

مدیرعامل ایرانسل

ایستگاه بعدی ایرانسل نسل ۵.۵ تلفن همراه است

مدیرعامل ایرانسل در نشست خبری پانزدهمین سالروز راهاندازی شبکه تلفن همراه ایرانسل، با اشاره به ثبت رکورد ۱۶۸ پتانیت برای مصرف روزانه دیتا در شبکه این اپراتور، گفت: ایرانسل به دنبال ورود به نسل ۵.۵ تلفن همراه است. به گزارش روابط عمومی ایرانسل، نشست خبری پانزدهمین سالروز راهاندازی شبکه تلفن همراه ایرانسل، بعدازظهر چهارشنبه ۲۸ مهرماه ۱۴۰۰، با حضور اصحاب رسانه، دکتر بیژن عباسی آرد مدیرعامل و جمعی از معاونان و مدیران ایرانسل در ساختمان مرکزی ایرانسل برگزار شد. با توجه به لزوم رعایت فاصله گذاری اجتماعی، اصحاب رسانه به صورت آنلاین و از طریق پلتفرم دانایلاس ایرانسل، در این مراسم شرکت کردند و جمع محدودی از خبرنگاران نیز، با رعایت پروتکل های بهداشتی، به صورت حضوری در این مراسم حاضر شدند. در ابتدای این مراسم، مدیرعامل ایرانسل، فرارسیدن هفته وحدت، ولادت حضرت رسول اکرم (ص) و ولادت امام جعفر صادق (ع) را تبریک گفت و ضمن عرض تسلیت، یاد پنج نفر از کارکنان ایرانسل که طی یک سال گذشته به دلیل کرونا در گذشته اند و نیز مرحوم مهدی بگلری و مرحومه زهرا حاجیان، دو فعال رسانه ای پرتلاش حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات را که هفته گذشته فوت کردند، گرامی داشت...

۲



سوگواره ای به یاد صاحب امتیاز فقید هفته نامه عصر ارتباط

روح شاد

را از بهت و نابوری خارج نکرده و با این مصیبت کنار نیامده اند. گنج نهانی که در اوج شکوفایی، دست تقدیر او را برد تا از وجود و خدماتش محروم بمانیم. و البته که یاد و دفتر زندگی مردان بزرگ، هرگز با مرگ بسته نمی شود. مهدی بگلری یک نقطه عطف و تحول در تاریخ حوزه فناوری اطلاعات و مطبوعات کشور بود. او با دوراندیشی همیشگی اش و در حالی که هنوز خدمات و فعالیت های فناورانه در کشور پا نگرفته بود، در سال ۱۳۸۲ مجوز نخستین هفته نامه تخصصی ارتباطات و فناوری اطلاعات ایران را گرفت تا به رشد و پیشرفت این فناوری و فرهنگ کاربری آن در میان مردم خدمت کند. و الحق که چه خدمت ماندگاری کرد و در آن روزهایی که اینترنت به شکل امروزی اش رشد نکرده بود، رکورد تیراهای بزرگی در تاریخ نشریات تخصصی کشور را رقم زد. به نحوی که تلفن ها و فکس های هفته نامه از صبح تا شب با صدای زنگ خوانندگان و مجموعه های دولتی و خصوصی لحظه ای خاموش نمی شد و او به همراه پرسنل تحریریه گاه تا چند شبانه روز حتی نمی توانستند به خانه خود بروند و مشغول کار و اطلاع رسانی و گسترش خدمات بودند. برای درک بهتر خدمتی که او در این عرصه کرد، بد نیست بدانید که از آن سال ها تا کنون و با الگوبری از تجربه موفق مهدی بگلری، انبوهی از روزنامه، هفته نامه ها و سایت های خبری در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات متولد شدند که برخی ماندند و برخی رفتند و هفته نامه عصر ارتباط همچنان و پس از گذشت ۱۸ سال و با وجود مشقت ها و ناچونمردی ها و رقابت های ناسالم، همچنان بدون اتکا به حمایت ها و پیشنهادات متعدد از این سو و آن سو، تن به قلم فروشی نداد تا مستقل و صدای واقعی جامعه و مخاطبان قدیمی خود بماند. و چه بسایراند مخاطبان نوجوانی که حالا برای خود مدیری در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات شده اند و چه خاطرات شیرینی با این هفته نامه دارند و چه انتظاری که برای رسیدن صبح روز شنبه می کشیدند تا با خرید هفته نامه عصر ارتباط عطش دانستن از پیشرفت های فناوری، کامپیوتر و اینترنت را سیراب کنند. مخاطبانی که از دور افتاده ترین روستاهای ایران گرفته تا شهرهای بزرگ، کلمه به کلمه نشریه را از ابتدا تا انتها می خواندند و به آنچه منتشر می شد و البته همچنان می شود، اعتماد و اطمینان کامل داشتند...

۲

کنفرانس ظرفیت شناسی تردید و امید در بخش صنعت فاوا

کنفرانس ظرفیت شبکه ملی اطلاعات» در روزهای ۲۵ و ۲۶ مهرماه سال جاری برگزار شد. این رویداد مدیون نامگذاری به موقع فرامرز رستگار، دبیر و عضو هیات مدیره سندیکای صنعت مخابرات ایران در اوایل شهریور ۱۴۰۰ و «عرض تبریک و اعلام همکاری جدی» دست اندکاران صنعت مخابرات و ارتباطات کشور به وزیر جدید ارتباطات و فناوری اطلاعات، عیسی زارع پور است. رستگار در آن نامه از عیسی زارع پور، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات درخواست کرده بود که با همکاری سندیکا و سایر تشکلهای تخصصی مرتبط، زیرمجموعه وزارت ارتباطات، مرکز ملی فضای مجازی، اپراتورهای ارتباطی و فناوری اطلاعات، وزارت صمت، دانشگاه ها و مراکز تحقیقاتی و تولیدی، کنفرانسی با موضوع محوری شبکه ملی اطلاعات برگزار شود. زارع پور هم تقاضای دبیر و عضو هیات مدیره سندیکای صنعت مخابرات ایران را اجابت می کند تا هم با ظرفیتهای بخش خصوصی فاوا برای تکمیل شبکه ملی اطلاعات آشنا شود و هم فعالان صنعت مخابرات و ارتباطات کشور را که از همه سو (از سوی کرونا، تحریم های داخلی و خارجی، کسری و حشنتاک بودجه دولت، تورم افسار گسیخته و اجرا نشدن برنامه های پنج ساله توسعه) ضرر دیده اند، امیدوار نگه دارد. عدم آگاهی نسبی زارع پور از ظرفیتهای واقعی اقتصاد در فضای مجازی، انتقادی سازنده بود که در جلسه بررسی صلاحیت عیسی زارع پور برای تصدی وزارت ارتباطات از سوی عضو هیات ریسه کمیسیون اجتماعی مجلس در صحن علنی مطرح شده بود...

۳

بانکداری شرکتی، به مفهوم واقعی در ایران شکل نگرفته است

در یک تعریف ساده می توان گفت به خدماتی که بانک ها به منظور پاسخگویی به نیازمندی های مشتریان حقوقی، شرکتی و یا مشتریان حقیقی که از خدمات بانک برای کسب و کار خود استفاده می کنند، بانکداری شرکتی گفته می شود. بانکداری شرکتی توانایی یک بانک در ارائه خدمات اعتباری متناسب با مسایل پیچیده یک شرکت، تهیه بسته های متنوع و خاص تامین مالی، تسهیل تجارت بین المللی برای کسبوکارهای دارای بازارهای جهانی، اعطای خطوط اعتباری به شرکت ها، تسهیلات سرمایه در گردش، کمک به مدیریت مالی شرکت ها، ارائه انواع خدمات مشاوره ای، مدیریت نقدینگی، خدمات بانکداری الکترونیکی، خدمات ارزی، خدمات مدیریت ریسک و غیره است. در این میان، ارائه این خدمات با توجه به محدودیت هایی همچون سامانه های بانکداری قدیمی به دلیل تمرکز بر حوزه بانکداری خرد، عدم پشتیبانی سامانه های کنونی از انتخاب، تقسیم بندی و تجزیه و تحلیل مشتریان شرکتی، عدم نظام بندی تاریخی و تجربه تعامل با مشتری، دشواری نظارت و ارزیابی عملکرد پس از استقرار بانکداری شرکتی، تعدد کانال های ارتباط با مشتری و در نهایت، چگونگی تغییر این فرایندها به وسیله فناوری، از موضوعات قابل توجه در حوزه بانکداری شرکتی است. از این رو، در هفتاد و سومین میزگرد آنلاین از سلسله نشست های تخصصی بانکداری و اقتصاد دیجیتال، با موضوع «بررسی نقش فناوری در بانکداری شرکتی» که با حضور علیرضا ایلخانی معان مالی و برنامه ریزی بانکداری شرکتی بانک تجارت، احسان باقری رییس اداره بانکداری شرکتی بانک اقتصاد نوین و رضا فکری مدیرعامل شرکت خبرپرداز پارس برگزار شد...

۴

کتاب، کودک و والدین



سلفی با کتاب

با کتاب ها برای کودک خاطره بسازیم ؛ اولین باری که کتابی را برای کودک می خوانیم گوشه ای از آن یادداشت کنیم مثلاً "این کتاب برای اولین بار شب ۱۰ دی ۱۳۹۴ دی ۱۰ ساله بود، خوانده شد ؛ از کودک بخواهیم خط و یا نقشی ترسیم کند و مقابل آن یادداشت کنیم "خط کودک من شبی که این قصه را گوش داد ؛ علاوه بر این، رواج استفاده از ابزار تصویربرداری، کار را آسان کرده ، می توانیم از کودک با کتابش عکسی بگیریم و تاریخ مطالعه را یادداشت کنیم.



با مراجعه به سامانه www.samanpl.ir علاوه بر عضویت در کتابخانه های عمومی، نسبت به تمدید و رزرو کتاب ها اقدام کنید.



جایزه ای در این ابعاد

تا پایان آذر، هر ماه ۲۰ کمک هزینه ۵۰ میلیون تومانی

- با خرید سیم کارت و هر نوع بسته
- از طریق shop.mci.ir و تمامی مراکز فروش و خدمات همراه اول

ایستگاه بعدی ایرانسل نسل ۵.۵ تلفن همراه است

مدیرعامل ایرانسل در نشست خبری پانزدهمین سالروز راهاندازی شبکه تلفن همراه ایرانسل، با اشاره به ثبت رکورد ۱۶۸ پتابایت برای مصرف روزانه دیتا در شبکه این اپراتور، گفت: ایرانسل به دنبال ورود به نسل ۵.۵ تلفن همراه است.

به گزارش روابط عمومی ایرانسل، نشست خبری پانزدهمین سالروز راهاندازی شبکه تلفن همراه ایرانسل، بعدازظهر چهارشنبه ۲۸ مهرماه ۱۴۰۰، با حضور اصحاب رسانه، دکتر بیژن عباسی آرد مدیرعامل و جمعی از معاونان و مدیران ایرانسل در ساختمان مرکزی ایرانسل برگزار شد. با توجه به لزوم رعایت فاصله گذاری اجتماعی، اصحاب رسانه به صورت آنلاین و از طریق پلتفرم داناپلاس ایرانسل، در این مراسم شرکت کردند و جمع محدودی از خبرنگاران نیز، با رعایت پروتکل های بهداشتی، به صورت حضوری در این مراسم حاضر شدند.

در ابتدای این مراسم، مدیرعامل ایرانسل، فراسیدن هفته وحدت، ولادت حضرت رسول اکرم (ص) و ولادت امام جعفر صادق (ع) را تبریک گفت و ضمن عرض تسلیت، یاد پنج نفر از کارکنان ایرانسل که طی یک سال گذشته به دلیل کرونا درگذشته اند و نیز مرحوم مهدی بگلری و مرحومه زهرا حاجیان، دو فعال رسانه ای پرتلاش حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات را که هفته گذشته فوت کردند، گرمی داشت. او در ادامه، با بیان اینکه ایرانسل یکی از موفق ترین سرمایه گذاری های خارجی -داخلی انجام شده در ایران بوده است، تاکید کرد: حاصل این انحصار شکنی، تبدیل یک عرصه بدون رقابت، به عرصه رقابتی بوده است. عباسی آرد افزود: اکنون مایه ی توانیم به وضوح نتیجه این رقابت را در ارایه خدمات مختلف به مشترکانمان ببینیم و وجود ایرانسل باعث شده تا سایر رقبای نیز خدمات بهتری ارایه کنند و ماحصل آن هم، این شده که سطح کیفی ارایه خدمات، بهبود یافته است.

او تصریح کرد: اگر این سرمایه گذاری انجام نشده بود، در دوران همه گیری کرونا، با وجود افزایش شدید و انفجاری تقاضا، شاید ارایه خدماتی که توسط بخش ارتباطات و فناوری اطلاعات انجام شد، امکان پذیر نبود.

مدیرعامل ایرانسل افزود: از تمامی سهامداران، اعضای محترم هیات مدیره، سرمایه گذاران، مدیران و کارکنان ایرانسل در دوره های گذشته و فعلی که باعث شدند این اپراتور بتواند این طور موفق در عرصه ICT ایفای نقش کند، ممنونم و جادارد از تمامی افرادی که در این عرصه کمک کردند، همچنین از رقبا، که همگی باعث پیشرفت ایرانسل شدند، تشکر کنم.

او با بیان اینکه رویکرد ایرانسل طی این سال ها، کاهش فاصله سطح ارایه فناوری در کشور با تکنولوژی جهانی بوده و ایرانسل همواره تلاش کرده تا جدیدترین فناوری ها را به مشترکان خود عرضه کند، گفت: هم اکنون نسل پنج تلفن همراه در کشور توسط ایرانسل در حال پیاده سازی است و مطالعه روی نسل های بعدی، مانند نسل ۵.۵ و ۶ تلفن همراه نیز در دست انجام است و به دنبال ورود ایرانسل، به نسل ۵.۵ تلفن همراه هستیم. هر چند ورود به نسل جدید، نیاز به سرمایه گذاری جدی دارد و نیاز است که هم دولت و هم نهادهای عمومی مانند شهرداری ها، کمک کنند تا بتوانیم چالش های موجود در این حوزه را پشت سر بگذاریم. عباسی آرد در ادامه، با اشاره به روند رشد حجم مصرف دیتا در شبکه ایرانسل و ثبت رکورد ۱۶۸ پتابایت برای مصرف روزانه دیتا در شبکه این اپراتور، این آمار را در مقایسه با اپراتورهای منطقه و جهان، قابل توجه دانست. او با اشاره به نمودار رشد مصرف روزانه دیتا از ابتدای راهاندازی اینترنت پهن باند ایرانسل در مهر ۱۳۹۳ تا ۲۰ مهر ۱۴۰۰، اعلام کرد: طی این مدت، رشد سرانه دیتای همراه مشترکان ایرانسل ۴۰ برابر، رشد ترافیک روزانه دیتای همراه ۵۰۹ برابر، کاهش ضریب تاخیر ۲۰ برابر و افزایش سرعت تجربه شده توسط مشترکان ۱۸ برابر بوده است.

مدیرعامل ایرانسل، همچنین با ارایه گزارشی از افزایش سرعت و کاهش ضریب تاخیر در شبکه ایرانسل بر اساس داده های نرم افزار Speedtest Ookla گفت: سرعت متوسط کل شبکه ایرانسل، حدود ۴۰ مگابیت بر ثانیه است و هم از نظر سرعت و هم از نظر تاخیر، وضعیت بهتری نسبت به سایر اپراتورها دارد. عباسی آرد با اشاره به اقدامات ایرانسل در زمینه مسوولیت اجتماعی، احداث و بازسازی مدارس در مناطق آسیب دیده از سیل سال ۱۳۹۸، درختکاری و کمک به کاهش ردیاب کرین، اهدای بسته های اینترنت رایگان به اقشار مختلف در دوران شیوع بیماری کرونا، راهاندازی نخستین مرکز ارتباط با مشتریان ویژه ناشنوایان با هدف تلاش برای پاسخگویی بهتر به اقشار توانیاب، حمایت از شرکت های دانش بنیان و کسب و کار های نوپا و غیره را از مهم ترین اقدامات انجام شده توسط ایرانسل در این زمینه برشمرد.

مدیرعامل ایرانسل با اشاره به سرفصل تحول دیجیتال و اقداماتی که ایرانسل مطابق با شعار تحول دیجیتال و توسعه اقتصاد دیجیتالی انجام داده و برنامه هایی که در دستور کار دارد، گفت: اقتصاد دیجیتال در سه لایه هسته اصلی و زیرساخت ICT کشور، خدمات پلتفرمی و کسب و کارهای صنعتی و الکترونیکی پیگیری می شود. بررسی روند فناوری تحول دیجیتال در کشور نیز نشان می دهد که بخشی از فرایند، در مرحله بلوغ است و بخش هایی نیز در مرحله شکل گیری است که فناوری هایی مانند 5G و هوش مصنوعی می تواند به شکل گیری ظرفیت های موجود، کمک کند. او گفت: ما تحقق تحول دیجیتال را در دو بخش داخل و خارج از ایرانسل دنبال می کنیم، به نحوی که برای مثال، در بحث شفاف سازی همه پروژه های داخلی شرکت، «فتر کار دیجیتال» را فعال کردیم و جهت گیری ما این است که در راستای اینکه اولین و بزرگ ترین اپراتور دیجیتال ایران هستیم، تمامی فرایندها را بدون کاغذ و دیجیتالی کنیم تاالگویی برای سایر کسب و کارها باشیم.



روح شاد

یک رفیق دلسوز بود. هر وقت برای هر کس (چه غریبه و چه آشنا) هر کاری که توانست کرد، بدون آنکه کسی از کارهایش باخبر شود.

صبری یکی دیگر از خصوصیات بارز او بود و از سال های دور به واسطه فراز و نشیب های زیادی که در مشاغل مختلف داشت، در اتاقش این جمله را با خط نستعلیق قاب کرده بود: «این نیز بگذرد».

آری برای ماهمکاران و دوستانش هم هر چند تلخ و سخت، اما به قول آن مرحوم، این واقعه تلخ نیز بگذرد، اما یاد و خاطرات شیرین او هرگز فراموش نخواهد شد.

خلاصه آنکه در یک کلام، از نظر اخلاقی در زندگی و کار او یک الگوی به تمام معنای بود.

مهدی بگلری اما تنها موسس و صاحب امتیاز نخستین و تنها هفته نامه ارتباطات و فناوری اطلاعات ایران نبود.

او صاحب امتیاز روزنامه پر طرفدار پرسپولیس هم بود.

ماهنامه آهنگ زندگی و پایگاه خبری ICTnews.ir از دیگر خدمات او به کشور و مطبوعات است.

اگر چه در سال های قبل به واسطه رویکرد مهدی بگلری در عدم وابستگی نشریاتش به نهادهای مختلف دولتی و غیر دولتی و یا کانون های قدرت و حفظ خط قرمز به نام مستقل بودن و توانایی تحریریه به منظور تمرکز روی نوشتن فقط برای مردم و کشور، باعث شده بود که نتواند چراغ چندین نشریه دیگر را که زیر نظر او منتشر می شدند را روشن نگه دارد.

مهدی بگلری متولد ۱۶ اسفند سال ۱۳۵۰ در تهران بود. به جز همسرش از او دو فرزند دختر به یادگار مانده که برایشان آرزوی طول عمر با عزت و سلامت و صبر داریم.

روح شاد و خانه نو مبارک! دوست خوب و مهربان!

باشد. جوایز فناوری ایران با نام مخفف ایتا (Iranian Technology Awards) سومین و آخرین دوره خود را در سال ۹۱ برگزار کرد و پس از اتمام آن، نمونه مشابه دیگری در کشور برپا نشد.

اما هفته نامه عصر ارتباط در طول سال های انتشار خود به واسطه رویکرد منتقدانه و مردم محوری که داشت، همواره با نگاه انتقادی و پیگیری های دقیق، نسبت به کاستی ها و معضلات مردم، طرح و پروژه ها، حساسیت بسیار بالایی داشت و همین موضوع منشا اصلاحات، تغییرات و بهبود خدمات متعددی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات شد.

کسی چه می داند شاید بخشی از پیشرفت برخی خدمات و طرح های الکترونیکی که امروز به سادگی و آسانی در اختیار مردم است، مدیون رویکرد مرحوم مهدی بگلری و تیمی بود که او در هفته نامه اش به کار گرفت.

در یک جمله، مهدی بگلری یک «مطبوعاتی سالم» به معنی واقعی کلمه بود. مدیران، مطبوعاتی ها و روزنامه نگاران قدیمی خوب می دانند سالم ماندن در عرصه مطبوعات چه معنایی دارد و این مساله چه بهای سنگینی خواهد داشت.

به جز وجدان و رویکرد سالم و حرفه ای، خصوصیات اخلاقی و فردی بی نظیر مرحوم مهدی بگلری هم آنگاه ارزشمند بود که نمی توان به راحتی از کنار آن عبور کرد.

شاید هیچ عکسی بدون لیخند از او نتوانید پیدا کنید. هیچ یک از کارکنانش در هر رده ای هیچگاه حس اینکه او یک کارفرماست را نداشت. مهدی بگلری بسیار دورتر از آنکه یک کارفرما و رئیس باشد، یک دوست بسیار خوب، صادق، مهربان و دوست داشتنی بود. برای همکارانش او همیشه

بدانید که از آن سال ها تاکنون و باالگوگیری از تجربه موفق مهدی بگلری، انبوهی از روزنامه، هفته نامه ها و سایت های خبری در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات متولد شدند که برخی ماندند و برخی رفتند و هفته نامه عصر ارتباط همچنان و پس از گذشت ۱۸ سال و با وجود مشقت ها و ناآرامی ها و رقابت های ناسالم، همچنان بدون انکنا به حمایت ها و پیشنهادات متعدد از این سو و آن سو، تن به قلم فروشی نداد تا مستقل و صدای واقعی جامعه و مخاطبان قدیمی خود بماند.

و چه بسیارند مخاطبان نوجوانی که حالا برای خود مدیری در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات شده و چه خاطرات شیرینی با این هفته نامه دارند و چه انتظارهایی که برای رسیدن صبح روز شنبه می کشیدند تا با خرید هفته نامه عصر ارتباط عطش دانستن از پیشرفت های فناوری، کامپیوتر و اینترنت را سیراب کنند. مخاطبانی که از دور افتاده ترین روستاهای ایران گرفته تا شهرهای بزرگ، کلمه به کلمه نشریه را از ابتدا تا انتهای می خواندند و به آنچه منتشر می شد و البته همچنان می شود، اعتماد و اطمینان کامل داشتند.

در نتیجه همین اعتماد و موج پیام های تشکر مخاطبان و مدیران بود که در سال ۸۷ با مدیریت مرحوم مهدی بگلری، نخستین و تنها جشنواره مستقل و خصوصی در حوزه فناوری اطلاعات کشور متولد شد.

اینا جشنواره ی دوسالانه بود که تلاش کرد با نگاه همه جانبه به خلاقیت ها و ابداعات در حوزه تولید، ارایه خدمات و توزیع کالاهای فناوری اطلاعات و ارتباطات، انتخاب هایی منصفانه برای مصرف کنندگان، تولید کنندگان و توزیع کنندگان کالاها و خدمات، داشته

و چه سخت است نوشتن از یک دوست، همکار، کارآفرین و نوآور که ناگهان از میان ما رفت.

آری! چرخ گردون چرخید و این بار «مهدی بگلری» صاحب امتیاز فقید «هفته نامه عصر ارتباط» در کمتر از رسیدن به پنجاهمین سالگرد تولدش به سرای باقی شتافت.

ضایعه ای تکان دهنده که همچنان خانواده و همکارانش را از بهت و ناباوری خارج نکرده و با این مصیبت کنار نیامده اند. گنج نهانی که در اوج شکوفایی، دست تقدیر او را برد تا از وجود و خدماتش محروم بمانیم.

و البته که یاد و دفتر زندگی مردان بزرگ، هرگز با مرگ بسته نمی شود. مهدی بگلری یک نقطه عطف و تحول در تاریخ حوزه فناوری اطلاعات و مطبوعات کشور بود.

او با دوراندیشی همیشگی اش و در حالی که هنوز خدمات و فعالیت های فناوریانه در کشور پانگرفته بود، در سال ۱۳۸۲ مجوز نخستین هفته نامه تخصصی ارتباطات و فناوری اطلاعات ایران را گرفت تا به رشد و پیشرفت این فناوری و فرهنگ کاربری آن در میان مردم خدمت کند.

و الحق که چه خدمت ماندگاری کرد و در آن روزهایی که اینترنت به شکل امروزی اش رشد نکرده بود، رکورد تیراژهای بزرگی در تاریخ نشریات تخصصی کشور را رقم زد. به نحوی که تلفن ها و فکس های هفته نامه از صبح تا شب با صدای زنگ خوانندگان و مجموعه های دولتی و خصوصی لحظه ای خاموش نمی شد و او به همراه پرسنل تحریریه گاه تا چند شبانه روز حتی نمی توانستند به خانه خود بروند و مشغول کار و اطلاع رسانی و گسترش خدمات بودند.

برای درک بهتر خدمتی که او در این عرصه کرد، بدنیست

«اتمام های فاوای کشور»

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

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

مهلت شش ماهه اصلاح سامانه های دولتی

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

پیوست فناوری طرح های کلان

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

سامانه دسترسی آزاد به اطلاعات

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

تجمع داده های مدیریت بحران

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

ایجاد شهر هوشمند خوارزمی

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

اتصال منازل به فیبر نوری

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

سامانه های چکاوک ۲ و ۳

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

فیلترینگ هوشمند

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

کنفرانس ظرفیت‌شناسی تردید و امید در بخش صنعت فاوا



عباس پورخصالیان

«کنفرانس ظرفیت شبکه ملی اطلاعات» در روزهای ۲۵ و ۲۶ مهرماه سال جاری برگزار شد. این رویداد مدیون نامه‌نگاری به‌موقع فرامرزی رستگار، دبیر و عضو هیات‌مدیره سندیکای صنعت مخابرات ایران در اوایل شهریور ۱۴۰۰ و «عرض تبریک و اعلام همکاری جدی» دست‌اندرکاران صنعت مخابرات و ارتباطات کشور به وزیر جدید ارتباطات و فناوری اطلاعات، عیسی زارع‌پور است. رستگار در آن نامه از عیسی زارع‌پور، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در خواست کرده بود که با همکاری سندیکا و سایر تشکلات تخصصی مرتبط، زیرمجموعه وزارت ارتباطات، مرکز ملی فضای مجازی، اپراتورهای ارتباطی و فناوری اطلاعات، وزارت صمت، دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی و تولیدی، کنفرانسی با موضوع محوری شبکه ملی اطلاعات برگزار شود؛ زارع‌پور هم تقاضای دبیر و عضو هیات‌مدیره سندیکای صنعت مخابرات ایران را اجابت می‌کند تا هم با ظرفیت‌های بخش خصوصی فاوا برای تکمیل شبکه ملی اطلاعات آشنا شود و هم فعالان صنعت مخابرات و ارتباطات کشور را که از همه‌سو (از سوی کرونا، تحریم‌های داخلی و خارجی، کسری و حشنتاک بودجه دولت، تورم افسار گسیخته و اجرانشدن برنامه‌های پنج‌ساله توسعه) ضرر دیده‌اند، امیدوار نگه دارد.

● **تأثیر انتقاد سازنده عضو هیات‌ریسه کمیسیون اجتماعی مجلس**
عدم آگاهی نسبی زارع‌پور از ظرفیت‌های واقعی اقتصاد در فضای مجازی، انتقادی سازنده بود که در جلسه بررسی صلاحیت عیسی زارع‌پور برای تصدی وزارت ارتباطات از سوی عضو هیات‌ریسه کمیسیون اجتماعی مجلس در صحن علنی مطرح شده بود. حسین حاتمی در جلسه سی‌ام تیرماه ۱۴۰۰ گفته بود که عیسی زارع‌پور از ظرفیت اقتصاد و فضای ارتباطات اطلاعی ندارد و این حوزه به حوزه قوه قضاییه متعلق است.

انتقاد عضو هیات‌ریسه کمیسیون اجتماعی مجلس از عیسی زارع‌پور، سبب خیر شد: حدود یک ماه بعد، عملکرد ایران صنعت جامعه اطلاعات کشور، به‌خصوص سندیکای صنعت مخابرات ایران (و اتحادیه صادرکنندگان صنعت مخابرات ایران) هنگامی که دیدند وزیر جدید وزارت ارتباطات، کمتر موفق می‌شود وقت ملاقات حضوری به دست‌اندرکاران صنعت فاوا بدهد، آستین‌ها را بالا می‌زند و «به منظور تشریح و شفاف‌سازی نیازمندی‌ها، زمانبندی‌ها و استانداردهای تکمیل شبکه ملی اطلاعات از یکسو؛ و سنجش قابلیت‌ها و توانمندی‌های داخلی در بخش‌های تحقیق، تولید و خدمات از سوی دیگر؛ و هم‌رسانی عرضه و تقاضا، کنفرانسی و نمایشگاهی را به کمک روابط عمومی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات ترتیب می‌دهند، تحت عنوان «ظرفیت‌های موجود در کشور برای تکمیل شبکه ملی اطلاعات و توسعه پایدار زیرساخت‌های ارتباطی».

این کنفرانس و نمایشگاه مرتبط به آن، در پژوهشگاه ارتباطات و فناوری



اطلاعات (وابسته به وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات) در روزهای ۲۵ و ۲۶ شهریور ۱۴۰۰ به صورت اختصاصی برای «بخش فاوای شبکه ملی اطلاعات» برگزار شد. وزیر جدید ارتباطات و فناوری اطلاعات نیز در آن شرکت کرد و از نزدیک با توانایی‌های دست‌اندرکاران صنعت مخابرات و ارتباطات کشور آشنا و احتمالات محدودی از اندیشه‌ها و پیشنهاد‌های ایشان آگاه شد و به ایشان و مردم، وعده‌هایی کلی داد و تا جایی که می‌توانست، «ترژی مثبت» یا به بیان بهتر: امیدواری و رجالتا کرد.

● **کنفرانسی برای نمایش و بیان ترس و امید بخش فاوا**

برگزاری کنفرانس ظرفیت شبکه ملی اطلاعات برای بیان دیدگاه‌های بخش خصوصی فاوا و نشان دادن توانایی‌های دست‌اندرکاران صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات به وزیر که از سوی محافظه‌کاران سنتی در اکثر عرصه‌های حکمرانی، محصور و گرفتار شده است (چه خود مقصر این گرفتاری باشد یا نباشد و چه از پیش بر ابعاد این گرفتاری آگاه بوده یا آگاه نبوده باشد)، بسیار به موقع و ضروری بود. بیان خوف و رجای دست‌اندرکاران صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات از فروپاشی اقتصاد دیجیتال که دولتمردان قبلی و کنونی این همه پرش‌رامی دهند، واکنشی طبیعی و اقدامی عقلایی ارزیابی می‌شود.

● **سیگنال‌های دلگرم‌کننده برای بخش خصوصی فاوا در عین نشانه‌های دلسردکننده**

وضعیت عمومی مادر حال حاضر را روان‌شناسان یا جامعه‌شناسان، Ambivalence (دوسوگرایی) می‌نامند. در چنین وضعیتی، شنیده‌ها و رفتارها به‌طور تومانی، ضد و نقیض هستند. دانشمندان رفتارشناسی برای بیان ساده‌پدیده Ambivalence و فهماندن معنی آن به غیرمتخصصان،

برگزاری کنفرانس ظرفیت شبکه ملی اطلاعات برای بیان دیدگاه‌های بخش خصوصی فاوا و نشان دادن توانایی‌های دست‌اندرکاران صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات به وزیر که از سوی محافظه‌کاران سنتی در اکثر عرصه‌های حکمرانی، محصور و گرفتار شده است، بسیار به موقع و ضروری بود

به رفتار به‌خصوصی از طرف ورزشکاران رشته‌های رزمی اشاره می‌کنند که در آن، یک ورزشکار با یک دست حریف را بغل می‌کند و به سوی خود پیش می‌کشد تا با دست دیگرش چنان محکم زیر چانه او بنوازد که به قول معروف ضربه فنی technical knockout بشود. این دوسوگرایی، در مسابقات ورزش‌های رزمی، بدیهی و مصادیق یک نوع Ambivalence دفاعی است، رفتاری فنی که تردید در بیننده و داور ایجاد نمی‌کند بلکه اگر درست و کارا اجرا شود، امتیاز هم دارد؛ ولی رابطه دولت و بخش خصوصی نباید از نوع Ambivalence باشد، وضعیتی که در جامعه اطلاعات کشور متأسفانه وجود دارد، به‌وفور مشاهده می‌شود و در سرمایه‌گذاران و فعالان در بخش فاوا، تردید ایجاد می‌کند. در این وضعیت توجه ناگهانی دولت به اهمیت و

فوریت اجرای طرح‌ها و پروژه‌های دولت الکترونیکی و اقتصاد دیجیتالی جلب می‌شود، ولی هم‌زمان از همه‌سو، نقیض‌های دلسردکننده نسبت به وعده‌ها و برنامه‌ها، جوانه می‌زنند.

یک نمونه از دوسوگرایی برنامه «بردن فیبر نوری به تک‌تک خانه‌های مردم» و «طرح ملی‌سازی دسترسی» است:

■ از یک سو در حاشیه بازدید از کنفرانس «ظرفیت شبکه ملی اطلاعات توسعه پایدار زیرساخت‌ها»، وزیر ارتباطات بشارت می‌دهد: برنامه او در وزارت ارتباطات این است که در چهار سال آینده، به تک‌تک خانه‌های مردم، فیبر نوری برود و پروژه فیبر در منزل را اجرا کند و حتی تا روستاها ببرد، تا مردم (به قول او) «سرعت‌های چندگویی» را تجربه کنند. او معتقد است که این گونه پروژه‌ها بدون حضور ظرفیت‌های داخلی امکان‌پذیر نیستند.

■ از سویی دیگر چون «بردن فیبر نوری به تک‌تک خانه‌های مردم» برنامه‌ای از نوع توسعه شبکه کابلی دسترسی مشترکان ثابت است و «طرح ملی‌سازی شبکه دسترسی»، به معنی بازپس‌گیری قانونی شبکه‌های دسترسی کابلی از شرکت قبلاً دولتی و بعداً خصوصی‌سازی شده مخابرات ایران، به‌طور هم‌زمان مطرح است و لایحه آن اکنون در کمیسیون صنایع مجلس شورای اسلامی پیگیری می‌شود، لایحه‌ای که کارشناسان دفتر صنعت مرکز پژوهش‌های مجلس هم تاحدودی بر سر کلیات آن اتفاق نظر اولیه دارند و معتقدند که شرکت دولتی با نام «شرکت شبکه دسترسی کابلی» منتزع از شرکت مخابرات باید تشکیل شود، در این شرایط دوسوگرایی (خصوصی‌دایی مالکیت دسترسی ثابت و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی روی توسعه شبکه دسترسی ثابت)، چه عقلی در بخش خصوصی حاضر است، روی پروژه‌های بسیار هزینه‌بر و دیربازده «بردن فیبر نوری به تک‌تک خانه‌های مردم» سرمایه‌گذاری کند؟

■ دریغ از یک صفحه (فقط یک صفحه) گزارش از شکست تشکیل شرکت اپراتور چهارم IT.

■ کجاست آن اعتماد مردم به دولت‌های گذشته در پرداخت میلیاردها تومان ودیعه به شرکت دولتی مخابرات ایران برای توسعه زیرساخت‌های خدمات مخابرات شهری، بین‌شهری و بین‌المللی کشور در زمان جنگ تحمیلی و دوران سازندگی؟

در این شرایط، سرمایه‌داران تازه به دوران رسیده ماحضرند ریسک کنند و (به قول عضو هیات‌ریسه مجلس به تاریخ ۱۱ مهرماه ۱۴۰۰)، از سال ۹۷ تا ۹۹، معادل ۷ میلیارد دلار در کشور همسایه در بخش مسکن سرمایه‌گذاری کنند؛ یا اقشار مرفه ما حاضرند هزاران کیلو شمش طلا و هزاران هزار سکه طلا و نقره و میلیون‌ها دلار در گاو صندوق‌های خود دپو کنند، ولی با پروژه‌های PPP Public Private Partnership و معامله با دولت با تردید مواجه نشوند. دولت و رشکسته چگونه می‌خواهد با کدام ردیف بودجه می‌تواند هزینه‌های گزاف «بردن فیبر نوری به تک‌تک خانه‌های مردم» و به امکان روستاهایی را تأمین کند؟ کجاست برنامه راهبردی زارع‌پور برای اجرای FTTH در سراسر کشور؟

به قول سعدی: مزین تا توانی به گفتار دم- نکو گوی! گر دیر گویی چه غم؛ بیندیش و آن که برآور نفس- و زان پیش بس کن که گویند: بس!

زباله‌های الکترونیکی



سال ۱۳۸۹ مصوبه‌ای قانونی تکلیف زباله‌های الکترونیکی را در کشور مشخص کرد. با این وجود این مسوولیت همیشه پاسکاری شده است. پس از آن، هجدهم اسفندماه ۱۳۹۴ وزارت ارتباطات با سازمان محیط زیست یک تفاهم‌نامه در خصوص این زباله‌ها به امضا رساندند که البته همان‌طور که قابل پیش‌بینی بود این تفاهم‌نامه نیز تکلیف زباله‌های الکترونیکی در کشور را مشخص نکرد.

الزام دولتی‌ها به نصب پادویش



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

لوايح قمار و شرط‌بندی



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

ماهواره‌های ایرانی

از ۱۵ اسفند ۱۳۸۴ که اولین تلاش‌ها برای ساخت ماهواره داخلی صورت گرفت تا کنون ۹ ماهواره ساخته شده که علی‌رغم صرف هزینه‌های میلیون دلاری، وضعیت هر یک نامعلوم تر از دیگری است. در آخرین مورد رییس سازمان فضایی اعلام کرده، طبق بررسی‌های کارشناسانه در مورد ماهواره مصباح به این نتیجه رسیده‌ایم که هزینه‌های پرتاب این ماهواره بسیار بالاست و ارزش ندارد که آن را به فضا بفرستیم.

سند مراقبت از کودکان در فضای مجازی



دوم آبان ماه سال ۱۳۹۶ وزیر ارتباطات از رونمایی سند مراقبت از کودکان در فضای مجازی در روز ۱۳ آبان و هم‌زمان با روز دانش آموز خبر داد. با این وجود تاکنون خبری در خصوص رونمایی این سند منتشر نشده است. تولید محتوای متناسب با کودک و نوجوان در این فضا نیز در این سند پیش‌بینی شده بود که از میزان پیشرفت آن اطلاعی در دست نیست.

۱۰ برابر کردن محتوای الکترونیکی

پروژه ۱۰ برابر کردن تولید محتوای داخلی با رویکرد کسب‌وکار دیجیتال در سال ۱۳۹۵ به تأیید ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی رسید. در این مقطع حدود ۴۰ میلیارد تومان به این پروژه اختصاص یافت و قرار شد با توسعه محتوا تأثیر قابل توجهی بر حوزه‌های علمی، پژوهشی و اقتصادی کشور گذاشته شود. آخرین خبر از این طرح اما این است که ظاهراً اجرای آن به‌طور کلی از اولویت‌های پروژه اقتصاد مقاومتی خارج شده است.

طرح تکاپو

از دی ماه سال ۱۳۹۳ با مصوبه شورای عالی اشتغال برای توسعه اشتغال مبنی بر «مزیت‌های استانی» با عنوان «توسعه کسب‌وکار و اشتغال پایدار» یا «تکاپو» در دستور کار قرار گرفت و آنگونه که مجربان طرح می‌گفتند بهمن ماه ۹۴ در کار گروه شورای برنامه‌ریزی استان تصویب و از سال ۹۵ وارد فاز اجرایی شد. با این وجود تاکنون نتیجه مشخصی از میزان اشتغال به وجود آمده از جمله ایجاد ۱۳۰ هزار شغل در بخش ICT نیست.

نظام جامع مالیاتی



حکم مربوط به اجرای طرح نظام جامع مالیاتی به ماده ۵۹ قانون برنامه سوم توسعه و تحت عنوان محدودتر طرح جامع مالیاتی باز می‌گردد. به همین منظور در سال ۱۳۸۳ اعلام شد که شرکت دیلویت کانادا برای برنامه‌ریزی و تدوین نقشه راه این طرح دعوت به همکاری شده و در برنامه اجرایی طرح جامع مالیاتی ۳۷ پروژه در پنج محور سازماندهی شده بود که این طرح هنوز به سرانجام کامل نرسیده است.

ارز دیجیتالی داخلی



چهارم اسفند ۱۳۹۶ بود که وزیر ارتباطات در توییتی وعده ایجاد ارز دیجیتالی داخلی توسط پست‌بانک را مطرح کرد. جهرمی، هشتم اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۷ این بار از آماده‌سازی مدل آزمایشی ارز دیجیتالی ایرانی خبر داد. با این وجود تا این لحظه همچنان خبری از سرنوشت، کارکرد و خروجی ارز دیجیتالی ملی نیست.

برنامه دفاع سایبری



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

خروج زیرساخت از مکالمات بین‌الملل



پنجم خردادماه سال ۱۳۹۷ مدیرعامل شرکت ارتباطات زیرساخت از کاهش نرخ مکالمات بین‌الملل 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 بین‌الملل قرارداد ببندد، قرار است اپراتورهای داخلی با طرف خارجی قرارداد بسته و شرکت زیرساخت تنها بحث تحویل ترافیک را عهده‌دار باشد.

طرح GNAF

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

ایمن‌سازی علاءالدین

۲۸ اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۷ معاون پیشگیری سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی تهران با اشاره به ضرورت ایمن‌سازی اماکن نایم پانتخت، گفت: از مسوولان ذی‌ربط می‌خواهیم که فشار بیشتری بیاورند تا ساختمان علاءالدین ایمن‌سازی‌اش نهایی شود. با وجود آنکه پایتخت تجربه حادثه تلخ پلاسکو را پشت سر گذاشته اما به نظر می‌رسد هشدارها درباره علاءالدین جدی گرفته نشده و این موضوع نیز همچنان بلا تکلیف بماند.



در میز گرد آنلاین با حضور مدیران بانکی و بخش خصوصی عنوان شد

بانکداری شرکتی، به مفهوم واقعی در ایران شکل نگرفته است

بانکداری شرکتی در ایران، رابطه محور است نه سرویس محور



رضا فراقی



علیرضا ایلخانی



احسان باقری

شناسایی و به شکل مناسب و دقیقی در داخل کشور پیاده سازی شده باشد. دلیل سوم، نیاز مشتری است که آقای فکری هم فرمودند. به نظر من عامل اصلی نوآوری در هر کسب و کاری، نیاز مشتری و سپس رقابت در صنعت است. وقتی مشتری، نیاز را اعلام کند، اگر رقبا به آن نیاز پاسخ دهند، سایر فعالان بازار هم سعی می کنند خودشان را برسانند تا از رقبا عقب نمانند. نکته این است که مشتریان شرکتی ماعدتاً بر کاش هزینه های بانکی متمرکز هستند و یاد طرف مقابل، بر افزایش در آمد ناشی از سود سپرده تمرکز دارند. به همین خاطر، نیاز چندانی در این حوزه ها اعلام نمی شود و شاید مشتریان مانیز آمادگی دریافت این خدمات را نداشته باشند. برخی بانک های دنیا در حوزه تدارکات ورود کرده اند؛ یعنی در حوزه trade مشتری، فارغ از اینکه ما برای مشتری ال سی و ضمانت نامه صادر و سرمایه در گردش برای آنها ایجاد می کنیم، خود بانک نیز ورود و کمک می کند تا فروشنده و خریدار بهتری پیدا کند. shipment راحت تری داشته باشد و حتی برخی مواقع پیگیری می کند تا مشتری ببیند محموله ای که خریداری کرده و ال سی آن نیز صادر شده، کجای دنیاست و در چه شرایطی قرار دارد. در بسیاری موارد، بانک به ERP مشتری وصل شده و عملاً در آفیس مشتری، به وی سرویس می دهد. در این موارد، حتی سمت مشتریان شرکتی ما آمادگی نیز وجود ندارد تا این سرویس ها را دریافت کنند. این سه عامل موجب شده، در جایگاه لازم قرار نداشته باشیم و نسبت به دنیا عقب تر باشیم.

باقری: با توجه به صحبت های آقای ایلخانی چند نکته عرض می کنم. در ادبیات دنیا، تئوری هایی در خصوص این مفاهیم بانکی وجود دارد. بنده چندین جا تست کرده ام و جواب داده است. بخش مشتریان حقوقی سه دسته هستند و در سایت های بانک های دنیا نیز غالباً این موضوع قابل مشاهده است. یک بحث بیزینس بنکینگ داریم که کسب و کارها و اصناف هستند؛ یعنی افراد حقیقی که کسب و کار دارند یا قرار است به مشتریان خود سرویس دهند. دو بخش دیگر SME و corporate هستند که این بخش را می توانیم commercial banking یا بانکداری تجاری نامگذاری کنیم؛ به این معنا که هر کدام از این سه نوع می تواند اتفاق بیفتد اما هر بانکی می تواند هر کدام از این ها را هدف قرار دهد و به طور مشخص روی آن کار کند. مثلاً بانک ANZ در استرالیا نیز بلند، در حوزه SME در دنیا کار می کند و در حوزه corporate، بانک های HSBC، باکلیز و امثال آن، هدف مشخصی در این بخش دارند و این موضوع، قابل ردیابی است. پس باید این سه گروه را در مباحثمان، مدنظر داشته باشیم. به عنوان نمونه مثالی که آقای ایلخانی در خصوص روبات های مشاوره اشاره کردند، تکنولوژی آن وجود دارد، اما به در SME ها و بیزینس بنکینگ می خورد و شاید در حوزه banking corporate قابل استفاده نباشد. موضوع دیگر در حوزه بانکداری خرد است. طبق نقشه ای که قبلاً عرض کردم اگر به طور مثال ما بانکداری شخصی، بانکداری تجاری و بانکداری SME داشته باشیم، ساختار نظام بانکی ما جز بانک خاورمیانه، بانکداری خرد است اما اگر بانکداری شرکتی و بانکداری اختصاصی را به عنوان هدف اصلی داشته باشیم، عمده فروشی انجام می دهیم که این موضوع، نیز استراتژی خاص خود را دارد. وقتی بانک ها به سمت بانکداری شرکتی می روند، یکی از موانعی که موجب می شود طراحی و سرمایه گذاری فناوری دچار مساله شود، این است که ساختار و سرمایه گذاری آنها با این استراتژی جدید همخوان نیست و آمادگی این موضوع را که به سمت سرمایه گذار جدید بروند، ندارند.

البته برای بانک خاورمیانه که با ۱۰۰ و خرده های شرکت بزرگ، عمده فعالیت خود را پیش می برد، ریسک بزرگی هم وجود دارد. مثلاً اگر بانک رقیبی به تعداد زیادی از شرکت هایی که با بانک خاورمیانه کار می کنند، سرویس بهتری بدهد، همه بزرگی برای بانک خاورمیانه رخ می دهد و معادلات مالی آن را به هم می ریزد. خود آقای عقبی هم این موضوع را تأیید کردند و اینکه در حوزه خرد، بانکی نور را به عنوان نئوبانک بانک خاورمیانه ایجاد کردند، به نوعی برداشتن ریسک است. اگر آن شرکت ها، یکبار به تصمیمی بگیرند و بانک را در یک اقدام هماهنگ دچار مخاطره کنند، می تواند این اتفاق رخ دهد. بهتر است در

ایلخانی: تعریف بر اساس استراتژی های بانک ها تغییر می کند؛ یعنی هر بانکی، بانکداری شرکتی یا تجاری برای خودش تعریف می کند در حالی که مفهوم آن یکسان است: «ارایه خدمات ویژه به مشتریان حقوقی و جدا کردن گروه مشتریان حقوقی». در این حالت، یک بانک به طور ویژه روی صنعت یا کلاس خاصی از مشتریان تمرکز دارد و بانکداری شرکتی خاص خود را تعریف می کند و می تواند حدود و ورود اولیه لازم را تعیین کند. این حدود و ورود مشخص می کند از نظر بانک A، بانکداری شرکتی چه معنایی دارد و به چه گروه از مشتریانی اطلاق می شود و گروه مشتریان تجاری که به طور معمول می تواند SME ها را نیز در برگیرد، به چه گروهی از مشتریان اطلاق می شود و مثلاً تا چه سطحی از درآمد و سود، مشتریان تجاری نامیده می شوند. در مجموع، نکته تمایز کننده، نیاز مشتری است. وقتی گروه مشتریان شرکتی را مشتریان بزرگ تعریف کنیم، اساساً سطح فعالیت ها با توجه به نیاز مشتری، حجم تعاملات و خدمات مورد نیاز مشتری، بسیار متفاوت است. نکته این است که بانک چه استراتژی ای را در قبال گروه مشتریان حقوقی دارد و چگونه آنها را تفکیک می کند و بنا به نیازشان چه سرویس هایی را در اختیار آنها قرار می دهد. آن موقع تعریف، گسترده می شود. مثلاً بانکی، ممکن است به یک مشتری، چند نفر RM اختصاص دهد تا یک هلدینگ را پوشش دهند و یا وقتی به حوزه تجاری می رسیم، ممکن است بانک، RM یا account manager یا relationship manager خاصی را به مشتری تجاری تخصیص ندهد. از طرفی، ممکن است برای حوزه شرکتی و مشتریان خاص، یک لاین ارایه خدمات اعتباری یا خدمات خاص دیگری را به شکل ویژه و یا همین موضوع را با سطح سرویس پایین تر در حوزه تجاری تعریف کند یا اصلاً تعریف نکند و معتقد باشد مشتریان تجاری اش از همان لاین سرویس معمول مشتریان استفاده کنند. بنابراین تفاوت به استراتژی بانک و سرویس هایی بر می گردد که برای هر حوزه از مشتریان تعریف می کند. درباره سوال شما در خصوص جایگاه فناوری در بانکداری شرکتی در ایران باید عرض کنم قطعاً در مقایسه با بانک های پیشرو، پاسخ منفی است. بانک های پیشرو عمدتاً از فناوری های تحول آفرین یا دسپراپتو تکنولوژی مانند هوش مصنوعی، روباتیک مشاور، اینترنت اشیا، بیگ دیتا و همکاری با فاین تک ها به شکل ویژه در حوزه پرداخت های بین المللی و سرویس های بین المللی استفاده می کنند. از نظر من، اولین دلیل فاصله ما با دنیا این است که وقتی به بانکداری ایران نگاه می کنیم، بانکداری ما یا بانکداری رایج یا حتی بانکداری اسلامی در دنیا تطابق ندارد و تعریف جدیدی از خودش ارایه می دهد. این امر، باعث می شود نتوانیم به طور معمول و ساده، از خدمات و سرویس های پایه در دنیا استفاده کنیم و عیناً آنها را در داخل مورد توجه قرار دهیم. مثلاً اگر بخواهیم سراغ یک کرنکینگ جدید برویم، باید تمام سرویس های پایه، دوباره تعریف شود و نمی توانیم ماژول بانکداری شرکتی و بانکداری خرد فلان شرکت و سرویس های مورد نیاز را خریداری کنیم و مهاجرت انجام دهیم بلکه باید از ابتدا، بر اساس تعاریف خودمان، این ها را باز نویسی کنیم چون عقده های ما با دنیا متفاوت است. دلیل دوم، تفاوت ساختاری بانکداری شرکتی در ایران و بانک های خارجی است. بانک های پیشرو دنیا وقتی درباره بانکداری شرکتی یا حتی بانکداری تجاری، خرد یا اختصاصی صحبت می کنند، هر کدام از این حوزه ها را به عنوان یک واحد کسب و کار استراتژیک می بینند و هر کدامشان ساختار مجزا، اهداف و استراتژی های مجزا و تا حد امکان زیر ساخت های مجزا دارند. قطعاً بانک ها نیاز دارند زیر ساخت های مشترک بین گروه های مختلف و مشتریان شان داشته باشند اما در دنیا تا جای ممکن، سعی می کنند این زیر ساخت ها را نیز از هم دیگر جدا کنند. در ایران، ما حداکثر آن را در قالب یک اداره، مدیریت یا نهایتاً معاونت مدیر عامل در حوزه شرکتی تعریف کرده ایم. این امر باعث می شود همه گروه های مختلف و مشتریان، از یک بستر فناوری، یک گروه و یک تیم فناوری استفاده کنند. با این وضعیت، عملاً عدم تمرکز وجود دارد؛ یعنی تیم فناوری را مشاهده می کنیم که هر روز با مسایل مختلف و متنوع در حوزه های متفاوت برای گروه های مشتریان مختلف مواجه است. با این عدم تمرکز نمی توان توقع داشت همه راه هایی که در دنیا استفاده می شود،

مالی اعم از بیمه، لیزینگ، تأمین سرمایه، اوراق بهادار و موضوعاتی از این قبیل را ساماندهی کرد. هدف اصلی این است که سرعت و هزینه ها برای مشتریان کاهش و دقت، افزایش پیدا کند و بر خط باشند. در بخش عملیات، موضوعات مربوط به تراکنش، تسهیل تجاری و وام دهی، اعتبارات مختلف، مدیریت نقدینگی که تراکنش های بانکی را زیر مجموعه قرار می دهد و موضوعات کسب و کاری مانند تأمین مالی زنجیره ای، مدیریت مالی زنجیره ای، مشاوره و نظایر آن را که در ایران، فقر در باره آن وجود دارد و با دنیا، سال ها فاصله داریم، شاهد هستیم. در حوزه بک آفیس، موضوعات مربوط به اعتبار سنجی، هوش تجاری، CRM ها یا چرخه عمر مشتریان، ریسک، تطبیق و مدیریت پورتفو که به مدیران و کارکنان حساب در بانکداری اشاره دارد، مطرح است.

فکری: فناوری اطلاعات، چه در حوزه بانکی یا سایر حوزه ها، به نسبت دنیا، قدمت زیادی ندارد. اینکه فناوری اطلاعات چه میزان، کجا و چگونه استفاده می شود، به همان عبارت آقای باقری یعنی مینیاتوری شدن استفاده از فناوری در بخش های مختلف بر می گردد. در حوزه بانکی باید عرض کنم بخش عمده بانک های ما، هنوز شعبه محور و در ارتباط مستقیم با مشتری هستند. هر چند طی ۲۰ سال اخیر، خدمات قابل توجهی از فعالیت های بانکی به سمت استفاده از زیر ساخت های فناوری رفته اند، اما واقعیت این است که فاصله ما با اتفاقاتی که در دنیا در حوزه بانکی رخ می دهد، قابل توجه است. اگر به طور خاص در حوزه بانکداری شرکتی صحبت کنیم، باید اشاره کنم مطابق اتفاقی که در دنیا رخ داد و در ایران نیز همین طور است، استفاده از بانکداری شرکتی حتماً عقب تر از بانکداری خرد بوده است. مدت های مدید از فناوری در بانکداری خرد استفاده کردیم. اینکه چقدر موفق بودیم، پیشرفت کردیم و چقدر توانسته بانکداری خرد را تحت پوشش قرار دهد، بحث مجزایی است. همچنین بانکداری شرکتی، طیف گسترده ای از خدمات قابل ارایه توسط بانک ها را شامل می شود که شاید بانکداری خرد با آن ارتباط نداشته باشد. خدماتی مانند تأمین مالی، خدمات اعتباری، مدیریت نقدینگی، حساب های ارزی، سرمایه در گردش، وام ها و غیره در حوزه بانکداری شرکتی هستند اما در بانکداری خرد به این شکل مطرح نیست. فناوری اطلاعات در حوزه بانکداری شرکتی، هم دیرتر شروع به کار کرده و هم اینکه چون طیف گسترده ای دارد، به اندازه ای که باید خدمات بانکداری شرکتی را فناوری ارائه کند و در اختیار مشتری قرار دهد، به آن مرحله نرسیده است. دلایل مختلفی برای نرسیدن به این مرحله وجود دارد. بر نامه استراتژیک بانک ها، چندان با فناوری اطلاعات موافق نبوده و هدف گذاری آنها یا IT مطابقت نداشته با فناوری اطلاعات کاملاً در اختیار خدماتی که قرار بوده به مشتریان ارایه کند، نبوده و مغفول مانده است. همچنین زیر ساخت های اقتصادی اجازه نداده و نه تنها خود عملیات فناوری در بانکداری شرکتی، بلکه خود بانکداری شرکتی هم نمی تواند در این شرایط، اقدامات مناسبی انجام دهد. نکته بعدی، بلوغ فناوری است. در زمینه فناوری اطلاعات در بانکداری شرکتی دو بخش داریم: اول بانک که خدمات، سرویس ها و محصولات بانکی به مشتریان ارایه می کند و باید آمادگی داشته باشد که بر پایه فناوری اطلاعات، این فعالیت ها را در اختیار مشتریان قرار دهد. دوم مشتریان که باید به بلوغ فناوری رسیده باشند تا از این تکنولوژی ها استفاده کنند تفاوت بانکداری خرد یا شخصی با بانکداری شرکتی این است که بانکداری شخصی، چندان نمی تواند استفاده کننده را در مسیر فناوری اطلاعات قرار دهد اما در بانکداری شرکتی، با مشتریان حقوقی سرو کار داریم. در این زمینه، خود مشتری نیز باید بلوغ فناوری اطلاعات را داشته باشد تا بتواند از خدماتی که بر پایه فناوری اطلاعات در حوزه بانکداری شرکتی ارایه می شود، استفاده کند. بنابراین نمی توانیم صرفاً بگوییم بانک ها وارد این حوزه نشده اند بلکه وقتی استفاده کننده نیز این قابلیت را نداشته باشد، ارایه دهنده نیز نمی تواند آن سرویس را به صورت مطلوب بر اساس فناوری اطلاعات ارایه دهد. این موارد، نشان می دهد فاصله ما با دنیا زیاد است و باید به آن فکر کنیم.

جناب ایلخانی: ضمن پاسخ به همین سوال در خصوص جایگاه فناوری، برای اینکه تفکیک بین بانکداری شرکتی و تجاری داشته باشیم، بفرمایید مشتریان این دو نوع بانکداری، کجا با یکدیگر وجه تمایز دارند؟

در یک تعریف ساده می توان گفت به خدماتی که بانک ها به منظور پاسخگویی به نیازمندی های مشتریان حقوقی، شرکتی و یا مشتریان حقیقی که از خدمات بانک برای کسب و کار خود استفاده می کنند، بانکداری شرکتی گفته می شود. بانکداری شرکتی توانایی یک بانک در ارایه خدمات اعتباری متناسب با مسایل پیچیده یک شرکت، تهیه بسته های متنوع و خاص تأمین مالی، تسهیل تجارت بین المللی برای کسب و کارهای دارای بازارهای جهانی، اعطای خطوط اعتباری به شرکت ها، تسهیلات سرمایه در گردش، کمک به مدیریت مالی شرکت ها، ارایه انواع خدمات مشاوره ای، مدیریت نقدینگی، خدمات بانکداری الکترونیکی، خدمات ارزی، خدمات مدیریت ریسک و غیره است. در این میان، ارایه این خدمات با توجه به محدودیت هایی همچون سامانه های بانکداری قدیمی به دلیل تمرکز بر حوزه بانکداری خرد، عدم پشتیبانی سامانه های کنونی از انتخاب، تقسیم بندی و تجزیه و تحلیل مشتریان شرکتی، عدم نظام بندی تاریخچه و تجربه تعامل با مشتری، دشواری نظارت و ارزیابی عملکرد پس از استقرار بانکداری شرکتی، تعدد کالاهای ارتباط با مشتری و در نهایت، چگونگی تغییر این فرایندها به وسیله فناوری، از موضوعات قابل توجه در حوزه بانکداری شرکتی است. از این رو، در هفتاد و سومین میزگرد آنلاین از سلسله نشست های تخصصی بانکداری و اقتصاد دیجیتال، با موضوع «بررسی نقش فناوری در بانکداری شرکتی» که با حضور علیرضا ایلخانی معان مالی و برنامه ریزی بانکداری شرکتی بانک تجارت، احسان باقری رئیس اداره بانکداری شرکتی بانک اقتصاد نوین و رضا فکری مدیر عامل شرکت خبره پرداز پارس برگزار شد، چالش ها و راهکارهای بهره مندی از فناوری در بانکداری شرکتی و آینده آن، مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت. محصل این گفتگو، پیش روی شماست.

لطفاً در آغاز بفرمایید آیا بانک های ما در وضعیت کنونی از فناوری در حوزه بانکداری شرکتی، آن گونه که در خارج از مرزها متداول است، استفاده می کنند؟ اگر پاسخ تان منفی است، دلیل این اتفاق چیست؟
باقری: در آستانه دهمین سال استقرار بانکداری شرکتی در نظام بانکی ایران هستیم. در سال ۱۳۹۰، به ابتکار بانک اقتصاد نوین، این موضوع در سیستم بانکی جاری شد. در این زمینه، توفیقاتی داشتیم که البته شاید چندان قابل توجه نباشد زیرا لازم بود تحول در سیستم بانکی اتفاق بیفتد و وقتی این اتفاق، رخ نمی دهد، تنها مینیاتوری از اصل موضوع ارایه می کنیم و دلخوش به این موضوع هستیم که بانکداری شرکتی داریم. با از آن در سیستم بانکی استفاده می کنیم. این اتفاق در ۱۰ سال گذشته نیفتاده است؛ یعنی بانکداری شرکتی را به شکلی که لازم بود و ۱۰ سال فرصت پیاده سازی آن را داشتیم، اتفاق نیفتاده است. دلایل آن را در ادامه بحث خواهیم کرد. با توجه به اینکه تعاریف بانکداری شرکتی هنوز یکسان نیست و با ادبیات جهانی فاصله داریم، نیازمند تعریف آن هستیم. حدود دو قرن است که بانکداری جامع در سیستم بانکی دنیا با همه فراز و فرودهایش متداول است و مدل های مختلفی از آن منشعب شده است. البته وارد بحث بانکداری جامع و موضوعات اصلی بانکداری شرکتی و تعاریف آن نمی شوم، اما به علاقه مندان بانکداری جامع، مراجعه یک پایان نامه دکتری با عنوان «چارچوب تغییر استراتژیک از مدل بانکداری تجاری به بانکداری جامع» در دانشگاه علامه طباطبائی را توصیه می کنم. این پایان نامه، ادبیات خوبی درباره بانکداری جامع داشت. بر این اساس، بانکداری جامع زمانی رخ می دهد که همه خدمات بانک تجاری، بانک سرمایه گذاری و بیمه افراد زیر یک چتر یا رکن حقوقی مشخص به طیف های مختلفی از مشتریان به خصوص شرکتی ارایه شود. از آنجا که این زیر ساخت را به لحاظ قانونی و تجربی در کشور نداشتیم، بحث بانکداری جامع منتفی بود اما از دستاوردهای آن در حوزه بانکداری خرد یا پرسونال بنکینگ استفاده کردیم. این امر، اتفاق خوبی بود و موجب تحول در نگاه بانکداران ما به بازار و مشتریان شان شد. برای روشن شدن تعاریف، مثال می زنم. مثلاً را در نظر بگیرید و آن را به چند طبقه تقسیم کنید در سمت راست، عنوان مشتریان حقیقی را در نظر بگیرید. در لایه های پایین عامه مردم و طبقه بالا، مرهین هستند که هر کشوری، تعاریف خاص خود را از این مفاهیم دارد. به این ها پرسونال بنکینگ می گوئیم نه ریتیل بنکینگ. در لایه های بالاتر با مشتریان ثروتمند، مواجه هستیم که خودشان لایه ها و تعاریف مختلف دارند. این ها بانکداری اختصاصی یا private banking هستند. در بخش مشتریان حقوقی، از مشتریان SME، شروع می شود و سپس به corporate ها و در نهایت به شرکت های بزرگ چندملیتی می رسیم که به فراخور موضوعات دیگری دارند. پس وقتی درباره بانکداری شرکتی یا تجاری صحبت می کنیم (بانک های مختلف، عناوین متفاوتی برای آن ارایه کرده اند) در نظر داشته باشیم امروز، درباره corporate ها بحث می کنیم و یا درباره small و medium هر کدام از این ها، موضوعات مربوط به خودشان را در حوزه فناوری و حوزه های مختلف فرایندی و ساختاری دارا هستند. بنابراین این تفکیک را باید در ذهن داشته باشیم. در خصوص سوال شما باید عرض کنم وقتی همکاران ما در حوزه فناوری قرار است سیستم هایی را طراحی کنند، معمولاً به مقوله فرانت آفیس، میدل آفیس و بک آفیس، اشاره می کنند. در بانکداری شرکتی نیز همین مساله را داریم؛ یعنی یک سری فناوری ها را سمت مشتری لازم داریم و باید این فناوری ها را بر اساس نوع نیاز مشتری، نامگذاری کرده و از آنها استفاده کنیم. در سمت مشتریان، بخش عملیات را داریم که متاثر از مفهوم بانکداری جامع، فقط محدود به مرزهای بانک نیست و باید خدمات



حوزه بانکداری شر کتی، در ادامه خلاصه تر و صریح تر پیش برویم. بر این اساس، اگر شر کت‌های بزرگ با گردش مالی خوب به سمت بانک‌ها می‌روند، دو علت مشخص دارد: یکی اینکه از منابع مالی بانک استفاده کنند و فاینانس یا خط اعتباری و مانند آن، برای آنها ایجاد شود و دوم اینکه مدیر عامل بانک یا معاونان، تا چه میزان ار تباطات قوی دارند و می توانند به واسطه آن رابطه، مشتری شر کتی را به سمت خودشان بیاورند.
ظاهر این موضوع در بانک‌ها هم مشخص است و رقابت نیز زیاد است و بانک‌ها سعی می‌کنند با دادن آفرهای ویژه، شر کت‌های بزرگ را به سمت خود بکشانند. این آفر می تواند وام، تسهیلات به کارکنان و غیره باشد البته به قول آقای یلخانی، خود شر کت‌ها هم باید آمادی در یافت سرویس خوب و جدید را داشته باشند. بگذریم...
جناب ایلخانی! در ادامه در خصوص استفاده از دیتا در بانکداری شر کتی صحبت کنیم. چرا در بانک‌های مختلف ما، همگی به صورت جزیره‌ای، یک بیگ دیتا دارند و نه تنها خودشان از این بیگ دیتا به درستی استفاده نمی کنند، بلکه حاضر نیستند آن را به بانک دیگری بدهند و در نظام بانکی به اشتراک بگذارند؟ چرا این ترس وجود دارد و چسرا بانک‌ها از این بیگ دیتای موجود، به درستی استفاده نمی کنند؟

ایلخانی: نکته‌ای که در خصوص حوزه داده در بانک‌ها وجود دارد، این است که با توجه به اینکه سیستم‌ها و زیر ساخت فناوری اطلاعات ما، به شکل ویژه در بانک‌های بزرگ و قدیمی برای این حجم دیتا ایجاد نشده و معماری داده مناسب و طراحی پایگاه داده ما، متناسب با نیاز این حجم دیتا و بیگ دیتا طراحی نشده، ما حتی همین امروز نیز بعضا در دسترسی به داده‌های داخل بانک‌ها با مشکل مواجه هستیم و دیتای داخل بانک‌ها نیز بعضا به صورت جزیره‌ای است؛ یعنی عملا دیتای یک بانک در داخل خودش، به شکل یکپارچه وجود ندارد و اغلب، این دیتاها با همدیگر مغایرت نیز دارد. این هانکاتی است که وقتی درباره آن صحبت می کنیم، باید ابتدا به بحث زیر ساخت و آماده بودن برای بهره برداری از داده‌ها اشاره کنیم که چنین چیزی وجود ندارد. در بانک‌های ما، بحث مالکیت داده نیز با ابهام مواجه است. تجربه بنده نشان می دهد نگاه مبتنی بر کسب و کار به داده بسیار کم است و به عنوان یک مساله فناوری اطلاعات و فنی دیده می شود نه یک مساله کسبو کاری فارغ از این نکته فرهنگی، وقتی قرار است دیتای بانک‌های مختلف با همدیگر جمع شوند، می توان در ک کرد بانک‌ها در این حوزه، چه ریسک بزرگی برای خودشان متصور هستند. ریسک اول، امنیت اطلاعات است؛ یعنی دیتایی که از بانک خارج می شود، جایی افشا نشود. ریسک دوم این است که دیتایی که قرار است به بیرون برود، به چه شکل قرار است استفاده شود و اینکه آیا کسبو کار مایه عنوان بانک و مشتریان، ما را در معرض خطر قرار می دهد و یا منجر به ایجاد اطلاعاتی در جای دیگر می شود که منجر به خروج مشتری ما از بانک‌مان شود یا خیر؟ این موارد، باعث شده عملا درها بسته باشد، دیتا به شکل مناسبی تسهیم نشود و نتوانیم از پتانسیل بیگ دیتا استفاده کنیم. یکی از راهکارها که باید در سطح کلان، به آن نگاه شود، نگاهی شبیه حوزه بلاک چین است که در این زمینه تعدادی از بانک‌ها، با همدیگر کنسر سیومی را ایجاد کردند؛ یعنی چارچوبی، مشخص و شر کتی ایجاد شود که بانک‌های مختلف در آن سهامدار باشند و کلاما بر وضعیت استفاده از داده، نظارت داشته باشند. آن موقع دیتا می تواند آنجا جمع شود و به سمت استفاده کسبو کاری از بیگ دیتا سوق پیدا کند. حتی جاهایی که دیتا در حال جمع است، مانند مواردی که به سمت بانک مر کزی می رود و جمع می شود، هیچوقت این نگاه مبتنی بر کسبو کار وجود نداشته و این نگاه که بتوانیم از این بیگ دیتا، برای آینده بیشتری، insight بگیریم، وجود نداشته است. بنابر این اگر بانک‌ها بخواهند در این مسیر حرکت کنند، خودشان باید در این زمینه، پایه گذار NTT جدید باشند که این وظیفه را بر عهده بگیرد.

البته فکر می‌کنم باید شر کت‌ها و مجتمع‌های بیرونی دیگر هم به این زنجیره اضافه شوند. اگر بانک‌ها نتوانند ابتدا و انتهای پولی که به بانک‌ها آمده، رصد کنند که صرف کجا شده، شاید بخشی از ارزشمندی دیتا از دست برود چون الگوریتم‌های گوید هنر بنای که توسط مشتری انجام شد، کجا بوده تا بعدا بر اساس آن، به او پیشنهادهای جذاب داده شود. در این زمینه، شاید ر که هم می‌تواند بسیار کمک کننده باشد اما متاسفانه اینکه این دیتای ارزشمند نزد شاپرک به چه شکل استفاده می‌شود، تا کنون نشنیدیم کار خاصی انجام شده باشد. البته طبق صحبتی که با آقای دهقان داشتم، در مقطعی در دوران کرونا، آنالیزی روی دیتا انجام داده بودند مبنی بر اینکه با توجه به کاهش تعداد تراکنش‌ها در برخی کسبو کارها، کدام یک از آنها دچار آسیب شده‌اند. این گزارش به ستاد ملی کرونا برای مدیریت بهتر وضعیت کسبو کارها داده شده است. قطعا انتهای خروجی اینکه این پول‌ها کجا سمت مشتریان هزینه می‌شود، می‌تواند کمک کند بانک‌ها سرویس جذاب تری به مشتری پیشنهاد دهند. آقای باقری انظرات شما را می‌شنویم.

فکری: اگر اجازه بدهید قبل از آقای باقری، بنده نکته‌ای عرض کنم. فرمایشات آقای یلخانی درست است فقط راه‌حل‌ها نباید به سمت انحصار برود. در حال حاضر انحصار‌های مختلفی در مجموعه‌های مختلف وجود دارد. این انحصار‌ها به‌خصوص اگر در مجموعه‌های بانکی وجود داشته باشد، همین چیزی می‌شود که الان با آن مواجه هستیم. لزوماً اینکه اطلاعات، محرمانه است و نفر بیرونی نباید به آن دسترسی داشته باشد، صحیح نیست؛ یعنی شر کت‌ها و سازمان‌های بیرونی که می‌توانند روی آن اطلاعات کار کنند نه اطلاعات شخصی باید لحاظ شوند. ما باید اجازه دهیم بر خی اطلاعات که مورد نیاز مجموعه‌هایی است که قابلیت انجام کار و ایجاد سیستم‌های ارزش افزوده دارند به آنها منتقل شود. بانک‌ها حتی اطلاعات عمومی را برای خودشان محرمانه در نظر می‌گیرند و اجازه انتشار این اطلاعات را نمی‌دهند، در نتیجه تمام پتانسیل و توانایی مادر بانک‌ها جمع می‌شود در حالی که نباید این‌طور باشد و اگر از انحصار خارج شویم، کارهای ارزشمند بیرونی نیز می‌توانیم انجام دهیم.

البته این محرمانگی، سلیقه‌ای شده است. فکر کنم پار سال شر کت

خدمات، دیتای کل مشتریان نظام بانکی را در اختیار وزارت رفاه قرار داد تا بررسی کنند به چه کسی یارانه داده شود. این موضوع، مباحث حقوقی خود را داشت که شر کت خدمات چگونه این کار را انجام داد تا دیتای مردم در اختیار وزارت رفاه قرار گیرد. آقای باقری انظر حضر تعالی را می‌شنویم. باقری: به‌طور کلی فکر می‌کنم داده‌های ما در بانکداری شر کتی می‌تواند به بخش مالی و کسبو کاری تقسیم شود. شر کت‌ها معمولاً داده‌هایی در حوزه مالی دارند که چندان در کشور شفاف نیست. بسیاری از علاقه‌مندی‌هایی که در حوزه بانکداری شر کتی وجود دارد تا به سراغ شر کت‌های بورسی بروند، این است که اطلاعات حداقلی شفاف از آنها وجود دارد اما اگر بانکی، بخش‌های دیگر به‌خصوص حوزه SME‌ها را هدف قرار دهد، دسترسی به اطلاعات، بسیار مشکل است یا وجود ندارد و صحت اطلاعات یا عدم تقرارن اطلاعاتی، باعث ایجاد ریسک‌های اعتباری برای بانک‌ها می‌شود که در این زمینه، معضلاتی هم قبلاً ایجاد شده بود. اگر خاطراتان باشد در طرح‌های زودبازده هم این اتفاق افتاد و افراد مختلف از این تسهیلات، سوءاستفاده کردند. مورد دیگر، بخش‌های تراکنشی است و اینکه ببینیم زنجیره تراکنش به کجا ختم می‌شود. منابعی مانند شر کت‌های بیمه یا سرمایه‌گذاری وجود دارند اما به صورت اعم مدیران مالی شر کت‌هایی که در حوزه صنایع کار می‌کنند، باید از این منابع، به بهترین وجه استفاده کنند و قطعاً آنها را سپرده نمی‌کنند و رسوب آنها را لحاظ می‌کنند یا این حال، رسوب تازمانی که گردش در بانک است، قابل بررسی است اما مثلاً وقتی به بانک دیگری از طریق سائنا منتقل می‌شود، از حوزه رصد خارج می‌شود و نمی‌توان فهمید آن پول را برای چه طرح‌هایی نیاز داشته تا متناسب با آن، خدمت دریافت کند. در این زمینه، چند نکته را باید در نظر گرفت. یک نکته اینکه مساله رقابت بین بانک‌ها و شر کت‌ها شدید است و مدیران شان فکر می‌کنند در صورت آرایه اطلاعات به دیگران، وجه رقابتی خود را از دست می‌دهند و برای مشتری، مساله ایجاد می‌شود. نکته دیگر اینکه سرمایه‌گذاری در حوزه داده‌ها پرهزینه است. فضای کسبو کار را هم نباید فراموش کنیم. الان موضوعات مالیاتی داریم که به شدت به شر کت‌ها فشار می‌آورد. شر کت می‌داند اگر اطلاعات درستی به بانک بدهد، می‌تواند از حدهای اعتباری بالاتری استفاده کند اما لزوماً این کار را نمی‌کند چون نگران افزایش آن و مسایل مالیاتی ناشی از آن است. مثلاً در حوزه پتروشیمی، سال‌هاست اطلاعات کلان ایجاد نمی‌شود و معلوم نیست پتروشیمی چقدر صادرات یا واردات داشته است. هنوز فایل اطلاعات مشتریان در بسیاری بانک‌ها مانند حساب تراکنش و وضعیت اعتباری آنها، فایل ورد یا اکسل است و سیستم اعتبارسنجی برای داده‌های متمرکز ایجاد نشده است. اگر از مرز بانک بیرون بیاایم و به حوزه زنجیره مالی برسیم، باید هم‌زمان اطلاعات بیمه‌ای شر کت را هم داشته باشیم تا بانکداری جامع با سوپرمار کت مالی را پیاده کنیم. سپس باید به لایه بعدی برسیم تا مشاوره داده شود. برانکی سراغ این موضوع برود، در آینده می‌تواند مزیت‌های رقابتی خاص را برای خود ایجاد کند. مثال می‌زنم؛ وقتی وارد سایت‌های بانک‌های دنیا مانند باکلیز می‌شویم، قدمت ۲۰۰ ساله آن در حوزه کشاورزی را می‌بینیم. البته بر خی بانک‌های مانیز مدعی هستند در بخش‌های مختلف سرمایه‌گذاری کرده‌اند و دارای تخصص و ویژگی خاص هستند و یکسری دکا بومنت منتشر می‌کنند مانند آینده صنعت پتروشیمی. با این حال، در کدام یک از بانک‌های کشور دیده‌اید اطلاعات دست‌اول تولید کنند؟ این‌ها داده‌هایی است که به درد مشتریان، مشاوره، طراحی محصول و ایجاد مزیت‌های رقابتی می‌خورد. یکی از فلسفه‌های ایجادمدیر حساب این بود که به داده‌هایی دسترسی پیدا کند که از طریق شیوه‌های مختلف امکان دسترسی به آن وجود نداشت زیرا مدیر حساب با مشتری زندگی می‌کند و می‌تواند با تخصص و ارتباط نزدیک با آنها، داده‌هایی را برای بانک‌ها ایجاد کند تا بانک‌ها بتوانند روی طراحی محصول، پرستاری از مشتریان، ارتباطات جدید و زنجیره ارزش بهتر برای مشتریان، ایفای نقش کنند. نکته دیگر اینکه داده، موضوع فرهنگی است. مافکر می‌کنیم هر داده، هر چقدر در انحصار ما باشد، مزیت ایجاد می‌کند در حالی که اصلاً از آن استفاده نمی‌کنیم و باید به این موضوع از لحاظ فرهنگی نیز دقت کنیم. داده‌ها در حوزه بانکداری شر کتی در بخش مالی با توجه به مسایل رقابتی باید با استانداردهایی، اشتراک‌گذاری شوند اما در حوزه کسبو کاری، فضا بسیار باز و بکر است و در این زمینه، می‌توان از کسانی که در خارج از بانک هستند و می‌توانند به بانک برای ایجاد، یکپارچه‌سازی و تبدیل داده به اطلاعات کمک کنند، بهره‌مند شد و این امر، فرصت خوب کسبو کاری محسوب می‌شود.

نکته این است که مدیران بانک‌ها راحت تر هستند که اعتبار و تسهیلات بزرگ به یک شر کت بزرگ بدهند تا اینکه مثلاً هزار وام خرد به افراد عادی اعطا کنند و بعدا دچار مساله شوند. این‌ها نشان می‌دهد بانکداری شر کتی و بانک‌ها، رقابت و هجوم زیادی در پیوند با شر کت‌های بزرگ دارند و شر کت‌هایی که گردش مالی کمتری دارند، رها شده‌اند و ظاهراً برای بانک اهمیت ندارد که این شر کت‌ها در پورتفوی بانک باشند یا خیر و سرویس خاصی هم برای این حوزه وجود ندارد.
خب جناب فکری! فکر می‌کنید بانک‌های ما که الان به دنبال دیجیتال شدن هستند، اگر قرار باشد یک سسازمان با محوریت دیجیتال در حوزه بانکداری شر کتی برای خود ایجاد کند، تجربیات جهانی چه درس آموخته‌هایی برای این بانک‌ها دارد؟ در این وضعیت که در نقطه صفر هستیم و چیز خاصی برای آرایه از سوی بانک‌ها وجود ندارد، چه باید کرد؟ راه‌حل چیست؟

فکری: اگر از بانک‌هایی که در ایران در این حوزه، در حال فعالیت هستند، میانگین بگیریم و از ادعای بانکداری شر کتی بگذریم و به واقعیت بانکداری شر کتی بپردازیم، نزدیک به صفر هستیم. اگر چه چند بانک قدیمی و جدید، اقدامات مختلفی انجام داده‌اند و تجربه‌های نسبتاً اولیه خوبی داشته‌اند اما هنوز با وضعیت مطلوب، خیلی فاصله داریم. در خصوص اینکه چه باید کنیم، باید عرض کنم مانند تمام مباحثی که در حوزه تحول دیجیتال وجود دارد، اولین موضوع، برنامه استراتژیک بانک است. در بانک‌ها، به‌خصوص در رده افرادی که برنامه استراتژیک می‌نویسند، باید این ذهنیت وجود داشته باشد که در حوزه شر کتی کار کنند نه صحبت‌های کلی که می‌خواهیم بانکداری شر کتی داشته

باشیم. بر نامه‌های میان‌مدت و بلندمدت باید قابلیت اجرا داشته باشند نه اینکه با تغییر مدیریت ارشد و میانی، بر نامه‌ها کان لم یکن شود و اقدامات قبلی مورد استفاده نباشد و اقدامات جدید انجام شود. همیشه این اتفاقات می‌افتد. دومین موضوع، ایجاد ساختار مناسب است. این‌طور نیست که بگوییم قرار است اقداماتی با محوریت دیجیتال انجام دهیم اما به ساختار توجه نکنیم. بانک‌ها در جهان هم نشان دادند تفکیک زیر ساخت‌ها موجب شده به وضوح به این نقطه برسند و اینکه باید ساختار مناسب ایجاد کنند. سومین موضوع، فرهنگ سازمانی مناسب است. الان در بانک‌ها، از ستاد و مدیریت ارشد گرفته تا نفرات داخل شعب، دیدگاه‌های مختلفی در ذهن‌شان جاری شده است. برای بانکداری شر کتی، فرهنگ سازمانی باید از بالا تا پایین ایجاد شود. چون خارج از بانک هستیم، راحت‌تر مثال می‌زنم و امیدوارم دوستان بانکی، خرده نگیرند. الان بسیاری از خدمات و سرویس‌ها اقتصادی تعریف می‌شود که بخش صف اصلا اطلاع‌رستی از آن ندارد یا رویکرد آن را نمی‌داند، بنابر این نمی‌تواند آن را خوب آرایه کند. اگر فرهنگ سازمانی، از بالا تا پایین، از مدیریت ارشد ستادی تا کارکنان شعب ایجاد نشود، هر کاری انجام دهیم، اقدام دقیق و درستی نیست. چهارمین موضوع اینکه ماسمت بانک و سمت مشتری داریم، سمت مشتری، متناسب با مشکلات و اتفاقاتی که در حوزه کلان اقتصادی کشور می‌افتد، درگیر موضوعات متنوعی است و تحولات دیجیتالی نسبتاً کم‌رنگ‌تری برای آنها مطرح است اما مجموعه‌هایی که سرویس‌ها و خدمات را آرایه می‌دهند، می‌توانند به شیوه دیگری، این بستر را آماده کنند. البته چند بانک، این اقدامات را شروع کرده‌اند. ارتباط با مجموعه‌های تولیدکننده زیر ساخت‌های فناوری مهم است. یک بخش قابل توجه سیستم‌های سمت مشتری، در حوزه ERP و مالی است. اگر بانک‌ها و سازمان‌هایی که در این زمینه فعالیت می‌کنند، ارتباط درست و دقیقی با تولیدکنندگان زیر ساخت‌ها ایجاد کنند، کمک می‌کند تا سازمانی با محوریت دیجیتال داشته باشیم و سرویس‌ها و خدمات بر این اساس ایجاد کنیم و مشتری نیز از آن استفاده کند چون محصولات و خدمات متنوع بانکی وجود دارد که عملاً مشتری از آن استفاده نمی‌کند. رویکرد تحول دیجیتال باید در کل سازمان ایجاد شود و نمی‌توان گفت واحدی درست می‌کنیم که آن را ایجاد کند. سازمان یک موجود زنده است و در این موجود زنده، بخش‌های مختلف از طریق ارتباطات و سیگنال‌های ارسالی، همدیگر را سنجش و پایش و بر اساس ارتباطات‌شان حرکت می‌کنند. نمی‌توان گفت یک بخش سازمان، محور دیجیتال داشته باشد و بخش‌های دیگر با ذهنیت سابق کار کنند. بنابر این آخرین موضوع این است که رویکرد تحول دیجیتال باید در کل سازمان ایجاد شود. بانک‌های جهانی هم همین کار را انجام داده‌اند.

آقای باقری ا به نقش واسطه گری‌ها می‌رسیم. اگر الان شر کت‌ها با بانک‌ها تعامل می‌کنند به خاطر نوع سرویس اعتباری، تسهیلاتی و فاینانس است که بانک می‌تواند برای آن شر کت ایجاد کند. اگر بانک رقیبی شرایط بهتری ایجاد کند، شر کت‌ها به‌خصوص با تغییر دولت‌ها، حساب‌های خود را به آن بانک کوچ می‌دهند. در کنار این موضوع، اگر فین تک‌ها را در نظر بگیریم، بانک‌های ما برای شر کت‌های کوچک، اهمیت چندانی قائل نمی‌شوند و بیشتر روی شر کت‌های بزرگ متمرکز هستند. وقتی از بانک دیجیتال صحبت می‌شود، کاهش تعداد شعب مطرح است و اینکه کارکنان شعب به سمت آرایه مشاور مالی به شر کت‌ها و افراد حقیقی که منابع مالی مناسبی دارند، حرکت کنند. به نظر می‌رسد در این حوزه کار چندانی انجام نشده است. اگر بخواهیم واسطه‌ها را با استفاده از فناوری به کمک فین تک‌ها حذف کنیم، مساله بزرگی است. تغییر مدیر عامل یا معاون مالی یک بانک که توانسته حساب مشتری را در بانک نگه دارد، مشکلات خاص خود را دارد. در این زمینه، تجربیات خودتان را بفرمایید. چه باید کرد؟ به نظر می‌رسد آینده در اختیار فین تک‌هاست و اگر قرار باشد بانک‌ها به خاطر اینکه منابع مالی شر کت‌های بزرگ را جذب و انحصار، ایجاد می‌کنند، متمرکز عمل کنند، در آینده نه چندان دور، دچار مساله خواهند شد. کافی است مشکلات برجام حل شود و بانک‌ها و سرمایه‌گذاران خارجی وارد کشور شوند، در این شرایط، ورق برمی‌گردد، بازی عوض می‌شود و بانک‌ها، وجه تمایز رقابتی خود را از دست می‌دهند. نظر شما چیست؟

باقری: یکی از دلایلی که بانک‌ها به سمت مشتری بزرگ متمایل می‌شوند، به فرهنگ گذشته سیستم بانکی درباره مشتریان VIP و امثال آن برمی‌گردد و اینکه ما استراتژی مشخصی راجع به مشتریان در بخش‌های مختلف نداشتیم. این امر به این دلیل است که دوره عمر مدیریت در بانک‌ها کوتاه است. بانک‌های خصوصی نیازمند ایجاد سود و رشدهای سریع هستند. همچنین اعتبارسنجی و مدیریت ریسک درباره مشتریان کوچک‌تر در بخش شر کتی مانند SME‌ها به خاطر همان موضوعی که در حوزه داده‌ها عرض کردم، واقعا مشکل است. این موضوع و مجموعه عوامل دیگر موجب می‌شود بانک‌ها سراغ شر کت‌های بزرگ بروند. بسیاری از بانک‌های خصوصی ما بر اساس دارایی‌ها و سرمایه‌ها، بانک‌های کوچکی محسوب می‌شوند و به صلاح آنها نیست که وارد پورتفوی شر کت‌های بسیار بزرگ شوند، هر چند محدودیت‌هایی مانند ذینفع واحد داریم که بعضاً از آن عبور می‌کنند یا در همان سطح عمل می‌کنند. در اینجا نیازهای شر کت‌های بزرگ، پاسخ داده نمی‌شود. بانک کوچک می‌تواند از طریق ارتباطات سندیکایی وارد پورتفوی‌های بزرگ شود یا خط‌های اعتباری خاص را مدیریت کند مانند کاری که بانک‌های فعال در حوزه عمده‌فروشی انجام می‌دهند اما به هر حال ریسک کردن از منابع خود، ممکن است آنها را در آینده دچار مساله کند. این موضوعات به استراتژی‌های مدیران ارشد بانک‌ها برمی‌گردد که از بانکداری شر کتی چه برداشت و استفاده‌ای می‌کنند. درباره نیروهای انسانی به عنوان مشاور نیز باید تاکید کنم اگر بانک‌ها شعبه‌ای دارند که قرار است به شر کت‌ها مشاوره بدهند، باید دقت کنیم بانک در شعبه با کاربران خود قرار است به SME‌ها مشاوره دهند و فرایندهای مشاوره دادن یا مانند آن در شر کت‌های بزرگ به وجود RM‌ها و AM‌ها یا مدیران حساب یا مدیران ارتباط برمی‌گردد که برای این کار ایجاد می‌کنند. در این زمینه به منبع دیگری اشاره می‌کنم این مطلب در مجله سیمای

بانكداری الكترونیكی



WWW.ICTNEWS.IR

بانكداری منتشر شده است. گروه مشاوره بوستون مطلبی را با عنوان «بازطراحی روابط بانكداری شر كتی با مشتریان در یک جهان دیجیتالی» منتشر کرده بود که بنده به‌طور خلاصه آن را ترجمه کردم. در اینجا سه نکته وجود دارد. شر كت‌های کوچک به سمت خود در یافت با سلف سرویس می‌روند و در آنجا می‌توان همه فرایندها و سرویس‌ها را دیجیتال کرد. شر كت‌های متوسط، روی ترکیبی از انسان و ماشین کار می‌کنند و لازم هستند. درباره شر كت‌های بسیار بزرگ، به خدمات تکمیل شده دیجیتالی به شدت شخصی‌سازی شده نیاز است. در این مقاله، در سه بعد تراکنش، خدمات مالی و خدمات اعتباری، سرفصل‌هایی آرایه شده است. این شر کت‌ها، مشاوره هستند و تنها ایده‌ای ایجاد می‌کنند و اگر قرار است پیاده شوند، باید به سراغ آنها رفت. بر اساس این بررسی، پتانسیل افزایش سود از استقرار این نظام‌های دیجیتالی، ۱۵ تا ۲۵ درصدی افزایش سود برای بانکداری شر کتی و کاهش ۵ تا ۱۵ درصد هزینه‌ها خواهد بود. بنابر این برای مدیران بانک‌ها که به شدت در پی خلق ارزش برای سهامداران و نیز بر جایی گذاشتن کارنامه مثبت از خود هستند، بسیار موثر است. درباره فین تک‌ها و رابطه آنها با بانک‌ها، مباحث زیادی در یاد کست‌های قبلی شما، مطرح شده و مطالبی منتشر شده است. به نظر فین تک‌ها، بسیار علاقه‌مندند خودشان را آسا B2C کنند؛ یعنی تمایل دارند به لحاظ درآمد یا برندینگ، مشتری‌خرد داشته باشند. ما کمتر ظرفیت B2B داریم. بنده می‌خواهم از اکوسیستم فین تکی کشور در حوزه مالی در خواست کنم به این موضوع توجه کنند. بانک‌ها به شدت نیازمند هستند که خدمات B2B از این‌ها بگیریم؛ یعنی این‌ها برای بک آفیس حضور پیدا کنند و در حوزه بانکداری شر کتی، خدمات ارزش افزوده ایجاد کنند. اگر B2B به B2C نیز تبدیل شود، ایرادی ندارد و می‌توانند این سرویس‌ها را به صورت ادامه‌دار داشته باشند. مثال‌هایی از آن در بازار امروز وجود دارد اما خیلی محدود است. مثلاً در حوزه یکپارچه‌سازی خدمات باربری برای سرویس دادن به شر کت‌های بزرگ یا موضوعاتی مانند آن. اگر بخواهم به‌طور مشخص چند ایده در باره این نیازها را به کنم می‌توانم به عناوین مختلفی اشاره کنم. یکی از این عناوین، تجزیه و تحلیل مشتریان و رفتار آنها در بانک است. مسایل مربوط به حوزه تطبیق، ریسک و اعتبارات، مادر مورد SME‌ها می‌توانیم متکی به سیستم‌های اعتبارسنجی کلاما دیجیتال باشیم. مشروط بر آنکه بتوانیم دیتاهای آن را در بیرون جمع‌آوری کنیم. بانک جی‌پی مورگان و BBVA با مشار کت یک فین تک به نام OnDeck، ۲۰۰۰ اطلاعات مرجع را برای اعتبارسنجی SME‌ها از ۱۰۰ منبع مختلف جمع‌آوری کردند تا آنها بتوانند سیستم‌های اعتبارسنجی‌شان را برای SME‌ها رانندازی کنند. این اتفاق می‌تواند در سیستم بانکی مانیز بیفتد و بسیار تجربه خوبی باشد. وقتی بانکداری شر کتی مطرح است، باید به آن مدل‌های مدیریت ریسک و... اضافه شود. مورد دیگر، موضوعات مربوط به مدیریت نقدینگی است که تراکنش مهم‌ترین آن است تا بتوان صورت‌حساب‌های دریافتی، پرداختی شر کت‌ها را به صورت جامع متناسب با نیازشان، طبقه‌بندی، دسته‌بندی و گزارش‌گری کرد. موضوعات دیگر مربوط به هوش تجاری، مدیریت سرمایه‌گذاری، امنیت، مدیریت مالی زنجیره تامین، تامین مالی زنجیره‌ای و مدیریت پورتفواس. امروز به صورت مشخص یک مدیر حساب یا ارتباط در یک بانک، حدود ۳۰ تا ۴۰ مشتری را به‌طور میانگین پرستاری می‌کند. طبق بررسی ما، غیر از اطلاعات مالی، مدیر حساب، حداقل با ۱۷۰ قلم اطلاعات راجع به شر کت مواجه است که شرح وظایفش در آن درج شده است. در این رابطه، مدیریت پورتفو یعنی بررسی و رصد رفتار مشتری مطرح است. یک مدیر حساب که ۴۰ مشتری دارد، و هر مشتری ۱۷۰ قلم اطلاعات که به‌روز رسانی می‌شود مانند تحولات نرخ سود سهام شر کت یا اطلاعات مالی اعم از خدمات بیمه‌ای و لیزینگ، حتماً یک سیستم خبره جامع لازم دارد تا این دیتاها را جمع‌آوری کند و بر اساس KPI در اختیار مدیر حساب قرار دهد و هشدارهای لازم را در زمان خودش به مدیر حساب بدهد. الان سیستم‌های اعتبارسنجی بانک‌ها مانند بانکداری خرد است؛ یعنی فرض بر این است که تا یک سال آینده، درخصوص آن مصوبه یا اعتبار که لازم است تجدید، تمدید یا تسویه شود، هیچ اتفاقی نمی‌افتد. الان سیستم‌های اعتبارسنجی دنیا، بر خط است و آخرین تحولات یک شر کت، همان روز بر اعتبار آن شر کت اثر می‌گذارد و مدیر حساب باید این‌ها را رصد کند و به منابع بالاتر گزارش دهد تا بانک تدابیر لازم را اتخاذ نماید که اگر این شر کت، دچار مساله شد، بانک را با ریسک و رشکستگی مواجه نکند. بنابر این لازم است از شر کت‌های فین تک دعوت کنیم که اگر در حال طراحی یا نیازسنجی یک بیزینس مدل هستند، به سراغ خدمات B2B که می‌تواند به بانکداری شر کتی آرایه شود، بروند تا بانک، ارتباط خود را با مشتری‌ایش تسهیل کند و هزینه‌های ارتباط با مشتریان را کاهش و پرستاری بهتری انجام دهد. در گذشته، نمونه‌هایی از سامانه‌ها و نرم‌افزارها مانند سامانه محب در بانک ملت یا سپهرپار، معین در بانک رفاه یا نظایر آن وجود داشت که بانک‌ها خودشان، آن را توسعه دادند. الان این ظرفیت‌ها وجود دارد تا حضور پیدا کنند البته فقط شر کت‌های فین تک نیستند بلکه شر کت‌هایی مانند همکاران سیستم یا دوسستانی که ERP طراحی می‌کنند، نیز به این سمت آمده‌اند. لازم است این‌ها با شر کت‌های فناوری که خدمات و نرم‌افزارهای مالی می‌نویسند، این ارتباط را ایجاد کنند. مرز بین مشتریان شر کتی و بانک‌ها برداشته شده است. امروز باید فرایندها با شر کت‌ها یکسان باشد. مثال می‌زنم. ما به شر کتی در حوزه تولیدات فناوری مراجعه کرده بودیم. وقتی با مدیر مالی صحبت می‌کردیم مبنی بر اینکه مثلاً فرایند صدور چک را مجازی کنید و ما این سرویس‌ها را می‌توانیم به شما آرایه کنیم، می‌گفت به من دنیا را داده‌اید یعنی خود شر کت‌ها نیز با همین ظرفیتی که هم اکنون در سیستم بانکی ما وجود دارد، آشنا نیستند. این‌ها وظایف مدیران حساب یا مدیران ارتباط است که شر کت‌ها را حداقل‌ها آشنا و برای پیشرفت‌های بعدی آماده کنند. همکاران حوزه فناوری، بسیار به‌روز هستند و با تکنولوژی‌های روز کار می‌کنند. فقط ترجمه این ظرفیت‌ها، نیاز‌ها و ارتباط‌شان به این ظرفیت‌ها لازم است که در سیستم بانکی این خلأ وجود دارد و البته در بانکداری شر کتی، به مراتب، بیشتر است.

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

چرایی اختلالات اخیر اینترنت در کشور مشخص شد

معاون فناوری مرکز ملی فضای مجازی با تأکید بر حمایت از ترافیک و پهنای باند داخلی، بر توسعه آن توسط اپراتورها برای دستیابی به سرعت مناسب و پاکفیت اینترنت در کشور تأکید کرد.

به گزارش ایسنا، در ماه‌های گذشته، کاربران فضای مجازی نسبت به کندی سرعت اینترنت در ساعات مختلف شبانه‌روز اعتراض داشتند و درباره این نارضایتی بارها از سوی کاربران و کسب و کارها در شبکه‌های اجتماعی بحث و اظهار نظر شده است. حتی عده‌ای از کاربران و رسانه‌ها این افت کیفیت را به اجرای طرح حمایت از حقوق کاربران فضای مجازی و خدمات پایه کاربردی ارتباط دادند و کاهش دستوری پهنای باند را دلیل اختلال اینترنت بیان کردند. با وجود این، عیسی زارع‌پور، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات چندی پیش درباره مشکلات اینترنت در هفته‌های اخیر توضیح داد: مشکل کلان‌تر ما این است که در چند سال گذشته سرمایه‌گذاری لازم برای توسعه ارتباطات به چند دلیل صورت نگرفته است. یکی از دلایل مشکلات تحریمی و افزایش هزینه‌ها بوده که اپراتورها نتوانستند سرمایه‌گذاری لازم را انجام دهند که حالا بعد از تحریم‌ها، خیلی از محصولات مورد نیاز صنعت مخابرات کشور بومی‌سازی شده و این امید هست که ما بحث توسعه را به سرعت در کشور دنبال کنیم.

او ادامه داد: بحث بعدی هم بحث کرونا بود که این صنعت را غافلگیر کرد و نیازمندی‌های مردم به ترافیک چند برابر گذشته شده و شبکه برای این اندازه ظرفیت طراحی نشده بود. الان ما در شرایطی هستیم که باید به سرعت افزایش ظرفیت در لایه دسترسی داشته باشیم، توسط اپراتورها، هسته شبکه و ترافیک بین‌الملل. البته ما در هسته شبکه مشکلی نداریم و در حالی که کل ترافیک کشور پنج ترابایت است، ما تا ۲۰ ترابایت ظرفیت داریم. در ترافیک بین‌الملل هم دارد کار انجام می‌شود، اما به دلیل بازگشایی مدارس افزایش تقاضا داشتیم و همکاران به دنبال این هستند که متناسب با افزایش تقاضا، ظرفیت را افزایش دهند.

این اظهارات در حالی مطرح شد که در این مدت، اخباری مبنی بر وجود مشکل در کمبود پهنای باند اینترنت کشور مطرح شد و مدیران برخی اپراتورهای اینترنتی این‌طور عنوان کردند که مشکل از زیرساخت‌های خدماتی آنها نبوده بلکه پهنای باندی که از شرکت ارتباطات زیرساخت دریافت می‌کنند، کاهش یافته و بافت کیفیت مواجه بوده است و در شرایطی که با افزایش مصرف اینترنت در کشور، نیاز است که ماهانه به میزان پهنای باند کشور افزوده شود، به دلیل مشکل خرید پهنای باند بین‌الملل و اشباع ظرفیت پهنای باند اینترنت کشور، مشکلات اینترنتی در زمان پیک مصرف، نمود بیشتری یافته است.

بر این اساس، ابوالفضل روحانی، معاون فناوری مرکز ملی فضای مجازی، در خصوص اخبار منتشره مبنی بر مخالفت این مرکز با افزایش پهنای باند در کشور گفت: پهنای باند اینترنت در کشور نه کاهش داشته و نه منعی برای توسعه آن وجود دارد. مساله اینجاست که به دلیل بی‌توجهی چند سال گذشته به توسعه زیرساخت‌های ارتباطی ثابت و عقب‌ماندگی جدی کشور در این بخش، هر میزان از توسعه پهنای باند اینترنت پس از مدتی پاسخگوی نیازهای کشور نخواهد بود.

او در پاسخ به چرایی اختلالات اخیر در کشور گفت: تنظیم‌گری وزارت ارتباطات در سال‌های اخیر به نحوی بوده که مزیت رقابتی توسعه ارتباطات ثابت در کشور از بین رفته و عمده توسعه کشور بر مبنای ارتباطات سیار بوده است. در چنین شرایطی خواه ناخواه افزایش تقاضا برای دسترسی به محتوا یا خدمات داخلی و خارجی موجب اختلال و کاهش کیفیت دسترسی خواهد شد. به خصوص اینکه در دو سال گذشته با فراگیری بیماری کرونا، میزان استفاده از خدمات پرترافیک مثل VODها و آموزش آنلاین به شدت افزایش یافته است. این مساله کمبودها و توسعه نیافتگی‌ها در زیرساخت ارتباطی کشور را به‌طور ملموس و به‌صورت عمومی هویدا کرده است. طبق اعلام روابط عمومی مرکز ملی فضای مجازی، او در پاسخ بر چرایی عدم ورود مرکز ملی فضای مجازی به این شکل از توسعه در شبکه ارتباطی کشور، توضیح داد: ما از سال ۱۳۹۶ توسعه زیرساخت ارتباطی ثابت و تغییر معماری شبکه ارتباطی کشور را به‌عنوان اولین نیازمندی و مهم‌ترین مطالبه از وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات پیگیری می‌کردیم ولی همراهی مناسبی در این خصوص صورت نمی‌گرفت. البته خوشحالم که جناب آقای دکتر زارع‌پور، وزیر ارتباطات دولت سیزدهم، توجه و توسعه به ارتباطات ثابت در کشور را به‌عنوان یکی از اولویت‌های کاری خود قرار داده‌اند. ارایه‌دهندگان خدمات ارتباطی کشور هم باید با ایشان همراهی کنند چون همه از توسعه ارتباطات ثابت منتفع می‌شوند. امیدواریم که با یک همکاری ملی، هرچه سریع‌تر این عقب‌ماندگی جبران شود.



امیرعباس زمانیان

قیمت بیت‌کوین، بزرگ‌ترین رمزارز جهان، تحت تأثیر انرژی مثبتی که تأیید اولین صندوق سرمایه‌گذاری رمزارز آمریکا به بازار وارد کرد به رکورد تاریخی جدیدی رسید، برای اولین بار از ۶۶ هزار دلار فراتر رفت.

بیت‌کوین که پیش از این در اواسط ماه آوریل رکورد تاریخی ۶۴/۸۹۹ دلار را به ثبت رسانده بود در معاملات هفته گذشته بیش از ۴ درصد جهش کرد و برای لحظاتی با ۶۶/۹۰۰ دلار معامله شد.

بیت‌کوین در پایان معاملات در قیمت ۶۶/۳۹۸٫۲۵ دلار بسته شد تا رکورد جدیدی برای قیمت پایان روز خود به ثبت برساند. قیمت این رمزارز، در معاملات صبح فردایش ۲۰۱۱ درصد سقوط کرد و به ۶۵/۰۳۱ دلار بازگشت. سرمایه‌گذار معروف، پاول تودور، در اظهار نظری که باعث شد قیمت بیت‌کوین تقویت شود گفت که سرمایه‌گذاری در رمزارزها را به سرمایه‌گذاری در طلا برای امنیت از آسیب‌های تورم، ترجیح می‌دهد.

جسی پرودمن، مدیرعامل شرکت مشاور رمزارز ماراکا می‌گوید: آنچه کلیدی است این است که ببینیم بیت‌کوین خواهد توانست نقطه مقاومتی بالای ۶۵ هزار دلار را برای خود تثبیت کند یا خیر. اگر این اتفاق بیفتد ما شاهد رشد شدید قیمت بیت‌کوین که به‌طور سنتی در سه ماهه‌های چهارم هر سال رخ می‌دهد خواهیم بود. اما در صورتی که فشار فروش بیشتر باشد و قیمت بیت‌کوین از این سطح سقوط کند، حالا حالاها شاهد رشد قیمت نخواهیم بود. به گفته متخصصان با آغاز معاملات آتی در وال استریت، بیت‌کوین تا ۱۶۸ هزار دلار افزایش می‌یابد. به گفته تحلیلگران موسسه مشاوره‌ای تحقیقاتی، با آغاز به کار اولین صندوق قابل معامله با ارزهای رم‌پایه (ETF) روز سه‌شنبه در بازار بورس نیویورک (NYSE)، قیمت بیت‌کوین تقریباً سه برابر خواهد شد. محققان در نیویورک که پیش از این پیش‌بینی می‌کردند تا پایان سال جاری، قیمت بیت‌کوین، ارزشمندترین ارز رم‌نگاری شده جهان به ۱۰۰ هزار دلار برسد، اکنون می‌گویند که ممکن است سهام‌های ETF جریان قابل توجهی از سرمایه‌گذاران را جذب کند و این قیمت بیت‌کوین را افزایش می‌دهد.

صندوق جدید بیت‌کوین به افراد بسیار بیشتری امکان می‌دهد تا به ارزهای دیجیتال دسترسی داشته باشند. تام لی، بنیان‌گذار این موسسه مشاوره، اظهار داشت: ما فکر می‌کنیم تقاضای بیت‌کوین بسیار بالاتر می‌رود. این تحلیلگر اضافه کرد که ETF بیت‌کوین می‌تواند تقاضای بیشتر از سوی سرمایه‌گذاران فراهم کند. این موسسه انتظار دارد که ETF بیت‌کوین حدود ۵۰ میلیارد دلار ورودی داشته باشد، که تقریباً ۵۰ میلیون دلار در روز، تقاضای اضافی برای بیت‌کوین دارد.

این کارشناس گفت: نظراتی داده می‌شود که افزایش قیمت در حال حاضر آلیت کوین‌آین تأیید دارد می‌کند که احتمالاً درست است، زیرا بیت‌کوین در چند هفته گذشته به بالاترین سطح خود رسیده است. اما از نظر ما، قیمت بیت‌کوین پس از تأیید ETF همچنان افزایش خواهد داشت.

مدیرعامل جی‌پی‌مورگان اما از طرف مقابل معتقد است: بیت‌کوین بی‌ارزش است. جیمی دایمن، مدیرعامل و رییس هیات‌مدیره جی‌پی‌مورگان جیس، وجود بیت‌کوین در بازار را فاقد ارزش خواند. جیمی دایمن، مدیرعامل و رییس هیات‌مدیره جی‌پی‌مورگان جیس (بزرگ‌ترین بانک ایالات متحده بر پایه میزان دارایی) در جریان رویداد موسسه مالی بین‌المللی گفت: من شخصاً فکر می‌کنم بیت‌کوین بی‌ارزش است. اما مهم نیست و نمی‌خواهم سخنگوی صرف در این حوزه باشم. برای من هیچ فرقی نمی‌کند. مشتریان ما بزرگسالان هستند و آنها مخالفند. این چیزی است که بازارها را می‌سازد. بنابراین، اگر آنها می‌خواهند برای خرید بیت‌کوین به شما دسترسی داشته باشند، ما نمی‌توانیم آن را تحت مراقبت قرار دهیم، اما می‌توانیم به آنها دسترسی قانونی و تاحد ممکن مشخص بدهیم.

در فوریه ۲۰۱۹، JPMorgan گفت که ارز دیجیتال

به نام JPM Coin را راهاندازی می‌کند و در اکتبر ۲۰۲۰، این شرکت واحد جدیدی را برای پروژه‌های بلاک چین ایجاد کرد. به گزارش سی‌ان‌بی‌سی، در ماه آگوست، این شرکت به مشتریان مدیریت ثروت خود اجازه دسترسی به وجوه رم‌نگاری شده را داد. دایمن در دیدگاه مخالفت با ارز رم‌نگاری خود قاطع است. اخیراً او به مدیرعامل Axios گفت که بیت‌کوین ارزش ذاتی ندارد و اگر چه او فکر می‌کند که بیت‌کوین در درازمدت به راه خواهد افتاد، من همیشه معتقد بودم که در جایی غیرقانونی می‌شود، مانند چین که آن را غیرقانونی کرد و او گفت که فکر می‌کند تنظیم‌کنندهها قرار است از پس آن ب‌آیند.

ممکن است در سست بگوید: اخیراً، دولت آمریکا تمرکز بیشتری بر تنظیم بازارهای ارزهای رم‌نگاری شده داشته است. روز جمعه، بلومبرگ گزارش داد که دولت بایدن در حال بررسی دستورالعمل اجرایی است که سازمان‌های فدرال را به مطالعه و ارایه توصیه‌هایی در مورد بازار رم‌نگاری راهنمایی کند. اگر چه ممکن است این مقررات افزایش یابد، جروم پاول، رییس فدرال رزرو در پایان ماه سپتامبر تصریح کرد که قصد ندارد بیت‌کوین را در ایالات متحده ممنوع کند. برخی از کارشناسان مالی معتقدند که مقررات مذکور در ایالات متحده مفید خواهد بود. او همچنین می‌گوید اگر مردم می‌خواهند ارز رم‌نگاری شده به دارایی اصلی تبدیل شود، من فکر می‌کنم مقررات، اولین گام ضروری است. با این حال، طرفداران ارزهای رم‌نگاری شده نگران هستند که چارچوب قانونی خاصی ممکن است نوآوری‌های رم‌نگاری شده در ایالات متحده را از بین ببرد و تجارت خارج از کشور را تحت فشار قرار دهد. بر اساس گزارش کوین‌مارکت‌کپ، در حال حاضر بیت‌کوین در حدود ۵۷۵۰۱ دلار معامله می‌شود که ارزش بازار آن بیش از یک تریلیون دلار است.

به گفته تحلیلگران، نزدیک به ۹۰ درصد بیت‌کوین استخراج شده و احتمال انتشار سکه جدید بعد از سال ۲۱۴۰ بعید است. بیت‌کوین، بزرگ‌ترین ارز رم‌نگاری شده جهان، محدودیت ۲۱ میلیون سکه‌ای دارد که تقریباً ۹ درصد آن استخراج شده است. تحلیلگران حدس می‌زنند که در صورت عدم انتشار سکه جدید، چه اتفاقی برای اقتصاد ارزهای رم‌نگاری شده می‌افتد.

بر خلاف سایر انواع پول شامل ارزهای فیات که به دلخواه بانک‌های مرکزی چاپ می‌شود، بیت‌کوین دارای محدودیت عرضه ۲۱ میلیون سکه توسط مخترع دست نیافتنی‌اش ساتوشی ناکاموتو است. این به آن منعاست که تنها ۲۱ میلیون بیت‌کوین وجود خواهد داشت. داده‌های سایت اینوستوپدیا نشان می‌دهد که تا ماه آگوست ۲۰۲۱، تقریباً ۱۸.۷ میلیون بیت‌کوین در دسترس بوده و تنها ۲.۳ میلیون عدد دیگر برای استخراج باقی مانده بود. محدودیت عرضه، قدیمی‌ترین ارز رم‌نگاری شده جهان را به کالای محدودی تبدیل کرده و تورم را کنترل می‌کند که در غیر این صورت می‌تواند ناشی از عرضه نامحدود این سکه باشد. همچنین برآورد فعلی برای بیت‌کوین‌هایی که در سال ۲۱۴۰ استخراج می‌شود، ارایه شده است. سوالاتی را در مورد اینکه آیا شبکه بیت‌کوین پس از آن زمان عملکرد خود را حفظ می‌کند، به وجود آمده است.

تحلیلگران می‌گویند برای حفظ عملکرد شبکه بیت‌کوین، این اقتصاد باید تغییر کند. بسیاری پیش‌بینی می‌کنند که ممکن است سیستم ارز رم‌نگاری شده، درست مانند هویت آن تغییر کند. بیت‌کوین در ابتدا به عنوان وسیله مبادله برای معاملات روزانه معرفی شد، اما بعداً به



عنوان دارایی سرمایه‌گذاری محبوبیت بیشتری پیدا کرد. همچنین عنوان می‌شود استخراج‌کنندگان بیت‌کوین می‌توانند کارتل‌ها را شکل دهند، درست مانند مواردی که سایر کالاها را تحت کنترل دارند، مانند سازمان کشورهای صادرکننده نفت (اوپک) که بازار تولید نفت را کنترل می‌کند. احتمال دیگر مطرح شده این است که بیت‌کوین می‌تواند به دارایی ذخیره تبدیل شود و این امر باعث می‌شود تعداد معاملات در شبکه ارزهای دیجیتال کاهش یابد زیرا معامله‌گران خرد و شرکت‌های تجاری کوچک جایگزین نهادهای بزرگ و تجاری می‌شوند.

آنها معاملات کمتر و گران‌تری انجام می‌دهند و زمان استخراج بیت‌کوین‌هایی را طولانی‌تری می‌کنند و سرانجام ممکن است پروتکل ارز رم‌نگاری شده تغییر کند تا پس از رسیدن به خط قرمز ۲۱ میلیون، تولید ادامه یابد. اما این می‌تواند ارزش بیت‌کوین قبلاً استخراج‌شده را کاهش دهد که بعداً است دارندگان این سکه، آن را بپذیرند.

در حال حاضر، کمیابی و افزایش قیمت بیت‌کوین، سوداگران را به خود جلب کرده، زیرا شرط‌بندی آنها منجر به نوسان‌های بی‌ثبات قیمت می‌شود که سرمایه‌گذاران را از ارز رم‌نگاری شده دور می‌کند. امسال قیمت بیت‌کوین از اوج خود در ماه فوریه به ارزش ۶۰ هزار دلار به نصف این مقدار در تابستان و دوباره به ۵۵ هزار دلار در این هفته رسید. با این حال، برخی از کشورها مانند السالوادور و کوبا پتانسیل این ارز را دارند و در حال حاضر اقداماتی را برای خرید قانونی آن انجام داده‌اند.

این در حالی است که افزایش سهم آمریکا از استخراج رمزارزها باعث افزایش قیمت رمزارزها شده است. براساس گزارشی از سی‌ان‌بی‌سی، آمریکا در حال گرفتن جای چین به عنوان بزرگ‌ترین مرکز استخراج رمزارزها در جهان است. برخلاف چین که به‌طور کامل همه ترانکشن‌های مربوط به ارزهای دیجیتالی را ممنوع اعلام کرده است، کمیسوین بورس و اوراق بهادار آمریکا اعلام کرده‌اند این نهاد قصدی برای ممنوع اعلام کردن رمزارزها ندارد.

صندوق بین‌المللی پول بار دیگر ارزهای دیجیتالی را یک تهدید برای اقتصاد جهان دانسته که به ویژه در کوتاه‌مدت ثبات مالی جهانی را تهدید می‌کنند. این نهاد با اشاره به اقدام السالوادور در پذیرش بیت‌کوین به عنوان واحد پول رسمی نوشته است چنین اقدامی از سوی کشورها باعث می‌شود دست بانک‌های مرکزی برای تعیین سیاست پولی بسته باشد و این به معنای افزایش ریسک نقدینگی و برهم خوردن تعادل جدی ثبات پولی خواهد بود که تهدید اقتصادی جدی است. شرکت گوگل در حال انجام تحقیقات روی امکان استفاده از ارزهای دیجیتالی بر پلتفرم پرداختی این شرکت است. اگر چه گوگل پی‌در مقایسه با شرکت‌های بزرگ پرداخت نظیر ویزا کارد و مستر کارد، دیرتر به حوزه ارزهای دیجیتالی علاقه نشان داده است اما انتظار می‌رود پذیرش احتمالی رمزارزها با معرفی رمزارز خود گوگل تأثیر بسیار زیادی بر روند کلی قیمت بازار داشته باشد.

از طرفی، با محدودیت عرضه جهانی نفت، قیمت نفت به بالاترین سطح خود در چند سال اخیر رسید. پس از آنکه عربستان سعودی از سازمان کشورهای صادرکننده نفت (اوپک) خواست تا به افزایش تولید جهانی پایبند باشد، قیمت نفت با افزایش چند ساله به بالای ۸۶ دلار در هر بشکه رسید و افزایش چند ساله را نشان داد. قیمت جهانی نفت خام برنت با ۲۱ سنت معادل ۰.۸ درصد افزایش به ۸۶.۲۴ دلار در هر بشکه رسید که پس از هفت هفته

بیت‌کوین هفته گذشته رکورد جدید ثبت کرد و از ۶۶ هزار دلار فراتر رفت

پیش‌به‌سوی کانال ۱۶۰ هزار

افزایش متوالی به رشد خود ادامه داد. معاملات آتی نفت خام وست‌تگزاس اینترمیدیت (WTI) آمریکا پس از رشد ۱.۵ درصدی در روز جمعه، ۸۷ سنت یا یک‌دصد افزایش یافت و به ۸۴.۶۳ دلار در هر بشکه رسید. همچنین بالاترین قیمت خود را از سال ۲۰۱۴ با ۸۴.۷۶ دلار در همان روز آغاز کرد.

این افزایش پس از آن صورت گرفت که شاهزاده عبدالعزیز بن سلمان، وزیر انرژی عربستان سعودی به تولیدکنندگان توصیه کرد افزایش قیمت نفت را ثابت نگیند و خاطر نشان کرد که با وضعیت غیرقابل پیش‌بینی همه‌گیری کووید ۱۹، قیمت نفت طی یک سال گذشته بیش از دو برابر شده با اینکه اقتصاد جهانی در تلاش است تا از بحران همه‌گیری بهبود یابد. در حالی که مصرف انرژی افزایش یافته و ذخیره نیز کم شده، اوپک پلاس اوایل امسال تصمیم گرفت تولید ماهانه نفت خام خود را تا ۴۰ هزار بشکه افزایش دهد. علی‌رغم درخواست‌های مکرر برای افزایش بیشتر تولید، اوپک پلاس تا کنون در برابر این فشار مقاومت کرده است. نشست بعدی این گروه قرار است در چهارم نوامبر برگزار شود. باید دید این نشست چه تأثیری بر روند رو به رشد ارزهای دیجیتال خواهد گذاشت؟ مجموع ارزش بازار جهانی ارزهای دیجیتالی در حال حاضر ۲۳۹۰ میلیارد دلار برآورد می‌شود که این رقم نسبت به روز قبل ۱.۱۲ درصد بیشتر شده است. در حال حاضر ۴۵ درصد کل بازار ارزهای دیجیتالی در اختیار بیت‌کوین و ۱۷ درصد در اختیار اتریوم است. بیت‌کوین ۱۲ سال پیش توسط گروه گمنامی از معامله‌گران بر بستر بلاک‌چین ایجاد شد و از سال ۲۰۰۹ معاملات اولیه آن شکل گرفت. قیمت طلا نیز در معاملات بازار جهانی تحت تأثیر ضعیف شدن ارزش دلار، برای سومین روز متوالی افزایش یافت.

بهای هر اونس طلا برای تحویل فوری ۰.۲ درصد افزایش، به ۱۷۸۵ دلار و ۷۹ سنت رسید. در بازار معاملات آتی آمریکا، هر اونس طلا با ۰.۱ درصد افزایش، ۱۷۸۶ دلار و ۲۰ سنت معامله شد. بهای معاملات این بازار هفته گذشته ۰.۸ درصد افزایش، در ۱۷۸۴ دلار و ۹۰ سنت بسته شد. قیمت طلا از ابتدای ماه میلادی جاری تا کنون بین ۱۷۴۸ دلار تا ۱۸۰۰ دلار معامله شده و دلار ضعیف در معاملات پایان هفته این فلز را به بالاترین حد محدود مذکور رساند. دلار ضعیف‌تر طلا را برای خریداران غیر آمریکایی ارزان‌تر می‌کند. ایلپا اسپیکو، استراتژیست ارزی شرکت دیلی فارکس گفت: طلا نیروی صعودی ایجاد نکرده زیرا با توجه به ابهامات در خصوص اقداماتی که بانک مرکزی آمریکا برای مهار تورم انجام می‌دهد، روند بازده واقعی معلوم نیست.

بازده ۱۰ ساله اوراق خزانه آمریکا به بالاترین حد در پنج ماه گذشته صعود کرده و هزینه نگهداری طلا را که دارایی بدون بازدهی محسوب می‌شود، افزایش داده است. یک مقام بانک مرکزی آمریکا روز چهارشنبه اعلام کرد اگر چه بانک مرکزی باید تعدیل نرخ‌های محرک مالی را آغاز کند اما برای افزایش نرخ‌های بهره هنوز خیلی زود است. بر اساس گزارش رویترز، اقتصاددانان در نظرسنجی رویترز پیش‌بینی کردند بانک مرکزی انگلیس نخستین بانک مرکزی خواهد بود که در دوران پاسکرون نرخ‌های بهره را افزایش می‌دهد اما نخستین افزایش نرخ‌ها پیش از سال آینده انجام نخواهد شد. طلا اغلب پناهگاه امن دارایی در برابر تورم ناشی از تدابیر محرک مالی شناخته می‌شود با این حال تعدیل محرک‌های مالی و افزایش نرخ‌های بهره، بازده اوراق قرضه دولتی را بالاتر می‌برد.

در بازار سایر فلزات ارزشمند، هر اونس نقره برای تحویل فوری با ۰.۵ درصد افزایش، به ۲۴ دلار و ۳۹ سنت رسید. هر اونس پلاتین برای تحویل فوری ۰.۸ درصد افزایش، ۱۰۵۸ دلار و ۴۹ سنت معامله شد. هر اونس پالادیم برای تحویل فوری ۰.۹ درصد افزایش به ۲۰۸۹ دلار و ۶۰ سنت رسید. این درحالی است که صندوق بین‌المللی پول نیز پیش‌بینی رشد اقتصادی ۲۰۲۱ آسیا را ۱.۱ درصد نسبت به پیش‌بینی ماه آوریل کاهش داده و به ۰.۶ درصد رساند. آی‌ام‌اف در بیانیه خود اعلام کرد: ریسک‌هایی که موجب این کاهش رشد شده‌اند دینامیک مهم پاندمی کرونا، نامشخص بودن میزان کارایی واکسن در برابر گونه‌های جدید و ویروس، اختلالات زنجیره تامین و احتمال تأثیرات جانبی نرمال‌سازی پولی اقتصاد آمریکا بر بازارهای مالی جهان، هستند.



خبر

صنعت یا صادرات رمزارز در ایران

اهمیت موضوع رمزارزها تا جایی است که این شکل جدید پول، پای خود را به جلسه هیات دولت باز کرده و رییس جمهوری خواستار بازنگری در قوانین مربوط به آن شده است. ایران در زمینه رمزارزها چه قوانینی دارد و در چه مواردی نیاز به بازنگری است؟

رمزارزها و به طور خاص استخراج آن یکی از موضوع هایی است که مورد توجه دولت قرار دارد تا جایی که در جلسه های اخیر هیات دولت نیز بر همکاری وزارتخانه ها و دستگاه های ذی ربط، در زمینه بازنگری مقررات استخراج رمزارزها تأکید شده است. به طور کلی سیر قانون گذاری در حوزه رمزارزها دو مسیر را نشان می دهد؛ قوانین مرتبط با استخراج رمزارزها و قوانین مرتبط با استفاده از رمزارزها.

بررسی مجموعه قوانین مرتبط با استخراج رمزارزها نشان می دهد پس از گسترش اقبال عمومی و تمایل فعالان اقتصادی به این بخش، تاکنون تغییرات قابل توجهی در زمینه قوانین و مقررات مرتبط رخ داده و رگولاتوری رمزارزها چند مرحله را پشت سر گذاشته است.

مرحله نخست را می توان مواجهه با فعالیتی جدید و رو به رشد دانست و اولین گام های قانون گذاری حوزه رمزارزها در چنین فضایی برداشته شد. تصویب نامه هیات وزیران در مرداد ۱۳۹۵ نمونه ای از قوانین وضع شده در این مرحله است که در آن استخراج رمزارز به عنوان یک فعالیت صنعتی معرفی شد و فعالیت در آن، منوط به دریافت مجوز از وزارت صنعت معدن و تجارت شد. در این تصویب نامه، جغرافیای مجاز استخراج رمزارزها نیز تعیین شد؛ مناطق آزاد که صدور مجوز استخراج رمزارز در آن از طرف وزارت صمت به سازمان منطقه قابل و گذاری است و نیز رعایت محدودیت از فعالیت در حریم شهرهای تهران، اصفهان و مراکز استان ها.

بر این اساس، استخراج رمزارز نیز مانند سایر فعالیت های صنعتی، مشمول مقررات مالیاتی قرار گرفت و شرط معافیت مالیاتی برای واحدهای استخراج کننده رمزارز، فروش آن به خارجی ها یا به تعبیر تصویب نامه، صادرات و بازگشت ارز حاصل از صادرات عنوان شد.

مایرنا که پس از سردرگمی قانون گزار در مواجهه با این فعالیت، در تابستان ۱۳۹۸ با حکم قانونی ناچار به توقف فعالیت خود شده بودند، نسبت به تعرفه برق مصرفی شان انتقادهایی را مطرح کردند. محور اصلی این انتقادهای، تناقضی بود که در این تصویب نامه دیده می شد: اگر ماینینگ صنعت است، چرا به جای تعرفه برق صنعتی باید تعرفه برق صادراتی را پرداخت کند؟ پس از عبور از دوره پیک مصرف برق و تقریباً در نیمه های پاییز، مقررات تأمین برق مراکز استخراج رمزارزها منتشر شد که بر اساس آن، بار دیگر به تعرفه صادراتی برق ماینرها تأکید شد.

تعرفه برق ۹۶۵ تومانی برای هر کیلووات ساعت برق مصرفی و نیز اعمال محدودیت های زمانی برای استفاده از برق، باز هم نتوانست جذابیت را به ماینینگ بازگرداند و برخی از فعالان این صنعت، کشورهایی با تعرفه برق جذاب تر را به عنوان مقصد فعالیت خود انتخاب کردند.

سال ۱۳۹۹ را می توان سالی متفاوت در مقایسه با سال ۱۳۹۷ تلقی کرد که در آن رگولاتور با وجود انتقادهای وارد شده از جانب فعالان ماینینگ، حداقل در مجموعه حکمرانی به جمع بندی درباره دو موضوع رسیده بود. نخست جنس فعالیت ماینینگ که در طبقه بندی صنعت قرار داده شد و دیگری تعرفه برق که برابر با تعرفه صادراتی در نظر گرفته شد.

تغییر چشم انداز امنیت سایبری در سال های آینده

تاخت و تاز گیمینگ تافیشینگ در سال قبل



سعید میرشاهی

با شیوع کووید ۱۹ و گسترش استفاده از اینترنت و فضای مجازی در سرتاسر جهان، در حوزه های مختلف به خصوص گیمینگ، فیشینگ و رسانه ها، مساله امنیت اینترنت به یک چالش جدی تبدیل شده است. گزارش جدید وضعیت اینترنت/امنیت در سال های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ توسط شرکت آکامای بیانگر وضعیت امنیت اینترنت، پس از شیوع کووید ۱۹ است. آکامای، یک شرکت اینترنتی آمریکایی و معتبر در سطح بین المللی است که در زمینه شبکه تحویل محتوا (CDN) و ارائه خدمات ابری با امنیت بالا فعالیت می کند. گزیده گزارش این شرکت در خصوص امنیت اینترنت در حوزه های مختلف، طی دو سال اخیر، در زیر، ارائه شده است.

● **وضعیت امنیت/اینترنت: گیمینگ در عصر کرونا**
از آنجا که همه گیری کرونا، افراد بیشتری را در خانه نگه داشت، میزان زمان گیمینگ مردم در سال ۲۰۲۰ افزایش یافت. این امر به آن معناست که مجرمان فرصت بیشتری برای هدف قرار دادن گیمرها داشتند. در سال ۲۰۲۰، حملات دستکاری (پرکردن) اعتبار به میزان ۲۲۴ درصد و حملات وب به میزان ۳۴۰ درصد افزایش یافت اما حملات توزیع شده (DDoS) علیه گیمرها ۲۰ درصد کاهش پیدا کرد. با این حال، هنوز هم تقریباً ۵۰ درصد از کل حملات مربوط به DDoS است. در مجموع، حملات فیشینگ علیه گیمرهای موبایل نسبت به گذشته، افزایش یافته است.

● **وضعیت امنیت اینترنت: فیشینگ امور مالی**
سال ۲۰۲۱، یک سال رکورددار دیگر برای حملات سایبری علیه صنعت مالی بود. حملات به کارت های اعتباری، ۴۵ درصد افزایش یافته در حالی که SQL Local File Inclusion و Injection رایج ترین حملات وب به شمار می روند. در کنار افزایش کلی حوادث سایبری، سال ۲۰۲۰ این حملات روزانه به اوج رسید؛ به گونه ای که هجوم سایبری در نوامبر به ۳ میلیون حمله در یک روز گسترش یافت و شاهد ظهور کیت های فیشینگ بودیم که رویکرد کاملاً جدیدی را از سوی هکرها معرفی کرد.

● **وضعیت امنیت اینترنت: سازگاری با غیر قابل پیش بینی ها**
شرکت آکامای تقریباً مانند همه شرکت ها در سال

۲۰۲۰، مجبور شد طی چند روز، هزاران کارمند را به کار از راه دور سوق دهد اما در حالی که خلاقان یا تبهکاران اینترنتی به دنبال سوء استفاده از هر گونه آسیب پذیری بودند، این شرکت نیز مشابه تمام شرکت ها، از افزایش گسترده ترافیک پلتفرم پشتیبانی می کند. گزارش جدید وضعیت اینترنت/امنیت، نشان می دهد چگونه محصولات شرکت در سال ۲۰۲۰ از موجودیت شرکت محافظت کردند. در این گزارش، اینکه بسیاری از درخواست های DNS مخرب، منحرف شدند، اینکه از چه نوعی بوده اند و هنگام افزایش هر نوع، کدام بخش ها هدف قرار گرفته اند، مشخص شده اند.

● **وضعیت امنیت/اینترنت: مرور یک سال**
در حالی که ترافیک اینترنت در سال ۲۰۲۰ افزایش یافت، جنایتکاران سایبری نیز از مزایای آن استفاده کردند و از وقت خود در خانه، برای تغییر چشم انداز تهدید برای سال های بعد استفاده کردند. در این زمینه، جهش های عظیمی برای تکمیل اطلاعات کاربری، برنامه وب، DDoS و فیشینگ ایجاد شد. اغلب اخاذی ها در قالب DDoS بود که به طور بالقوه می تواند مشغلی را که حاضر به پرداخت هزینه نیستند، فلج کند. همچنین با گیمینگ و با سوء استفاده از کسالت و افسردگی مردم ناشی از کرونا، یک تاکتیک قدیمی فیشینگ، ۵ میلیون قربانی گرفت. اگر ماجراهای امنیتی را که در یک سال، مشابه هیچ سال دیگری نبود، مرور کنید، متوجه خواهید شد این اتفاقات، چگونه ممکن است چشم انداز امنیت را در سال های آینده تغییر دهند.

● **وضعیت امنیت اینترنت: وفاداری برای فروش – کلاهبرداری از طریق خرده فروشی**
در این زمینه، اعداد و ارقام، گویای این امر است؛ صنایع خرده فروشی، مسافرت و گردشگری، ۶۳ درصد از

شد تا همزمان با شروع قرنطینه کووید ۱۹، دید بیشتری به چشم انداز دستکاری یا پرکردن اعتبار داشته باشند. برخی از روندهای حمله در حوزه دستکاری اعتبار همچنان ادامه داشت. بسیاری از آنها به صورت تصاعدی (نمایی) افزایش یافتند. به عنوان مثال، افزایش ۲۰۸ درصدی حملات دستکاری (پرکردن) اعتبار علیه وب سایت های ویدیویی در سال ۲۰۱۹ در مقایسه با افزایش ۱۴۵۰ درصدی که در سه ماهه اول سال ۲۰۲۰ شاهد آن بودیم، یکی از این اتفاقات است. این آمار، فقط یک نقطه داده با مقدار عددی است. این گزارش، شامل دو سال بینش درباره چگونگی هدف قرار دادن و هجوم خلاقان سایبری به صنایع در حال رشد است و اطلاعاتی را در اختیار آنها قرار می دهد که بیانگر نحوه تغییر و مقیاس این تبهکاران همزمان با تغییر شرایط است.

● **وضعیت امنیت اینترنت: خدمات مالی – تلاش برای تصاحب خصمانه**
اهداف باارزش، عموماً پیچیده ترین تبهکاران و حملات سایبری توسط آنها را به خود جلب می کند. گزارش جدید وضعیت اینترنت امنیت، خدمات مالی را بررسی و تعدادی از روندهای نوظهور را پیدا می کند. در این زمینه، افزایش تعداد حملات دستکاری (پرکردن) اعتبار علیه API ها، LFI passing و SQLi به عنوان اصلی ترین حملات وب در برابر خدمات مالی و یک حمله DDoS علیه یک بانک که به طور حیرت انگیزی به ۱۶۰ گیگابایت بر ثانیه رسیده، قابل توجه است. در این خصوص، آشنایی با تاکتیک های بازاریابی امنیتی و توانایی شبکه Zero Trust برای دفاع در برابر حملات دستکاری اعتبار، بر نامه وب و حملات توزیع شده یا DDoS نیز حایز اهمیت است.

در این خصوص، شبکه ZTN Zero Trust Networ شبکه بدون اعتماد یا شبکه ای با اعتماد صفر است. این شبکه، یک مدل امنیتی مدیریت و کنترل شبکه است که در سازمان های فناوری محور استفاده می شود. در این مدل امنیتی، به صورت پیش فرض به هیچ ماشین، سرور و یا شخصی اعتماد نمی شود و کاربران و دستگاه ها در تمام مراحل و از هر جایی از جمله داخل شبکه سازمانی، DMZ و بیرون شبکه سازمانی، باید احراز و تأیید هویت شوند و دسترسی آنها به صورت حداقل سطح دسترسی به منابع مورد نیاز تعریف می شود. با احراز هویت مدام و محدود کردن سطوح دسترسی به منابع کاملاً ضروری، فرصت های بسیار محدودتری به هکرها و بدافزارها برای دستیابی به اطلاعات حیاتی داده می شود.

چرا طرح صیانت محکوم به شکست است؟

قفل صیانت بر فضای مجازی

در نخستین نگاه می توان دریافت که همه اعضای شورا در چند دسته بندی محدود، اهداف و رویکردهای همسو قابل اجماع هستند و نیز منافع مشترکی دارند. پرسش تامل برانگیز اینکه با وجود حضور نماینده ای از ستاد کل نیروهای مسلح، چه دلیلی برای حضور نماینده ای از سپاه پاسداران انقلاب اسلامی و نیروی انتظامی مطرح شده و چرا نماینده دیگر نیروی مسلح کشور، یعنی ارتش غایب است؟ همچنین چرا حضور نیروهای نظامی و انتظامی تا این حد دارای اهمیت است، اما نماینده ای از فعالان صنفی یا جامعه دانشگاهی در این کمیسیون حضور ندارد؟

کمیسیون عالی تنظیم مقررات، اختیارات و وظایف مهمی بر عهده دارد که در ادامه ماده سوم فصل دوم طرح حمایت از حقوق کاربران و خدمات پایه کاربردی فضای مجازی شرح داده شده است، از قیمت گذاری تا وضع تعرفه خدمات گرفته تا اعطا و تعلیق مجوز فعالیت، ضوابط نظارت و حقوق کاربران، نظارت بر سرویس های ثبت شده، تهیه و تصویب ضوابط برای سرویس های خارجی برای استفاده در خدمات پایه ای کاربردی داخلی، ارائه گزارش از تخلف ها به مراجع ذی صلاح و ارائه نظر کارشناسی در صورت نیاز، تهیه ضوابط همکاری های دو یا چند جانبه بین المللی در حوزه فضای مجازی، بررسی و تجدیدنظر در ساختار بخش های ارتباطی کشور، همه از وظایف و اختیارات این کمیسیون هستند. وظایف و اختیاراتی که هر چند همگی در حوزه فضای مجازی قرار دارند، اما حوزه های پراکنده و گوناگونی را شامل می شوند که برای هر کدام باید ساز و کار جداگانه ای ایجاد شود و مشخص نیست در غیاب حداقل مشاورانی از فعالان صنفی، پیامدها و آثار آن، از پیش تعیین و پیش بینی شده

راستای رسیدن به همین هدف کوشش می کند؛ قانونی که آن را با نام طرح صیانت از کاربران فضای مجازی می شناسیم.

● **صیانت بدون نقطه کور**

این قانون به نوعی قصد دارد همه اینترنت را به زیر سلطه خود ببرد، اما برای اینکه اشاره صریحی به هدف آن نشود، از کلیدواژه «خدمات پایه کاربردی» استفاده می کند. بر اساس این تعریف، هر اپلیکیشن، سرویس، وب سایت، خدمات و سرویس ارتباطی باشد یا یک در صدادز پهنای باند ترافیک مصرفی کاربران را پهنای باند بین المللی باشد یا یک در صدادز پهنای باند ترافیک مصرفی کاربران را به خود اختصاص دهد به عنوان خدمات پایه کاربردی یا خدمت اثر گذار شناخته می شود. در اینجا نیز برای اطمینان از اینکه سرویسی از قلم نیفتد، به صراحت به برخی خدمات از جمله پیامرسان ها و شبکه های اجتماعی، خدمات نقشه و مسیریابی و همچنین خدمات میزبانی داده، اشاره می شود.

افزون بر این باید توجه داشته باشیم اگر سرویسی در آینده معرفی شود و در این قانون از آن نام برده نشده باشد، به تشخیص یک «کمیسیون» در گروه خدمات پایه کاربردی و اثر گذار قرار خواهد گرفت.

● **کمیسیون نظامی و انتظامی فضای مجازی**

در فصل دوم این قانون، کمیسویی معرفی می شود که در ۲۰ بند، ۲۵ عضو تشکیل دهنده را معرفی می کند. اعضای این کمیسیون چندوزیر، ریسان نهادهای امنیتی و نیروی های مسلح از جمله ستاد کل نیروی های مسلح، سپاه و نیروی انتظامی، ریسان سازمان صدا و سیما و سازمان تبلیغات اسلامی و همچنین نمایندگان از مجلس شورای اسلامی هستند.

گوگل پلاس، شبکه اجتماعی گوگل بود که در سال ۲۰۱۱ معرفی شد تا کاربران پیامرسان ها را به سمت خود جلب کند، اما نتوانست نزد کاربران محبوبیت لازم را به دست آورد و در سال ۲۰۱۹ به فعالیت خود پایان داد. تجربه شکست شرکتی به بزرگی گوگل و با کاربران جهانی برای برخی در داخل کشور عبرت نشده است.

با وجود مخالفت بیش از یک میلیون نفر از ایرانیانی که کارزار مخالفت با طرح های محدود کننده اینترنت بین المللی و فیلترینگ شبکه های اجتماعی را امضا کرده اند، مجلس بی توجه به خواست مردم و به دور از شفافیت، تصویب طرح صیانت از فضای مجازی را دنبال می کند. هفته گذشته در حالی که در جلسه غیر علنی مجلس، ۱۴۴ نفر از نمایندگان موافقت خود را با لغو بررسی این طرح طبق اصل ۸۵ قانون اساسی اعلام کردند، در نتیجه رأی گیری در صحن علنی، نمایندگان با ۱۳۰ رأی موافق و ۱۲۱ رأی مخالف با لغو بررسی این طرح طبق اصل ۸۵ قانون اساسی موافقت نکردند. در نبود شفافیت آراء نمایندگان موافقت خود را بر بررسی طرحی با ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و امنیتی در کمیسیون فرهنگی اعلام کردند و باید منتظر خروجی کمیسویی بود که طرحی چند بعدی را تنها از منظر تخصصی خود، به قانون تبدیل خواهد کرد.

بر خلاف حمایت ها از فضای مجازی در سایر کشورها و توجه ویژه به این زیرساخت مهم در عصر حاضر، به نظر می رسد برخی هموار به دنبال محدودسازی و نظارت بیش از حد بر این فضا باشند. شکی نیست که در هر کشور مسوولان تلاش می کنند فرهنگ جامعه تحت تاثیر بخش منفی آنچه از خارج وارد می شود قرار نگیرند و این مورد در کشورمان نیز باید به درستی پیگیری شود، اما آنچه در گذشته به اثبات رسیده، این است که نمی توان این هدف را با محدودسازی، تخصیص بودجه و وضع قوانین دست و پاگیر عملی کرد. با این حال، به نظر می رسد قانونی که به تازگی سر و صدای زیادی به پا کرده در

یا با آزمون و خطا سنجیده خواهد شد؟

● **چگونه دولت را جایگزین بخش خصوصی کنیم؟**

اگر بخش خصوصی اقدام به تهیه خدمات پایه کاربردی داخی نکرد، وزارت ارتباطات مکلف است چنین سرویسی را ایجاد و در اختیار کاربران قرار دهد. این تکلیفی است که قانون حمایت از حقوق کاربران و خدمات پایه کاربردی فضای مجازی بر عهده وزارت ارتباطات گذاشته و یادآور پروژه های شکست خورده شرکت های بزرگ است.

تجربه جهانی نشان می دهد تغییر و جهت دهی سلیقه کاربران، کار راحتی نیست. ایجاد علاقه به یک سرویس خاص با قانون و بند و تبصره و اجبار و قرار دادن کاربر در تنگنا میسر نخواهد شد. سرویس شکست خورده گوگل پلاس، پیامرسانی که گوگل آرزو داشت جایگزین پیامرسان هایی شود که امروز در حال استفاده از آنها هستیم، مثال روشنی برای این ادعاست. اما نتوانست نزد کاربران، محبوبیت لازم را کسب کند و در سال ۲۰۱۹ به فعالیت خود پایان داد. با بررسی طرح صیانت، همان طور که اشاره شد به نظر می رسد برخی قصد دارند بار دیگر از راه اجبار، کاربران را به سمت و سویی که مورد نظرشان است سوق دهند؛ روشی که پیش از این بارها با شکست مواجه شد. تجربه نشان می دهد در فضای مجازی، جایی برای محدودسازی کاربران وجود ندارد و اگر افرادی قصد دارند کاربران را محدود کنند، در عمل باید کلیت شبکه را مختل و ماهیت اینترنت را زیر پا بگذارند.

بر اساس طرح یادشده، اگر با همه اختیاراتی که کمیسیون در دست دارد، تخلفی شناسایی نشد و کاربری از یک سرویس متخلف استفاده کرد، این کاربر است که باید در برابر تخلف خود پاسخگو باشد. در نهایت به نظر می رسد قوانین این چنینی که با چند فصل و ماده تبصره به یکباره طیف عظیمی از کاربران را به افراد متخلف تبدیل می کند، روی کاغذ خواهد ماند و کاربران بدون اعتنا به آن همچنان به استفاده به حق خود از فضای مجازی ادامه می دهند.

