی اطلاعات می‌توان بخش بزرگی از ترافیک را به داخل کشور منتقل کنیم.

او تأکید کرد: ما به جای یک قانون کلی، به قوانین مادر نیاز داریم و باید این قوانین مادر قدم به قدم پیش‌رفته و جامعه را با خود همراه کنند.

۵۶ درصد کاهش، بورس آرژانتین با ۵۲٫۲ درصد کاهش و

بورس برزیل با ۹٫۲ درصد کاهش همراه شدند.

همزمان بورس اوراق بهادار لندن و برخی دیگر از بورس‌های سهام در سراسر جهان نیز به دلیل احتمال تداوم حملات تعطیل و تخلیه شدند.

روز بعد از حمله، بازارهای سهام اروپا به شدت سقوط کردند، بورس آلمان با کاهش ۸٫۵ درصدی، بورس لندن با کاهش ۵٫۷ درصدی و بورس اسپانیا با ۴٫۶ درصد افت همراه شدند.

بازار طلا

قیمت هر انس جهانی طلا در معاملات لندن با ۸٫۱ درصد رشد و ۲۴۰۱۵ دلار افزایش، از سطح ۲۷۰۹۰ دلار به ۲۹۵ دلار افزایش یافت.

بازار مبادلات جهانی ارز

در بازار ارز، شاخص جهانی دلار با ۳٫۸ واحد افت همراه شد و دلار آمریکا در برابر یورو، پوند انگلیس و ین ژاپن به شدت سقوط کردند.

نفت و گاز

قیمت گاز در آمریکا نیز به مدت یک هفته صعودی شد و نفت نیز با ۵۲٫۴۳ دلار افزایش همراه شد و قیمت آن از ۲۷٫۸۲ دلار به سطح ۳۰٫۲۵ دلار رسید اما سپس سیر نزولی پیدا کرد و بعد از ۱۵ روز با ۵۸٫۱ دلار کاهش همراه شد و به سطح ۲۲٫۱۵ دلار رسید.

هزار نفر اخراج و بیکار شدند. دولت برای کمک به این

صنعت، یک بسته اقتصادی شامل ۱۰ میلیارد دلار ضمانت

به همراه ۵ میلیارد دلار برای کمک کوتاه‌مدت ارائه کرد. به دنبال حملات ۱۱ سپتامبر، صنعت هواپیمایی

آمریکا تنها در همان سال، ۷ میلیارد دلار زیان به همراه داشت و طی ۱۰ سال خسارت ۲۴ میلیارد دلاری به این صنعت اعلام شد.

در صنعت گردشگری نیز نیویورک آسیب بزرگی دید و صنعت هتلداری با ۴۰ درصد افت تقاضا روبه‌رو شد.

طی ۲ سال بیش از ۳۳۵ هزار نفر مشاغل خود را از دست دادند که خسارت ۲ میلیارد دلاری برای این صنعت اعلام شد.

بازار سهام و بورس اوراق بهادار

روز سه‌شنبه، ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، پس از برخورد اولین هواپیما به برج شمالی مرکز تجارت جهانی، بورس اوراق بهادار نیویورک (NYSE) با تأخیر بازگشایی شد اما

پس از برخورد هواپیما دوم به برج جنوبی سازمان مرکز تجارت جهانی، تمامی معاملات بورس آمریکا لغو شد. بورس آمریکا به مدت یک هفته تعطیل شد و ساختمان آن

و سایر بانک‌ها و موسسات مالی در وول استریت و بسیاری از دیگر شهرهای آمریکا تخلیه شدند. قبل از توقف معاملات، بازار سهام در بازارهای آمریکای لاتین نیز با افت همراه شد و بورس مکزیک با

تاثیرات اقتصادی حملات ۱۱ سپتامبر

زیرساختی تصویب کرد.

صنعت بیمه

این حملات سبب شد شرکت‌های بیمه حدود ۴۰ میلیارد دلار خسارت پرداخت کنند و به یکی از بزرگ‌ترین حوادث بیمه تاریخ تبدیل شد. به هر یک از شرکت‌های **Berkshire Hathaway, Lloyd's, Swiss Re, and Munich Re** در حدود ۲ میلیارد دلار بیمه پرداخت شد و از طرفی ارزش سهام شرکت‌های بیمه با کاهش شدید روبه‌رو شد، به طوری که سهام شرکت‌های بیمه **Swiss Re** حدود ۱۰ درصد، **Baloise Insurance Group** حدود ۷٫۸ درصد و **Swiss Life** حدود ۱۱ درصد کاهش را تجربه کردند.

اگر چه صنعت بیمه دارای ذخایری بود که حملات ۱۱ سپتامبر را پوشش می‌داد اما شرکت‌های بیمه تمایلی به ادامه پوشش برای حملات تروریستی آینده نداشتند تنها تعداد کمی از بیمه‌گذاران به‌ارایه چنین پوشش‌هایی ادامه می‌دهند.

صنعت هواپیمایی و گردشگری

ابتدا پروازها در نقاط مختلف آمریکا و کانادا متوقف شدند و صرفاً به خدمات پشتیبانی از عملیات پرداخته شد. این حملات ریسک خطوط هواپیمایی را افزایش داد و سهام شرکت‌های هواپیمایی و شرکت‌های تولیدکننده هواپیما سقوط کردند و برخی از آنها حتی ورشکسته شدند و ده‌ها

فرگوسن رییس وقت فدرال رزرو، این اقدامات را برای

حفظ ثبات اقتصادی و جبران اختلالات احتمالی ناشی از

آسیب سیستم مالی بیان کرد. سیاست‌های پولی فدرال رزرو، اگر چه در پیشگیری از

رکود اقتصادی در ۲۰۰۱ تأثیر مثبتی داشت، اما بدهی دولت را به شکل قابل توجهی افزایش داد. با مرگ نزدیک

به ۳ هزار نفر و مجروح شدن هزاران شهروند آمریکایی، مالیات‌های دریافتی از سوی دولت ۳٫۵ میلیارد دلار

کاهش یافت و بیش از ۴۹۸ هزار نفر به آمار بیکاری اضافه شد. طبق گزارشات آمریکا، خسارت وارد شده به ساختمان و تاسیسات، ۸۳ میلیارد دلار برآورد شده است

و تأثیر ثانویه‌ای که بر اقتصاد آمریکا ایجاد کرد در حدود ۱۹۱ میلیارد دلار اعلام شد. این حجم از بدهی دولت منجر به ضعف آمریکا در رفع چالش‌های بحران مالی ۲۰۰۷ شد.

در شهر نیویورک، تقریباً ۳۳۰ هزار شغل از دست رفت و ۲٫۸ میلیارد دلار دستمزد از دست رفته در سه ماه پس از حملات ۱۱ سپتامبر بر اقتصاد تحمیل شد. برآورد می‌شود که تولید ناخالص داخلی شهر نیویورک در سه ماه انتهایی

۲۰۰۱ و طی سال ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۳ ۲ میلیارد دلار کاهش یافت. دولت فدرال برای حمایت از اقتصاد نیویورک در ماه اول بسته اقتصادی ۱۱٫۲ میلیارد دلاری را تصویب کرد و در اوایل سال ۲۰۰۲ بسته اقتصادی دیگری با ۱۰٫۵ میلیارد دلار کمک برای توسعه اقتصادی و نیازهای



دکتر امیر شاه‌محمدی پژوهشگر اقتصاد مقاومتی

اقتصاد آمریکا به دلیل گستردگی و پیوند تجاری که با اروپا، آسیا، آفریقا و استرالیا دارد، نقش قابل توجهی در اثرگذاری بر اقتصاد جهانی دارد. پیوند تجاری و تکنولوژیک اقتصاد آمریکا سبب شده است که بحران‌های مالی آن به سایر کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه نیز کشیده شود. در سپتامبر ۲۰۰۱ برج‌های دوقلوی مرکز تجارت جهانی و ساختمان پنتاگون مورد حملات سازمان‌یافته قرار گرفتند.

این حملات که در طی دو ساعت به طول انجامید، بهانه حضور رسمی آمریکا در خاورمیانه، سرآغاز جنگ‌های مذهبی با محوریت اسلام و اشغال و جنگ آمریکا با عراق و افغانستان را به دنبال داشت. اکنون پس از ۲۰ سال حدود ۶٫۴ تریلیون دلار برای آمریکا هزینه در بر داشته است.

اقتصاد آمریکا

فدرال رزرو برای جلوگیری از بحران مالی در آمریکا طی سه روز اول، روزانه ۱۰۰ میلیارد دلار نقدینگی به اقتصاد تزریق کرد و سپس نرخ بهره را کاهش داد. راجر دلبیو

خبر

تحریم، دوباره از پلتفرم های ایرانی قربانی گرفت

در ادامه روند حذف اپلیکیشن های ایرانی از فروشگاه های آنلاین آمریکایی به دلیل تحریم ها، دو اپلیکیشن ایرانی به تازگی از گوگل پلی حذف شدند.

به گزارش ایسنا، نبرد شرکت های خارجی و فروشگاه های آنلاین آمریکایی با اپلیکیشن های ایرانی از حدود سه سال پیش آغاز شد؛ ایل تنها چند ماه پس از گشودن در های فروشگاه آنلاین خود به روی اپلیکیشن های ایرانی در سپتامبر ۲۰۱۶، با فرمان دونالد ترامپ، رییس جمهوری آمریکا برای تحریم علیه ایران، برخی اپلیکیشن های ایرانی را از اپ استور حذف کرد. موضوع حذف اپلیکیشن های ایرانی از اپ استور حل نشده بود که گوگل نیز به فاصله دو هفته پس از ایل و در اقدامی مشابه، نرم افزار های ایرانی را از گوگل پلی -فروشگاه آنلاین نرم افزار های اندرویدی- با توجیه مشابه تحریم های دولت آمریکا علیه ایران، حذف کرد.

در ادامه مشکلات پلتفرم های ایرانی به دلیل تحریم ها، امروز خبر جدیدی از حذف دو اپلیکیشن ایرانی (آپارات از سرویس های اشتراک گذاری ویدیو و دیگری از سامانه های نمایش درخواستی) از گوگل پلی منتشر شد. روابط عمومی شرکت صباپد که این دو اپلیکیشن را راه اندازی کرده، به زومیت خبر داد که ۱۰ روز پیش ایمیلی مبنی بر عدم امکان استفاده از گوگل پلی به دلیل بند ۱۶۵ قوانین توسعه دهندگان دریافت کردند. صباپد در این باره گفت که این اپلیکیشن ها به دلیل تحریم، پس از دریافت ایمیل رسمی از روی گوگل پلی حذف شدند و این موضوع از طریق مراجع حقوقی در حال پیگیری است.

اگر چه با آغاز ریاست جمهوری جو بایدن که پس از ترامپ جایگاه ریاست جمهوری در آمریکا بر عهده گرفت، با توجه به اینکه دونالد ترامپ و جو بایدن نه تنها از دو حزب متفاوت هستند، بلکه در بسیاری از زمینه ها نیز دیدگاه مختلفی دارند و از همان زمان احتمال بازگشت آمریکا به برجام مطرح می شد، این امیدواری وجود داشت که شاید سرنوشت متفاوتی برای شرکت های فناوری در ایران رقم بخورد، با این وجود، آخرین رویداد حذف پلتفرم های ایرانی نشان می دهد این مشکلات ناعادلانه تحریمی علیه شرکت های ایرانی همچنان ادامه دارد.

۵ کاربر دتلویزیون های هوشمند



سید میرشاهی

آیا شما از تمام امکانات تلویزیون هوشمندتان آگاهی دارید؟ این دستگاه ها می توانند به تنهایی به اینترنت متصل شوند. این به آن معناست که دارای قابلیت های بسیار بیشتری نسبت به یک تلویزیون استاندارد هستند. آنها همچنین مقرون به صرفه تر می شوند زیرا مردم بیشتر از قبل، تلویزیون های هوشمند خریداری می کنند. با این حال، همه نمی دانند این تلویزیون ها، واقعا چه کارهایی می توانند انجام دهند. بنابراین از همه عملکردها و امکانات آن استفاده نمی کنند. اگر تلویزیون هوشمند دارید و آن را به اینترنت متصل نکرده اید، باور نمی کنید چقدر فرصت را از دست داده اید. در زیر، پنج نکته جالب توجه درباره تلویزیون هوشمند ذکر شده که اگر قبلا استفاده نکرده اید، باید یاد بگیرید از آن استفاده کنید:

● به شبکه های اجتماعی خودتان دسترسی پیدا کنید

از آنجا که تلویزیون هوشمندتان می تواند آنلاین شود، از آن برای دسترسی به همه شبکه های اجتماعی مورد علاقه خود مانند فیس بوک و توئیتر استفاده کنید. تعدادی برنامه مختلف در تلویزیون های هوشمند وجود دارد که به شما امکان می دهد به راحتی به روز رسانی کنید و تصاویر و فیلم ها را نیز به اشتراک بگذارید، حتی می توانید با استفاده از اسکایپ و سایر برنامه هایی که امکان چت تصویری دارند، با دیگران چت کنید. برخی از تلویزیون های هوشمند، کانال های رسانه های اجتماعی را در کنار فیلم یا برنامه

● پخش آنلاین برنامه های تلویزیونی

با استفاده از برنامه هایی برای برخی سرویس ها مانند Hulu و Netflix، تلویزیون هوشمند شما در هر زمان، به هزاران برنامه تلویزیونی و فیلم دسترسی پیدا می کند. بسیاری از شبکه ها، سایت های پخش خود را دارند که آخرین قسمت های برنامه تلویزیونی فعلی را پس از پخش نیز ارائه می دهند. این خدمات به طور مرتب، به روز رسانی پیشنهادها را ادامه می دهند بنابراین حتی اگر چیزی را که می خواهید تماشا کنید، نمی بینید، ممکن است دفعه بعد، پس از بررسی، چندین برنامه تلویزیونی دوران کودکی شما را اضافه کرده باشند. علاوه بر پخش برنامه های تلویزیونی، شما می توانید موسیقی را از سرویس هایی مانند Pandora یا Spotify پخش کنید. این کار برای اوقاتی که واقعا قصد دارید موسیقی گوش دهید، عالی است. با استفاده از سیستم های صوتی شگفت انگیز، می توانید به تلویزیون هوشمندتان و انواع مختلف موسیقی در اینترنت متصل شوید

تلویزیونی که تماشا می کنید، می آورند تا بتوانید در حین تماشای آن در شبکه های اجتماعی صحبت کنید. بسیاری از تلویزیون های هوشمند با صفحه کلیدهای بلوتوث بی سیم سازگار هستند. حتی ممکن است بتوانید از تبلت یا تلفن هوشمند خود به عنوان کنترل از راه دور و صفحه کلید استفاده کنید.

● اخبار را بخوانید

مطمئن می شوید که می توانید ایستگاه های خبری تلویزیونی مانند سی ان ان یا اخبار محلی را مشاهده کنید، اما شما از طریق تلویزیون هوشمندتان قادر خواهید بود، اخبار را هر زمان و به هر شکل که می خواهید دریافت کنید. می توانید برنامه ها را از سایت های خبری مانند USA Today و TIME بارگیری کرده و هر زمان که تمایل داشتید، رویدادهای جاری را مطالعه کنید. برنامه های ورزشی از ESPN، BBC Sport و دیگر شبکه ها نیز در دسترس هستند، بنابراین هر زمان که بخواهید می توانید آنها را دریافت کنید.

● دریافت توصیه ها و پیشنهادات

اگر تلویزیون هوشمند خود را به اینترنت متصل کرده اید، می توانید ببینید دیگران اخیرا چه برنامه هایی را تماشا کرده اند و چه چیزی را توصیه می کنند. شما می توانید ببینید چه نمایش ها و فیلم های مختلفی تبه بندی شده اند و حتی قادرید بر اساس مواردی که تماشا کرده اید و به آن برنامه ها امتیاز داده اید، توصیه های هوشمندانه در مورد تعدادی از برنامه ها دریافت کنید. این توصیه ها، معمولا بسیار دقیق هستند و می توانند به شما در کشف برنامه ها، فیلم ها، بازی ها و چیز های دیگری که هرگز نمی دانستید وجود دارند اما دقیقا همان چیزی هستند که دوست دارید، کمک کنند. شما همچنین می توانید به رسانه های اجتماعی و سایت های پخش کننده بروید و نظرات خود را اعلام کنید.

● تمرین کنید

تلویزیون هوشمند شما می تواند به تعدادی از برنامه های مختلف تناسب اندام و سایر برنامه های تمرینی دسترسی داشته باشد که قادرید از آنها برای حفظ فرم بدن خود بدون رفتن به باشگاه بدن سازی یا خرید دی وی دی تمرین استفاده کنید. این برنامه های مختلف همه چیز را از ایروبیک گرفته تا اقدامات روتین که روی ماهیچه های خاص یا انواع تمرینات تمرکز دارند، پوشش می دهد. همچنین برنامه هایی برای مبتدیان تا متخصصان وجود دارد و بسیاری از تمرینات ارائه شده، نیاز به خرید تجهیزات ورزشی ندارند. این برنامه ها برای کسانی که از رفتن به باشگاه بدشان می آید اما می خواهند برای حفظ تناسب اندام ورزش کنند، بسیار مناسب است. اکنون این سوالات مطرح می شود که آیا از همه عملکردهای تلویزیون هوشمند خود استفاده می کنید؟ آیا می دانستید می توانید این کارها را با تلویزیون هوشمند خود انجام دهید؟ بسیاری از مردم، هیچ ایده ای نداشتند! از کدام یک از این عملکردهای تلویزیون هوشمند خود استفاده می کنید؟ از کدام یک لذت می برید و باعث می شود هرگز مایل به بازگشت به تلویزیون سنتی نباشید؟

ماجرای حذف گوشی های شیائومی در ایران



اروپا به این کشورها صادر می شوند و در واقع این محصولات فقط برای استفاده در اروپا تولید شده اند و نمی توان آنها را بنا به قوانین تحریمی ایالات متحده به این کشورها صادر کرد، مانند هر کالای دیگر.

به گفته عالیان، این قوانین مربوط به فروشنده یعنی شیائومی فرانسه (که نمایندگی کل شیائومی اروپا را برعهده دارد) و مشتری است و مربوط به سایر مناطق نمی شود. حتی در لیست شرایط و ضوابط منتشر شده در وبسایت شیائومی چین، هند یا مناطق دیگر این محدودیت ها ذکر نشده است و احتمالا این گوشی های محدودی که در کوبا غیرفعال شده اند توسط مسافران یا یک شرکت از مبدا اروپا وارد کوبا شده اند. از آنجا که حتی یک مورد غیرفعال شدن گوشی در ایران یا کشورهای ذکر شده جز کوبا نبوده ایم، بنابراین به احتمال بسیار زیاد این خبر واقعیت ندارد.

او خاطر نشان کرد: البته این خبر از منابع رسمی شیائومی منتشر نشده و به همین دلیل انجمن آن را تایید نمی کند، اما ما در حال پیگیری موضوع هستیم. با وجود این آنچه مسلم است، اینکه هنوز در ایران هیچ نمونه ای از غیرفعال شدن گوشی های شیائومی گزارش نشده، از طرفی طی روزهای گذشته برای چند مدل از گوشی های شیائومی که در لیست ممنوعه رگولاتوری بودند، آپدیت رفع مشکل شماره گیری تماس های اضطراری آمده است. با کنار هم قرار دادن این موارد می توان نتیجه گرفت که این اتفاق حداقل برای موبایل های شیائومی در ایران نمی افتد، اما باز باید منتظر اعلام نظر منابع رسمی شیائومی باشیم.

خبر قفل شدن گوشی از برند شیائومی در کوبا در حالی منتشر شده که انجمن واردکنندگان موبایل می گوید تاکنون حتی یک مورد غیرفعال شدن گوشی در ایران یا کشورهای تحریم شده دیگر از جمله کره شمالی، سوریه، سودان و کریمه گزارش نشده است و به نظر می رسد خبر قفل شدن گوشی های شیائومی در ایران صحت ندارد.

به گزارش ایسنا، در چند ساعت گذشته، اخباری مبنی بر قفل شدن گوشی های شیائومی در چند کشور خاص در برخی از خبرگزاری ها و سایت ها منتشر شد. اولین بار سه روز پیش یک کاربر از کوبا در سایت ردیت، از قفل شدن گوشی جدید خود پس از چند روز استفاده خبر داده بود. او گفت که گوشی شیائومی نوت ۸ دیگری نیز دارد که نزدیک به یک سال از آن استفاده می کند و این مشکل برای این گوشی اتفاق نیفتاده و برای گوشی جدیدش بعد از چند روز اتفاق افتاده است. این کاربر کوبایی ادعا کرده بود که از بیش از ۲۰ مورد مشکل مشابه که برای کاربران دیگر اتفاق افتاده آگاه است اما توضیحات بیشتری نداده است.

شیائومی در کشور کوبا به صورت رسمی فروش و خدماتی ارائه نمی دهد اما بسیاری از گوشی های ساخت این شرکت استفاده می کنند. پس از آن، از شب گذشته، برخی از سایت ها مانند XDA به باز نشر این خبر پرداختند و کشورهای دیگری را نیز به کوبا اضافه کردند. این در حالی است که انجمن واردکنندگان موبایل اعلام می کند با جست و جویی که انجام داده، هیچ موردی در ایران یا کشورهای دیگر گزارش نشده است و حتی افراد دیگری از کوبا چنین مشکلی را گزارش نکرده اند.

دلیل اضافه کردن نام ایران، کره شمالی، سوریه، سودان، کریمه به این لیست، بند ۱۴.۲ شرایط و ضوابط فروش شیائومی در اروپاست که در وبسایت شیائومی و همچنین هنگام روشن کردن و فعال سازی اولیه گوشی های شیائومی ذکر شده است. بر اساس این بند، صادرات دوباره تمام محصولات شیائومی تابع قوانین صادراتی آمریکا است و هرگونه فروش این محصولات به کشورهای کوبا، سوریه، ایران، کره شمالی، سودان و کریمه ممنوع است.

آن طور که محمدرضا عالیان -سخنگوی انجمن واردکنندگان موبایل، تبلت و لوازم جانبی- به ایسنا گفت، این شرایط و ضوابط برای صادرات گوشی ها و محصولات است که از مبدا

ایرانسل من، همه کاره ست!

ایرانسل MTN

#۴۵*