

در آخرین میزگرد آنلاین با حضور مدیران شرکت پرداخت الکترونیک عنوان شد

## مبنای رتبه‌بندی شرکت‌های PSP باید درآمد و سود آوری باشد، نه تعداد تراکنش

۱۴

### چالش‌های کمیسیون حل اختلاف اتحادیه‌های فناوران



از دیر باز کاستن از حجم پرونده‌های شکایت از جایی به قوه قضاییه چالشی مهم برای این نهاد حساس در کشور محسوب می‌شود. در واقع یکی از مشکلات سیستمی در روند اداری قوه قضاییه ورودی پرونده‌های شکایت به این قوه بوده که باعث بروز مشکلات ساختاری بسیاری در سرعت رسیدگی به پرونده‌های شکایت می‌شود. با توجه به گستردگی عظیمی که اتحادیه‌های صنفی و اصناف در کشور دارند حجم قابل توجهی از این شکایات را اختلاف‌ها از این مسیر وارد مدار ورودی دادگستری‌ها شده و کار رسیدگی به پرونده‌های اختلاف را از بعد زمانی و حتی کارشناسی بسی دشوارتر می‌کند. در خود اتحادیه‌ها و تشکل‌های صنفی، شورایی به نام شورای انتظامی یا کمیسیون شکایات با توجه به این‌نامه‌ها و شرح وظایف داخلی، در حد دامنه اختیارات به حل و فصل شکایات‌های صنفی رسیدگی می‌کنند یعنی در واقع خود این کمیسیون‌ها به صورت غیرمستقیم کمک بسیار کارساز در راستای اهداف قوه قضاییه در حوزه حل اختلاف‌ها با رویکرد برقراری صلح هستند. در اتحادیه‌های فناور محور، کارکرد این کمیسیون‌ها بسیار بارزتر و کارسازتر است زیرا با توجه به پیچیدگی بعد فنی اختلاف‌ها، با اشراف کامل کارشناسان اتحادیه‌ها به ابعاد مختلف فنی و درون صنفی آن، حل اختلاف‌ها با رویکرد صلح و سازش طرفین روند بسیار مطلوبی را قاعدتاً طی می‌کند...

۲

### باید و نباید‌های رمزارز ملی

بانک مرکزی ایران در حالی از راه‌اندازی فاز آزمایشی رم‌پول بانک مرکزی ایران با عنوان «رم‌ریال» خبر می‌دهد که برخی کارشناسان حوزه فناوری معتقدند دیجیتالی کردن ریال، با ارزش و پشتوانه فعلی، بی‌معنی است زیرا با گذشت سال‌ها از مطرح شدن موضوع ارزهای دیجیتالی در ایران، این حوزه هنوز مقررات گذاری نشده و بلا تکلیف مانده است...

۷

### اصلاح قیمت اینترنت از سال آینده؛ قریب به یقین

۸

### ۷ باید و نباید اینستاگرام برای حساب‌های تجاری

اینستاگرام یک شبکه اجتماعی عالی برای افزایش دید و آگاهی از برندتان است. با این حال، ایجاد یک فید منسجم و معتبر اینستاگرام که همچنان توجه مردم را به خود جلب و به‌طور ارگانیک رشد کند، کار آسانی نیست. در این مطلب، هفت باید و نباید اینستاگرام را برای کسب‌کارها بررسی می‌کنیم. این بایدها و نبایدها به شما کمک می‌کنند بیشترین بهره را از این شبکه اجتماعی ببرید.  
۱. از یک سرویس رشد خوب اینستاگرام استفاده کنید  
یک سرویس خوب رشد اینستاگرام به شما کمک می‌کند تعداد فالوورهای واقعی را افزایش دهد و تعامل بیشتری را جلب کند. با این حال، همه ابزارها، یکسان ساخته نمی‌شوند، بنابراین در انتخاب یکی از ابزارهایی که قرار است استفاده کنید، مراقب باشید. به عنوان مثال، سرویس رشد Ingramer از اتوماسیون برای صرفه‌جویی در زمان، در حین رشد حساب شما استفاده می‌کند که خطرناک است زیرا ممکن است از پلتفرم محروم شوید. کمی تحقیق کنید و به دنبال سرویسی با استراتژی رشد قابل اعتماد بگردید که به شما کمک کند تعداد فالوورهای خود را به صورت ایمن و صددرصد به صورت ارگانیک افزایش دهید...

۶

### بیداد گسل دیجیتالی



چند روز پیش، یکی از دوستان سالمندم که اکنون در ایام بازنشستگی به عنوان مهندس ناظر ساختمان و عضو سازمان نظام مهندسی ساختمان فعالیت می‌کند خواست به او کمک کنم، با استفاده از لپ‌تاپ و اتصالاتی که به اینترنت دارم او را به پورتال آموزش نظام مهندسی ساختمان متصل و برایش دانشگاه، استاد، یک روز مناسب برای شرکت در کلاس‌های آزمون تجدید پروانه فعالیت مهندسی نظارت ساخت و ساز را انتخاب و اسناد الکترونیکی نام‌نویسی را پر کنم و هزینه شرکت در آزمون از راه دور را با استفاده از کارت بانکی‌اش بپردازم. با کمال میل فرایند نام‌نویسی‌اش را انجام دادم اما متوجه شدم که این قسه سر دراز دارد... و به همین دلیل است که او به جای رفتن به یکی از کافی‌نت‌ها یا دفاتر پیشخوان، به سراغ من آمده است. بله، در روز برگزاری آزمون هم باید او را به کلاس مذکور متصل کنم و او در آن روز موعود باید به کمک من، هشت ساعت تمام از راه دور در کلاس‌های مربوط شرکت کند. چند روز دیگر، روز آزمون تمدید پروانه فعالیت او فرا رسد. تنها موضوعی که این روزها ذهنم را به خود مشغول کرده، هشت ساعت پذیرایی و راهنمایی همزمان نیست بلکه تصور ستمی است که بر سالمندانی چون او می‌رود و من بیداد گسل دیجیتالی‌اش می‌خوانم! سازمان نظام مهندسی ساختمان و سازمان نظام کاردانی ساختمان مثل صدها سازمان دولتی و غیردولتی دیگر در میان میلیون‌ها مخاطب خود، هزاران سالمند را فراموش می‌کنند. آنها یاد گرفته‌اند ده‌ها و صدها خدمت برخط خود را مکتبیزه آرایه دهند و هزاران سالمند مانند نمونه مذکور را قائل بگذارند...

۳

### اپل کاربران را مجبور به خروج از iOS 14 می‌کند

اما اکنون این به‌روزرسانی موجود نیست و دستگاه‌های دارای iOS 14.8.1 یا نسخه‌های قبلی، دیگر نمی‌توانند به iOS 14.8.1 آپدیت شوند. در عوض، منوی Software Update فقط آپدیت iOS 15.2.1 را نشان می‌دهد. پیش از این، iOS 15 به عنوان یک آپدیت اختیاری در نظر گرفته می‌شد و کاربران می‌توانستند فقط وصله‌های امنیتی iOS 14 را نصب کنند. اگر چه ممکن است این موضوع یک اشکال باشد که ایجاد شده، اما بعید به نظر می‌رسد که از سوی اپل اختیاری نباشد، زیرا این شرکت از ماه اکتبر هیچ وصله امنیتی دیگری را برای iOS 14 منتشر نکرده است. با توجه به اینکه این شرکت هنوز چیزی را تایید یا رد نکرده است، اما ممکن است تصمیم خود را در مورد به‌روزرسانی‌های جایگزین برای کاربرانی که نمی‌خواهند به آخرین نسخه iOS ارتقا دهند، تجدید نظر کند. اما در حال حاضر، اگر می‌خواهید آخرین به‌روزرسانی‌های امنیتی را در آیفون یا آیپد خود داشته باشید، باید iOS 15 را نصب کنید.

اپل دیگر به کاربران اجازه نمی‌دهد با به‌روزرسانی‌های امنیتی در iOS 14 به گزارش ایسنا به نقل از 9to5mac، اپل در حال کار روی روش جدیدی برای آرایه به‌روزرسانی‌های امنیتی جایگزین به کاربران آیفون و آیپد است. این شرکت پیش از این اعلام کرده بود وصله‌های امنیتی iOS 14 را به کاربرانی که آمادگی ارتقا به iOS 15 را نداشتند آرایه می‌کند، اما به نظر می‌رسد حالا نظرش تغییر کرده است. در حال حاضر، اپل دیگر به کاربران اجازه نمی‌دهد با به‌روزرسانی‌های امنیتی در iOS 14 بمانند. در عوض، به روش سنتی به‌روزرسانی بازگشته که در آن کاربران مجبور می‌شوند آخرین نسخه سیستم‌عامل (که iOS 15 است) را نصب کنند تا پیشرفت‌های امنیتی را دریافت کنند. این تغییر پس از انتشار iOS 15 در دسامبر ۲۰۲۱ اعمال شد. به عنوان مثال، اپل در تاریخ ۲۶ اکتبر ۲۰۲۱، آپدیت iOS 14.8.1 را برای دستگاه‌هایی که iOS 15 را اجرا نمی‌کردند منتشر کرد.

### مرکز افتای ریاست جمهوری خبر داد

### ترمیم آسیب‌پذیرهای حیاتی و مهم در ویندوز

مرکز افتای ریاست جمهوری اعلام کرد: بیش از ۹ مورد آسیب‌پذیری در ویندوز و دیگر محصولات مختلف شرکت مایکروسافت ترمیم شد. به گزارش روابط عمومی مرکز مدیریت راهبردی امنیت فضای تولید و تبادل اطلاعات (افتا)، در چه اهمیت ۹ مورد از آسیب‌پذیری‌های ترمیم شده در نخستین ماه میلادی ۲۰۲۲ حیاتی دیگر موارد، مهم‌اعلام شده است. این مجموعه اصلاحیه‌ها، انواع مختلفی از آسیب‌پذیری‌ها از قبیل اجرای کد از راه دور، ترغیب امتیازی، افشای اطلاعات، جعل، منع سرویس و عبور را در محصولات مختلف مایکروسافت ترمیم می‌کنند. شش مورد از آسیب‌پذیری‌های ترمیم شده این ماه، از نوع «روز-صفر» هستند، اگر چه موردی در خصوص کد مخرب (اکسپلویت) آنها گزارش نشده است. مایکروسافت آن دسته از آسیب‌پذیری‌هایی را از نوع روز-صفر می‌داند که پیش‌تر اصلاحیه رسمی برای ترمیم آنها آرایه نشده اما جزئیات آنها به‌طور عمومی منتشر شده است و یا مهاجمان در مواقعی از آنها سوءاستفاده کرده‌اند. کارشناسان مرکز مدیریت راهبردی افتا، از راهبران امنیتی سیستم‌های Windows می‌خواهند که توجه ویژه‌ای به ضعف امنیتی با شناسه CVE-2022-۲۰۷۷۲\_۲۱ داشته باشند، این ضعف امنیتی دارای درجه اهمیت «حیاتی» بوده و مهاجمان بدون احراز هویت می‌توانند بسته‌های دست‌کاری شده را با استفاده از (http:// HTTP Protocol Stack) به سرور مورد نظر برای پردازش بسته‌ها ارسال کنند. از آنجا که شرکت مایکروسافت اعلام کرده این آسیب‌پذیری دارای قابلیت‌های (Wormable Capabilities) است، ضروری است تا راهبران امنیتی با اولویت خاص سرورهای آسیب‌پذیر را وصله کنند. از طریق یکی از آسیب‌پذیری‌هایی که «حیاتی» اعلام شده، مهاجمی که در شبکه نفوذ کرده است، می‌تواند از آن برای توسعه آلودگی در شبکه (Lateral Movement) و ماندگاری در شبکه یک سازمان سوءاستفاده کند. با توجه به اینکه نمونه اثبات‌گر برخی از ضعف‌های امنیتی ماه جاری میلادی، منتشر شده است، توصیه می‌شود کاربران در اسرع وقت به‌روزرسانی وصله‌ها را انجام دهند. تاکنون برای Office 2019 و همچنین Microsoft Office LTSC2021 در Mac وصله‌ای آرایه نشده است، اما این احتمال وجود دارد که مایکروسافت این وصله‌ها را به زودی در دسترس قرار دهد.

مرکز افتای ریاست جمهوری اعلام کرد: بیش از ۹ مورد آسیب‌پذیری در ویندوز و دیگر محصولات مختلف شرکت مایکروسافت ترمیم شد. به گزارش روابط عمومی مرکز مدیریت راهبردی امنیت فضای تولید و تبادل اطلاعات (افتا)، در چه اهمیت ۹ مورد از آسیب‌پذیری‌های ترمیم شده در نخستین ماه میلادی ۲۰۲۲ حیاتی دیگر موارد، مهم‌اعلام شده است. این مجموعه اصلاحیه‌ها، انواع مختلفی از آسیب‌پذیری‌ها از قبیل اجرای کد از راه دور، ترغیب امتیازی، افشای اطلاعات، جعل، منع سرویس و عبور را در محصولات مختلف مایکروسافت ترمیم می‌کنند. شش مورد از آسیب‌پذیری‌های ترمیم شده این ماه، از نوع «روز-صفر» هستند، اگر چه موردی در خصوص کد مخرب (اکسپلویت) آنها گزارش نشده است. مایکروسافت آن دسته از آسیب‌پذیری‌هایی را از نوع روز-صفر می‌داند که پیش‌تر اصلاحیه رسمی برای ترمیم آنها آرایه نشده اما جزئیات آنها به‌طور عمومی منتشر شده است و یا مهاجمان در مواقعی از آنها سوءاستفاده کرده‌اند. کارشناسان مرکز مدیریت راهبردی افتا، از راهبران امنیتی سیستم‌های Windows می‌خواهند که توجه ویژه‌ای به ضعف امنیتی با شناسه

پانزدهمین بیوسالنه بین‌المللی

# کارتون کتاب

The 5th International Biennial

## BOOK CARTOON

Contest

مریم محبی - ایران  
برگزیده بخش آماتور

www.BOOKTOON.ir

رئیس شورای فقهی بانک مرکزی

## رمزارز مال نیست؛ استفاده برای واردات منع شرعی ندارد

رئیس شورای فقهی بانک مرکزی گفت: رمزارز مال نیست اما موضوع حق اختصاص است و به همین خاطر می توان این حق را با چیزی مبادله کرد و بهره گرفت. بنابراین واردات کالا و خدمات با استفاده از رمزارزهایی که ایرانی ها تولید کرده یا در بازارهای جهانی خریداری می کنند، منع شرعی ندارد.

به گزارش فارس، غلامرضا مصباحی مقدم در هفتمین همایش مالی اسلامی، اظهار داشت: آقای صالح آبادی به محض ورود به بانک مرکزی و تشکیل نخستین جلسه شورای فقهی بانک مرکزی، ایده هایی را مطرح کرد که حکایت از نگاه به آینده و تحول جدی در به کارگیری دیدگاه های اسلامی در حوزه پولی داشت.

او افزود: علاوه بر اینکه در حوزه مالی، شاهد استفاده از مالی اسلامی هستیم که ابزارهای آن مورد استفاده بازار سرمایه قرار گرفته و دولت جمهوری اسلامی هم از این ابزارها بهره مند است، شاهد توسعه اندیشه و تفکر و برنامه بانکداری اسلامی در شورای فقهی بانک مرکزی خواهیم بود.

رئیس شورای فقهی بانک مرکزی گفت: ارتقای جایگاه دبیر خانه شورای فقهی و فراهم کردن امکان نظارت بر اجرایی شدن مصوبات شورای فقهی در بدنه بانک ها تا عمق شعب، ایده های است که آقای صالح آبادی مطرح کرده و در حال فراهم کردن زمینه آن است.

مصباحی مقدم در ادامه به موضوع رمزارزها از منظر فقهی پرداخت و گفت: رمزارزها پدیده های نوظهورند و بر خسی رمزارزها ارز مجازی یا دیجیتال نام گذاری می کنند که خود همین نام گذاری جای تامل دارد. رئیس شورای فقهی بانک مرکزی با بیان اینکه از نظر ماهیت، رمزارز پدیده ای از فناوری های نوپا است، بنیان گذار آن شناخته شده نیست، تصریح کرد: این رمزارز هیچ گونه پشتوانه حقوقی و قانونی ندارد هر چند که برخی دولت ها آن را پذیرفته اند اما از سوی اغلب دولت ها به رسمیت شناخته نشده است.

او با بیان اینکه یکی از چالش هایی که این رمزارزها با آن مواجه اند، مساله نوسان شدید قیمت آنها است، یادآور شد: گفته می شود هم اکنون ۱۸۰ بانک مرکزی در دنیا داریم اما ۱۵ هزار رمزارز وجود دارد.

مصباحی مقدم با بیان اینکه رمزارزها با ترکیبی از شفافیت و ابهامات متعدد روبه روست، گفت: از یک طرف شفافیت آن مربوط به اطلاع همه از کمیت این رمزارزها و تعداد ذی نفعان است، ولی از جهت مختلف ابهام دارد که از همه مهم تر ابهام از جهت مالیت است.

او با طرح این پرسش که مال چیست؟ توضیح داد: یعنی آیا رمزارزها مال محسوب می شوند یا خیر؟ هر آنچه را که عرف و عقلا مال بدانند، از نظر شرعی مال است، مگر آنجا که شرع، آثار مالیت یک مال را که عقلا مال می دانند، ممنوع و اسقاط کند؛ مثلاً اگر خوردنی باشد، خوردن آن را ممنوع کند یا به طریقی خرید، فروش یا نگهداری آن را ممنوع کند، آنگاه مالیت آن از نظر شرعی پذیرفته نیست.

مصباحی مقدم ادامه داد: ولی اگر آثار آن را ممنوع نکرده باشد، هر آنچه عقلای عالم مال می دانند، مال است. ولی آیا رمزارزها چنین هستند؟ از نظر شیخ انصاری، مال آن چیزی است که دارای منفعت باشد. مثلاً همه خوراکی ها پوشیدنی ها و محل سکونت و وسایل حمل و نقل بشر همگی دارای منفعت هستند، اما رمزارزها چه منفعتی دارند؟ هیچ گونه منفعت مصرفی ندارند. عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام اظهار داشت: در است که اگر رمزارز به پول رایج تبدیل شود، به عنوان واسطه مبادلات دارای منفعت می شود اما تا چنین منفعتی روشن نشود نمی شود و نمی توان گفت رمزارزها مال هستند. مصباحی مقدم تشریح کرد: اگر یک بانک مرکزی در جهان از جمله بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، رمزارز منتشر کند یا توافق منطقه ای چند کشور پشتوانه آن قرار بگیرد یا قانونی تصویب شود که به رمزارز اعتبار بدهد، در این صورت رمزارز ارزش پیدای می کند و مال می شود. اما تا زمانی که نه یک قانون ملی یا قاعده بین المللی پشت این رمزارزها نیست، مال بودن آنها جای تامل دارد.

او گفت: زمانی فقیه می تواند حکم شرعی بدهد که احراز شود عقلا آن را مال می دانند. اینکه بخشی از جامعه به آن اقبال کرده اند و اقدام به تولید، خرید و فروش آن می کنند، از کفایت لازم برای احراز عنوان مال بودن برخوردار نیست. اگر در آینده این اتفاق بیفتد آنگاه مال می شود به این معنا که عموم عقلا نه بخش کوچکی از عقلا آن را تایید کنند. مال چیزی است که عموم عقلا آن را مال می دانند نه یک جمع کوچک.

این اقتصاددان با اشاره به اینکه آینده رمزارزها روشن نیست، ادامه داد: به تازگی شنیده ام که ساتوشی از بیت کوین خارج شده است. هر چند اصل اینکه ساتوشی کیست و اینکه اساس چنین فردی وجود دارد مورد ابهام است. حالا اگر دیگری نه پشت این رمزارزها هستند و اعتبارشان به رمزارزها اعتبار داده یکی یکی خداحافظی کنند، چه می شود؟

افزود: نوسان ارزش این رمزارزها یک مساله دیگر است. یک روز کمتر از یک دلار و روز دیگر بیش از ۴۰ تا ۶۰ هزار دلار می شود و یکباره سقوط یا صعود می کند. پول آن چیزی است که مقیاس سنجش ارزش باشد و باید خودش از ثبات برخوردار باشد. اگر پول یکی از مقیاس ها برای سنجش ارزش است، این مقیاس شامل حال رمزارزها نمی شود زیرا به شدت دچار نوسان هستند. بنابراین به عنوان مقیاس مطرح نمی شوند.



داوود مافی‌زاده

از دیر باز، کاستن از حجم پرونده های شکایت ارجاعی به قوه قضاییه چالشی مهم برای این نهاد حساس در کشور ما محسوب می شود. در واقع یکی از مشکلات سیستمی در روند اداری قوه قضاییه ورودی پر حجم پرونده های شکایت به این قوه بوده که باعث بروز مشکلات ساختاری بسیاری در سرعت رسیدگی به پرونده های شکایت می شود.

با توجه به گستردگی عظیمی که اتحادیه های صنفی و اصناف در کشور دارند حجم قابل توجهی از این شکایت هاو اختلاف ها از این مسیر وارد مدار ورودی دادگستری ها شده و کار رسیدگی به پرونده های اختلاف را بعد از زمانی و حتی کارشناسی بسی دشوار تر می کند.

در خود اتحادیه ها و تشکل های صنفی، شورایی به نام شورایی انتظامی یا کمیسیون شکایات با توجه به آیین نامه ها و شرح وظایف داخلی، در حد دامنه اختیارات به حل و فصل شکایت های صنفی رسیدگی می کنند یعنی در واقع خود این کمیسیون ها به صورت غیر مستقیم کمک بسیار کارسازی در راستای اهداف قوه قضاییه در حوزه حل اختلاف ها بر وی کرد برقرار ی صلح هستند.

در اتحادیه های فناوری محور، کارکرد این کمیسیون ها بسیار بارزتر و کارسازتر است زیرا با توجه به پیچیدگی بعد فنی اختلاف ها، با اشراف کامل کارشناسان اتحادیه ها به ابعاد مختلف فنی و درون صنفی آن، حل اختلاف ها بر وی کرد صلح و سازش طرفین روند بسیار مطلوبی را قاعدتاً طی می کند.

در واقع کارکرد اصلی این کمیسیون ها برای تأمین سیستمی دوهدف مهم است، در مرحله اول حل اختلاف ها با اولویت سازش و هدف مهم تر کم کردن حجم مراجعه ها به دادگستری ها با هیات های حل اختلاف است.

در اتحادیه های فناوران در کنار این مقوله به نظر می رسد فرایند سیستماتیک و منظمی هم برای عمیق تر کردن، آموزش واحدهای صنفی به منظور آشنایی کامل آنها از لحاظ مستند کردن فرایند خدمات دهی به مصرف کنندگان به طرز موثرتری در جریان است تا به همان اندازه اهداف مهم گفته شده در بالا، حق و حقوق مصرف کنندگان و هم واحدهای صنفی روشن و شفاف تر شود که این خود عاملی در راستای کاهش اختلاف ها در حجم ورودی شکایت های واصله به اتحادیه های فناوران



نیز خواهد بود و به صورت سیستمی به اهداف اصلی گفته شده کمک شایانی خواهد کرد.

اما این روزها با عمیق تر شدن شبکه فروش قطعات کار کرده، کالاهای بدون گارانتی، ریفر و غیراصلی و در کلیت کالاهای با آستانه خدمات پس از فروش نامشخصی

که این ها دارند، دامنه شکایت های واصله به اتحادیه های فناوران در حال افزایش است و این عمل، کار کمیسیون های شکایات را نیز سخت تر و پیچیده تر کرده است، به دلیل اینکه اساساً آستانه خدمات پس از فروش برای این کالاها به طور مشخص و با استاندارد واحدی در دسترس نیست و این عاملی برای رویش سیستمی اختلاف ها محسوب می شود. علت این امر هم روشن است، توزیع کنندگان عمده این کالاها با استاندارد خدمات پس از فروش نامشخصی کالاها را به خرده فروشان می فروشدند و آنها هم در مواجهه با مصرف کنندگان مجبور هستند خدمات پس از فروش ناقصی را ارائه کنند و این خود عاملی برای شکل گیری اختلاف های اولیه می شود و مشکلات متعددی را بعد ایجاد می کند. اگر بخواهیم علت ریشه ای رونق این شبکه فروش پراسیب را در این شرایط اقتصادی تحلیل کنیم باید گفت: پول عنصر تعیین کننده در رفتار عرضه و تقاضا است و به نوعی باربرررر رفتار تولید کنندگان و مصرف کنندگان است به این نتیجه رسید که قیمت، عامل اساسی تغییر رفتار است افزایش قیمت یک کالا، میزان تولید و عرضه را افزایش می دهد زیرا افزایش قیمت، افزایش سود را به همراه دارد که این خود عامل تشویق و ایجاد انگیزه در تولید کنندگان و وارد کنندگان کالا است. اما زمانی که قیمت یک کالا افزایش پیدا می کند تقاضا برای آن کالا کمتر می شود و مصرف کننده تمایل خود را برای خرید آن کالا از دست می دهد در واقع این قیمت است که بر میزان عرضه و تقاضا اثر مستقیم دارد. اما نکته ای که ما در پی آن هستیم این

است که با افزایش قیمت یک محصول، میزان تقاضا برای آن کاهش پیدای می کند و مصرف کنندگان مجبور می شوند به سراغ خرید محصولاتی بروند که قیمت های پایین تر و جذاب تری دارند و این عامل اساسی در رونق فروش کالاهایی است که در بالا اشاره شد.

در واقع همه این عوامل به صورت ریشه ای آستانه خدمات پس از فروش را از شبکه توزیع عمده آن در بالاترین سطح تا پایین ترین سطح خرده فروشی و در نهایت تا مصرف کننده، مخدوش می سازد و این بستری برای رویش اختلاف ها و شکایت های مختلف مصرف کننده می شود و تحقق اهداف اصلی گفته شده در ابتدا را با مشکلات جدی مواجه می کند و از طرفی به صورت سیستمی اعتماد مصرف کننده را هم که عامل پویایی بازار است، مخدوش می سازد.

قطعا اتحادیه های فناوران در سطح کشوری یا روش ها و آموزش هایی در صدد فرایند محور کردن فروش و خدمات کالاها با دریافت رسیده های مختلفی از مواقع تست، پذیرش و تحویل آنها به مصرف کننده هستند که خود این عامل می تواند تاحدودی از دامنه اختلاف ها بکاهد اما در کنار این مقوله به نظر می رسد با استفاده از پتانسیل قانونی اتحادیه ها و با کمک گرفتن از فعالان مختلف صنفی، می توان آیین نامه هایی را در خصوص استانداردهای خدمات پس از فروش این کالاها تدوین کرد تا هم مصرف کننده به حقوق خود آگاه شود، هم فعالان صنفی آستانه تعهد خود را بدانند.

به نظر نگارنده در صورت ترسیم استاندارد مشخص، وزن تعهد توزیع و فروش این کالاها در سطوح مختلف افزایش خواهد یافت و اینبار در جهت عکس، به توزیع کنندگان تحمیل خواهد شد و روند خدمات پس از فروش کالاهای مذکور را بهتر از شرایط کنونی به نفع مصرف کننده تغییر خواهد داد، و این در نهایت به صورت سیستمی اختلاف ها را

دولت ها و مسوولان می آیند و می روند، اما طرح ها، پروژ ه ها و مشکلات همواره می مانند. رسانه ها و افکار عمومی هم به علت انباشت مشکلات قبلی و زایش طرح ها و پروژ ه های جدید، با فروموشی مواجه بوده و هستند. ما اما تلاش کرده ایم تا به شکلی ثابت پیگیر سر نوشت 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، مر ف با عنوان یک حافظه عمل خواهد کرد و هر از گاهی اقدام به باز نشر آن خواهیم کرد. در دوره این باز نشر ها طبعاً

# «نا تمام های فاوای کشور»

موضوعات و سوژ ه های از «حافظه حوز ه ICT کشور» کم یا اضافه خواهد شد که اطلاع رسانی لازم در خصوص آنها را انجام خواهیم داد. تقریباً هر هفته نامه عصر ارتباط معتقد است که این فهرست قطعاً ناقص بوده و موضوعات متعددی باید به آن اضافه شود تا به عنوان شاخص و داشبوردی در مقابل مردم و مسوولان بخش های متخلف کشور عمل کند. لذا از تمامی علاقه مندان و فعالان نیز دعوت می شود موارد مدنظر خود را از طریق ایمیل [report@asrertebat.com](mailto:report@asrertebat.com) یا شماره تلفن ۸۸۹۴۷۲۴۵۲ به ما اعلام کنند.

### مهلت شش ماهه اصلاح سامانه های دولتی

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

### تجمیع داده های مدیریت بحران

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

### ایجاد شهر هوشمند خوارزمی

۱۶ خرداد ۱۳۹۶ یکی از اعضای هیات مدیره شرکت عمران شهرهای جدید از رازینی با کمره 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 دستاورد های عملی این تفاهم نامه های امضا شده یا گری های 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 فیبر رسانی به منازل و محل کار مردم از ابتدای سال ۹۵ آغاز خواهد شد. این وعده البته جزو ماموریت های اپراتور چهارم ایرانبان نت بود که محقق نشده و حتی سر نوشت این اپراتور هم در حال 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 تجمیع امار چک های درون بانکی با امار چک های بین بانکی، توسط بانک مرکزی شود. ایجاد امکان واگذاری چک به مقصد حساب های دولتی نزدیک مرکزی از شعب بانکی قصلقاط کشور نیز قابلیت ویژه ای بود که قرار بود چکاوک ۳ ایجاد کند اما همچنان نسخه های ۲ و ۳ چکاوک عملیاتی نشده اند.

### فیلتر ینگ هوشمند

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

# بیداد گسل دیجیتالی



عباس پورخصالیان

چند روز پیش، یکی از دوستان سالمندم که اکنون در ایام بازنشستگی به عنوان مهندس ناظر ساختمان و عضو سازمان مهندسی ساختمان فعالیت می کند خواست به او کمک کنم، با استفاده از لپ تاپ و اتصال به اینترنت دارم او را به پورتال آموزش نظام مهندسی ساختمان متصل و برایش دانشگاه، استاد، یک روز مناسب برای شرکت در کلاس های آزمون تجدید پروانه فعالیت مهندسی نظارت ساخت و ساز را انتخاب و اسناد الکترونیکی نام نویسی را برکنم و هزینه شرکت در آزمون از راه دور را با استفاده از کارت بانکی اش بپردازم. با کمال میل فرایند نام نویسی اش را انجام دادم اما متوجه شدم که این قصه سر دراز دارد... و به همین دلیل است که او به جای رفتن به یکی از کافی نتها یا دفاتر پیشخوان، به سراغ من آمده است. بله، در روز برگزاری آزمون هم باید او را به کلاس مذکور متصل کنم و او در آن روز موعود باید به کمک من، هشت ساعت تمام از راه دور در کلاس های مربوط شرکت کند.

چند روز دیگر، روز آزمون تمدید پروانه فعالیت او فراموشی رسد. تنها موضوعی که این روزها ذهنم را به خود مشغول کرده، هشت ساعت پذیرایی و راهنمایی همزمان نیست بلکه تصور ستمی است که بر سالمندان چون او می رود و من بیداد گسل دیجیتالی اش می خوانم!

سازمان نظام مهندسی ساختمان و سازمان نظام کاردانی ساختمان مثل صداها سازمان دولتی و غیردولتی دیگر در میان میلیون ها مخاطب خود، هزاران سالمند را فراموش می کنند. آنها یاد گرفته اند ده ها و صدها خدمت برخط خود را امکانزیرا به دهند و هزاران سالمند مانند نمونه مذکور را قائل بگذارند. بلان نسبت، چشم بعضی ها کور و دنده شان نرم، می بایست خود را با شرایط شهری زندگی برخط به موقع وفق می دادند. ندادند؟ قطار مکانیزاسیون اداری متوقف نمی شود!

یادم آمد، سال ۲۰۰۵ در جمع همکاران وزارت ارتباطات در نمایشگاه مخابرات در پوسان کره جنوبی شرکت کرده بودیم و در ساعات پایانی نمایشگاه دیدیم که شرکت برگزار کننده نمایشگاه غرفه ها با عجله دمونتاژ و به بیرون حمل کردن غرفه ها شروع کرده، علت عجله شان را پرسیدم، پاسخ دادند که از فردا نیست کلاس در آزمون دولتی ۵ میلیون کارگر شاغل در کشور در سراسر کره جنوبی در فضاهایی شبیه به تالار نمایشگاه به مدت شش روز برگزار شود. پرسیدم آموزش دولتی (تکمیلی) چه موضوعی؟ گفتند: «IPV6 Addressing Format» و اضافه کردند که مهندسان و دانشجویان و دانش آموزان کره ای قبلا چنین دوره هایی را گذرانده اند و حالا نوبت بازآموزی کارگران رسیده است!

این است نمونه ای از اجرای برنامه های USO. در مقابل کره، اول و آخر برنامه های USO ما خلاصه می شود در توسعه دسترسی روستایی!

آموزش بهره برداری؟ - پیش کش!

## تعریف گسل دیجیتالی

گسل دیجیتالی، تفاوت میان دو فرد یا دو سازمان است از لحاظ داشتن و نداشتن دسترسی برخط به فضای سایبری!

گسل دیجیتالی، عام ترین پدیده اجتماعی - اقتصادی جامعه اطلاعات کشور و بیدادی روز افزون است! بیدادی پنهان و ظلمی گسترده که ناحیه سیاست (!) و فرافرا (!) بر میلیون ها شهروند که مهارت های سواد رایانه ای لازم را به موقع و به قدر کافی کسب نکرده اند یا توانایی جسمانی و استطاعت مالی کافی برای اتصال برخط پهن باند به فضای سایبری را نداشته و ندارند، وارد می شود. آن هم:

در اغلب موارد بدون آن که مسببان و مقصران این بیداد مدرن قابل شناسایی باشند یا دادران و دادرسی برای احقاق حقوق آسیب دیدگان پیش بینی شده باشد.

با اجرای پروژه های دولتی برقراری عدالت ارتباطی از طریق برنامه های سالانه تعهد خدمات عام (USO) می شود، شد گسل دیجیتالی در سطح ملی را تا حدودی کنترل کرد؛ اگر همیافت USO، ناقص و محدود درک نمی شد و در هر صورت درست اجرا می شد.

در اواخر دهه نخست سده حاضر، با رونق بازار گوشی های موبایل در سراسر جهان، امیدواری به رفع خودبه خودی گسل دیجیتالی، مدیران و سیاستمداران را گول زد؛ اشاعه ناگهانی گوشی های موبایل باعث شد تا منحنی تا آن زمان رشد یابنده گسل دیجیتالی، کاهنده و آفت یابنده ارزیابی شود، زیرا میلیون ها شهروندی که تا پیش از آن، استطاعت یا جرات «شبکه بندی» و تبدیل شدن به «شهروند برخط» را نداشتند، یک شبه گوشی به دست و «متصل» شدند. سپس در بسیاری از کشورها، انبوهی از خدمات دولتی و غیردولتی، در دولت همراه آرایه شد؛ و اکنون هر کم سواد و بی سواد و باسواد مجبور است به طور طبیعی یا اجباری، اندک اندک، شیوه کار کردن با گوشی موبایل را پیش خود یا به یاری اطرافیان بفهمی -

گسل دیجیتالی، عاه ترین پدیده اجتماعی - اقتصادی جامعه اطلاعات کشور و بیدادی روز افزون است! بیدادی پنهان و ظلمی گسترده که ناحیه سیاست (!) و فرافرا (!) بر میلیون ها شهروند که مهارت های سواد رایانه ای لازم را به موقع و به قدر کافی کسب نکرده اند یا توانایی جسمانی و استطاعت مالی کافی برای اتصال برخط پهن باند به فضای سایبری را نداشته و ندارند، وارد می شود.

نفهمی یاد بگیرد، این خودآموزی اما، گسل دیجیتالی رانه متوقف می کند و نه کاهش می دهد! بلکه به دلیل وجود انواع محدودیت های کار با گوشی همراه، گسل دیجیتالی جلوه هایی جدید و ابعادی بدیع پیدا می کند:

**همیشه انواع و اقسام برنامه های کاربردی و سامانه های خدمات اینترنتی معرفی می شوند و اجبار به استفاده از آنها در عین توانایی میلیون ها شهروند در برقراری ارتباط با پورتال های خدمات الکترونیکی، کاربران بسیاری رادر مقاطعی معین مجبور می کند جلوی پیشخوان های خدمات دولت، دفاتر الکترونیکی و کافی نت ها صف بکشند و هزینه های گزاف آن را بپردازند، از آن جمله (خدای ناکرده) سلامت.**

به دلایل متعددی، از آن جمله، بیشتر و پیچیده تر شدن امکانات سخت افزاری و نرم افزاری گوشی های هوشمند و ناگهانی اغلب کاربران از شیوه کار با آنها و گسترش فرایندهای فقر عمومی و گران شدن قیمت خرید

پایانه های رایانه ای، تهدید گسل دیجیتالی رو به افزایش است.

## تهدید گسل دیجیتالی

اصطلاح گسل دیجیتالی (به انگلیسی: Digital Divide) که همچنین شکاف دیجیتالی (به انگلیسی: Digital Gap) نامیده می شود، به معنی میزان تفاوت اشخاص حقیقی و حقوقی در دسترسی به دستاوردهای صنعت اطلاعات و بهره مندی از منابع فناوری اطلاعات و ارتباطات، به ویژه استفاده موثر از گوشی تلفن همراه و اینترنت است. گسل دیجیتالی شاخصی است برای اندازه گیری فاصله بین اقتصادهای ملی در دو یا چند کشور یا بین دو یا چند گروه مختلف جمعیتی و یا میان اقشار و طبقات انسان ها.

این شاخص در اواسط دهه ۱۹۹۰ همگام با جهانی شدن اینترنت و رواج انواع و اقسام پایانه های رایانه ای در نوشتار و گفتارهای مربوط به موانع توسعه راهبردی جامعه اطلاعات ظاهر و از سوی اتحادیه بین المللی مخابرات تعریف شد و (فراموش نکنیم که) از آن به بعد، تا دنیا، دنیای دیجیتالی است، گسل دیجیتالی پدیده ای همواره نامطلوب باقی خواهد ماند! زیرا اگر چه به صورت موردی ممکن است اینجا و آنجا علیه شکلی از اشکالش مبارزه و حتی با موفقیت دفع شود، اما همیشه به شکلی دیگر در زمانی دیگر در جامعه اطلاعات بازآفرینی و پدیدار می شود. بنابراین مدیران هوشمند و مسوولان دلسوز باید بکوشند همواره برنامه هایی تاکتیکی و استراتژیکی، آماده داشته باشند تا به موقع علیه اشکال بر آینده اش اقدام کنند، از فاصله عمق این پدیده اجتماعی مزاحم و به موقع از سرعت گسترش آن بکاهند.

اصطلاح گسل دیجیتالی همچنین بیان کننده این تزا است که بخت و اقبال مردم برای دسترسی به اینترنت و سایر فناوری های اطلاعات و ارتباطات دیجیتالی به طور نابرابر توزیع شده و این توزیع نابرابر به شدت به عوامل اجتماعی و سیاسی وابسته است و به شکاف های دانشی که در نتیجه استفاده های مختلف یا عدم استفاده از اینترنت به وجود می آیند.

نمونه ای از یک استفاده مختلف از شبکه ارتباطات سیار، آنجا مشاهده می شود که عده ای به لحاظی ترجیح می دهند از گوشی های همراه قدیمی غیر هوشمند استفاده کنند و در نتیجه، به برنامه های کاربردی نو و به رسانه های اجتماعی جدید دسترسی نداشته باشند و برعکس. نمونه ای دیگر از استفاده مختلف از فضای سایبری هنگامی مشاهده می شود که دسترسی به «انواع اینترنت» به صورت تبعیض آمیز توزیع شده باشد. عده ای از دسترسی به اینترنت آزاد محروم هستند و عده ای از مابهوران از آن برخوردارند. عده ای با درهای خروجی نیمه باز و مسیرهای شلوغ و سایت های مسدود شده مواجه می شوند و مجبورند را از رسیدن به مقصد خود دست بردارند یا با قانون شکنی از فیلتر شکن استفاده کنند. این تفاوت ها به نوبه خود اثرات اجتماعی نامطلوبی دارند. مثلا جماعت و کسانی که به فناوری های نوین ارتباطی دسترسی ندارند یا دسترسی محدودتری دارند، از بخت و اقبال کمتری برای توسعه فرهنگی و دانشی خود و توسعه اجتماعی و اقتصادی جامعه متبوع خود برخوردار می شوند.

کشور کره، تهدید گسل دیجیتالی را به فرصت دیجیتالی تبدیل کرده یعنی از بهره دیجیتالی یا Digital Dividend، فیضی «همه سر بُرد» می رساند و می بُرد.

### لوايح پنج گانه حقوق فناوری اطلاعات

پنجم اسفند ماه ۱۳۹۶ پنج لایحه مرتب با نظام حقوق فناوری اطلاعات و ارتباطات برای آرایه به هیات دولت رونمایی شد. حمایت از اطلاعات و حریم خصوصی افراد در فضای مجازی، مسوولیت آرایه دهندگان خدمات حوزه فناوری اطلاعات، شناسه های الکترونیکی، حکمرانی الکترونیکی و تراکنش های الکترونیکی از جمله این پنج لایحه بودند که قرار بود در مجلس مصوب و به قانون تبدیل شوند که البته همچنان خبری از سرنوشت آن نیست.

### ارز دیجیتالی داخلی

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

### ۱۰ برابر کردن محتوای الکترونیکی

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

### ماهواره های ایرانی

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

### زباله های الکترونیکی

سال ۱۳۸۹ مصوبه ای قانونی تکلیف زباله های الکترونیکی را در کشور مشخص کرد. این وجود این مسوولیت همیشه پاسکاری شده است. پس از آن، هجدهم اسفندماه ۱۳۹۴ وزارت ارتباطات با سازمان محیط زیست یک تفاهم نامه در خصوص این زباله ها به امضا رساندند که البته همان طور که قابل پیش بینی بود این تفاهم نامه نیز تکلیف زباله های الکترونیکی در کشور را مشخص نکرد.

### طرح GNAF

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

### برنامه دفاع سایبری

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

### طرح تکاپو

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

### سند مراقبت از کودکان در فضای مجازی

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

### الزام دولتی ها به نصب پادویش

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

### ایمن سازی علاءالدین

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

### خروج زیر ساخت از مکالمات بین الملل

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

### نظام جامع مالیاتی

حکم مربوط به اجرای طرح نظام جامع مالیاتی به ماده ۵۹ قانون برنامه سوم توسعه و تحت عنوان محدود تر طرح جامع مالیاتی - باز می گردد. به همین منظور در سال ۱۳۸۳ اعلام شد که شرکت دیلویت کانادا برای برنامه ریزی و تدوین نقشه راه این طرح دعوت به همکاری شده و در برنامه اجرایی طرح جامع مالیاتی ۲۷ پروژه در پنج محور سازماندهی شده بود که این طرح هنوز به سرانجام کامل نرسیده است.

### پروانه اپراتور ماهواره ای

مطالعات اولیه نیازسنجی امکان سنجی اپراتور ماهواره مخابراتی بومی از سال ۱۳۹۴ توسط سازمان فضایی ایران آغاز شد و چارچوب کلی آن در گولانوری به تصویب رسید. سیزدهم تیر ماه ۱۳۹۷ امامدیر کل سازمان فضایی ایران پس از گذشت سه سال اعلام کرد که بررسی و صدور مجوز پروانه تدوین شده برای فعالیت اپراتور ماهواره مخابراتی در کشور، دستور کار کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات قرار داد.

### لوايح قمار و شرط بندی

۲۳ تیر ماه ۱۳۹۷ یک عضو کمیسیون مقابله مجرمانه اعلام کرد که وزارت ارتباطات، وزارت اقتصاد، بانک مرکزی و پلیس نیروی انتظامی با هماهنگی یکدیگر لوايحی را به منظور مبارزه با سایت های قمار و شرط بندی به دولت آرایه کرده اند و انتظار می رود در آینده ای نزدیک در صورت تصویب لوايح مذکور، تبدیل به قانون شوند. این لوايح نیز در زمره ناتمام های حوزه قرار دارند.



در آخرین میزگرد آنلاین با حضور مدیران شرکت پرداخت الکترونیک عنوان شد

# مبنای رتبه‌بندی شرکت‌های PSP، باید در آمد و سودآوری باشد، نه تعداد تراکنش

مشارکت تمامی ذی نفعان در اصلاح نظام کارمزد توسط رگولاتوری ضروری است

راه مبنای منطقی و درست بدهد.

نکته مهمی که وجود دارد این است که اگر رگولاتوری قرار است سه ماه اول آینده، اقداماتی انجام دهد، از همین الان باید فرهنگ سازی کند. بارها صحبت کردیم، مابه عنوان متخصص این حوزه می‌دانیم، مردم که کارت می‌کشند و سرویس می‌گیرند، اصلاً و ابداً سرویس رایگان نمی‌گیرند و به صورت غیر مستقیم کارمزد را در قالب سود تسهیلات باز پرداخت سمت بانک‌ها پرداخت می‌کنند. قشر ضعیف که وام خرد می‌گیرد، بار نظام الکترونیک بانک کشور را به دوش می‌کشد و عملاً به شکلی، در حوزه اقتصادی کشور، این کارمزد از جیب مردم خارج می‌شود. بنده فکر می‌کنم اولین اقدام رگولاتور بانکی این است که این موضوع را شفاف کند و به مردم مقبول‌اند الان هم کارمزد می‌دهند. نکته بعدی اینکه در مواجهه با تعرفه گذاری و قیمت گذاری، باید هزینه‌هایی مانند استهلاک، خرید تجهیزات، منابع انسانی و غیره را در نظر بگیریم تا قیمت تمام شده مشخص شود. بنده بارها خواسته‌ام و حتی در سال ۹۹ در برنامه آقای محر میان، مطرح شد که قیمت تمام شده شتاب و شاپرک مشخص شود مبنی بر اینکه نظام بانکی بابت هر تراکنش، هزینه متحمل می‌شود. بعد از مشخص شدن قیمت، باید در صد سود معینی روی تعرفه کشیده شود. این حوزه، آنقدر بی‌ضابطه و بی‌قاعده است که PSPها از همین در آمد خوب به پذیرنده‌های می‌بخشند. چرا باید این اتفاق بیفتد؟ واقعا سهامدار عمده در PSPها که عمدتاً بانک‌ها هستند، حتی در وضعیت موجود هزینه فایده نمی‌کنند که این تراکنش، برای شرکت، چقدر آورده مالی داشته است؛ آیا هزینه است یا خیر؟ برخی شرکت‌های PSP با مدل فعلی کارمزدی به زودی گرفتار مشکلاتی خواهند شد. راه حل چیست؟ جناب عالی با توجه به سابقه فنی‌تان، آیا در شرکت پرداخت نوین از این توانسته‌اید قیمت تمام شده تراکنش‌تان را در حوزه‌های مختلف از IPG تا کارت‌خوان فروشگاهی، مشخص کنید یا هنوز هم اقدامی انجام نداد‌اید؟

حجتی: ما در سیستم بانک اقتصاد نوین، هزینه بهای تمام شده را به‌طور شفاف و دقیق داریم. حتی نرخ اجاره دستگاه‌های کارت‌خوان هم بر مبنای فرمول‌های پیچیده، آورده پول و پایه اصلی در نظام بانکی کشور که PSPها باید برای بانک‌ها پول ارزان قیمت تأمین کنند، کار کردیم. حساسیت زیادی روی پایه‌های ناکارآمد و مسایلی مانند آن وجود دارد. اینکه در همه بانک‌ها اتفاق می‌افتد یا خیر، اطلاع دقیقی ندارم و نمی‌توانم قضاوت صریحی داشته باشم. گام‌های خوبی در حوزه شفافیت داشته شده و اصلاح نظام کارمزدی هم می‌تواند ادامه همین راه باشد. در یک دوره، وقتی صحبت از مالیات‌ستانی می‌شد، بسیاری افراد، این اعتقاد را نداشتند و برخی صنف‌ها نسبت به اینکه پایه فروش به سامانه مالیاتی وصل شود و محاسبه صورت گیرد، معترض بودند. مثلاً پزشکان مقاومت داشتند و البته هنوز هم هست. با این حال، الان وقتی قضیه، شفاف شده و مردم راضی شدند که باید شفافیت مالیاتی داشته باشند، این موضوع می‌تواند به ادامه این راه کمک کند. اوایل که صنعت PSP در حال جان گرفتن بود و تنها دو سه شرکت PSP در سال‌های ۸۲ تا ۸۴، در حال فعالیت بودند، برای فرهنگ‌سازی رواج استفاده از کارت‌خوان و پرداخت الکترونیک بین مردم هزینه می‌کردند اما اکنون سال‌هاست که دیگر برای ایجاد کانال‌های جایگزین یا جدید در پرداخت الکترونیک در حال فرهنگ‌سازی نیستیم مانند آنچه شمار باره کارمزد، در آمد و اینکه در آمد شاپرک کی جوابگو نیست، اشاره

کردید. هر شرکت PSP یا تجاری، تراکنش‌را از کانال جدید تر با هزینه کمتر انجام دهد، سودآوری‌اش بیشتر می‌شود و منابع مالی کشور هدر نمی‌رود یا مبحث QR و تراکنش‌های غیر حضوری می‌تواند به جلوگیری از دست رفتن منابع کشور مانند رول کاغذ و بسیاری موارد دیگر منجر شود. ما بر سر قضیه تعیین ارزش برای دستگاه‌های کارت‌خوان مشکل داریم. بهای تمام شده یک کارت‌خوان که دوسال پیش حداکثر، ۵۰ هزار تومان بود، الان به چند میلیون تومان رسیده که بهای تمام شده تراکنش را بالا می‌برد. آنچه اهمیت زیادی دارد این است که این نظام باید بتواند نقطه شروعی باشد تا این مسیر را در ادامه راه اصلاح کند و شرکت‌ها ترغیب شوند به سمت کانال‌های جایگزین بیایند. قوانینی مانند رسید تراکنش کارت‌خوان و مواردی از این قبیل، باید بازنگری و اصلاح شود.

بعضی بانک‌ها سهامدار صدر درصدی یا غالب PSPها هستند و بخشی از در آمد PSPها | جاره دادن دستگاه‌های کارت‌خوان به بانک‌هاست که می‌تواند بانک خودشان باشد یا بانک‌های مختلف. آنجایی که بانک، صدر درصد سهامدار است، چندان به دنبال دودوتا چهار تان نیست که آورده این کارت‌خوان چیست. منابع ارزان قیمتی که به آن اشاره کردید، چقدر منابع می‌آورد که مثلاً بابت هر دستگاه کارت‌خوان، ۵۰ هزار تومان به PSP اجاره ماهیانه داده شود؟ البته شاید عدد جدید بیشتر شده باشد اما بانک‌ها برای اینکه برای شرکت‌های PSP شان سود بسیار زیاد و مثلاً اگر در بورس است، سود نشان دهد، عدد را خیلی بالاتر از قیمت واقعی می‌بینند و سپس PSP دیگری



PSP سرویس می‌دهد. دستگاه کارت‌خوان می‌آورد، Setup و نصب می‌کند، پشتیبانی و پرستاری دارد، نرم‌افزارهای آن را می‌نویسد، سوئیچ، دیسک، ماهواره و نمایندگی دارد و موضوعات دیگر. باید بررسی شود اگر یک بازریگر، سرویسی را به بازریگر دوم می‌دهد، در قبال آن چیزی دریافت می‌شود؟ شاید نهایتاً انجام می‌شود. فرض کنید در یک بانک، حساب باز می‌کنیم و آن بانک به سپرده ما، سود پرداخت می‌کند. الزاماً شاید نیاز نباشد بین بانک من و صادرکننده، کارمزد ردوبدل شود. بنده دسترسی یک ماه کار را به بانک می‌برم و بانک هم پول می‌دهد یا بین پذیرنده و بانک پذیرنده پذیرنده می‌گوید منابع مالی می‌آورد، بانک می‌گوید ما سرویس می‌دهیم و تراکنش‌ها را ردوبدل می‌کنیم. ممکن است سرویس‌هایی که به همدیگر می‌دهند، با هم تبادل شود.

این نکته زمانی درست است که قاعده‌های وجود داشته باشد. اینکه در یک یکجای بر اساس میزان خدمتی که به عنوان پذیرنده‌ها بانک می‌گیریم و بانک، بابت آن خدمات ارزش افزوده به PSP می‌دهد، قاعده سقف و کف وجود داشته باشد. مصداق این کارمزدخواهی را در برنامه پیش هم شنیدیم که به جز پذیرندگان، اخیراً بانک‌ها هم به سمت اخذ کارمزد از شرکت‌های PSP رفته‌اند. راه‌های کار به بازریگران اصلی، یعنی رتبه‌های یک تا سه یا چهار بازار، قطعاً توانمندی پرداخت‌شان در همین آفرهای ویژه و خدمات ارزش افزوده است که می‌توانند به مشتریان VIP بدهند، صدر صد نسبت به PSPهای رده‌های پایین‌تر، توان بیشتری دارند. اگر قرار باشد این اتفاق بی‌قاعده جلو برود، مصداق دامپینگ است؛ یعنی شما به واسطه توان و تلاش پشت‌سر PSP یا حتی خود PSP، قاعده بازار را به هم می‌ریزید. امروز یکی از موضوعاتی که بالای جان شرکت‌های PSP

و صنعت پرداخت شده، همین موضوع است. آقای حجتی با توجه به تجربه جناب عالی در حوزه اپراتوری، آنجا رگولاتور مخابراتی سقف و کف مشخص می‌کند و با توجه به اینکه مدل بیزینس اپراتورها به شکلی است که رگولاتور مخابراتی به بیلینگ اپراتورها تلفن همراه دسترسی دارد، مراقب است کسی خطایی نکند. اگر سقف یا کف در تعرفه گذاشته شده، به این علت است که با توجه به حضور رابتل به عنوان اپراتور مغلوب بین اپراتور اول و دوم، تبتانی صورت‌نگیرد یا اپراتور اول با زور، سایر بازریگران را از حوزه خارج نکند. در صنعت پرداخت هم همین وضعیت را داریم. برخی جاها، متاسفانه نه تنها صحبت از صدر صد کارمزد است بلکه چیزی هم در

قابل‌وام‌غیره روی آن می‌گذارند و سعی می‌کنند حتی اگر سودی برای PSP نداشته باشد، پذیرنده را به سمت خودشان جلب کنند. نظر‌تان را در این زمینه می‌شنویم. حجتی: ضمن تأیید فرمایشات مهندس انوشه، چیزی که الان اتفاق افتاده، چرخه معیوب است. همین بحث کارمزدخواهی که به بانک‌ها هم سرایت کرده، درست نیست. وقتی کارمزد، مبنای درست ندارد، PSP و سهامداران که عمدتاً بانک‌ها هستند، برای زنده ماندن، باید پول را غیر از تراکنش و شاپرک تأمین کنند. اگر نقطه شروع این چرخه را اصلاح نظام کارمزد از طریق بانک مرکزی و شاپرک در نظر بگیریم، می‌تواند در این اکوسیستم، سرعت ایجاد کند در این شبکه، NTTها و بهای تمام شده در هر حوزه به‌ازای IPG و غیره مشخص است. آن زمان که بحث USSD و کارمزد آن مطرح بود، مباحث نظام کارمزدی آن موقع هم مطرح شد. چون به بیلینگ اپراتورها دسترسی وجود داشت، رگولاتور به راحتی می‌توانست جلوی بسیاری از مسایل را بگیرد و نظام باثبات‌تری را داشته باشد. تاریخچه‌ها مبنای تجارب خوبی برای اصلاح نظام کارمزدی است. همکاران شرکت‌های PSP با سابقه و باتجربه هستند. همان‌طور که آقای انوشه اشاره کردند، زمانی با یک درصد کارمزد تا سقف ۱۵۰۰ تومان، شرکت‌ها مبنای درآمدی‌شان، معقول‌تر و شفاف‌تر بود و شفافیت بهتری در شرکت‌های PSP اتفاق می‌افتاد. بعید می‌دانم هیچ کدام از PSPها صرفاً با کارمزد شاپرک، بتوانند حتی یک هفته زنده بمانند. این قضیه مهم است. امیدوارم دوستان تصمیم‌گیر در رگولاتوری، تصمیم درستی پایه‌گذاری کنند تا سهم‌خواهی در سیستم نظام بانکی و پرداخت کشور، جای خود

رگولاتور را برای طراحی این مدل عنوان کنیم. لطفاً خلاصه‌های در خصوص تاریخچه موضوع بفرمایید و مهم‌تر از آن توقع‌تان را در باره این جراحی اشاره کنید، ممنون می‌شوم.

انوشه: منظور بنده تاریخچه عملیاتی بود. بنده دو نوبت روی مدل کارمزد، کار و پرزنت کردم. یکی در سال‌های ۸۴ یا ۸۵ بود که در کمیسیون کارت بانکی‌ها در بانک صادر آثار با ریاست آقای محمودیان، ساز و کارهای آن زمان را ارائه کردم و مورد دیگر، زمانی که آقای قطبی، مدیرعامل شاپرک بودند این‌ها تر جمعه از جایی نبود و برداشت‌های ما از صنعت پرداخت بود. فکر می‌کردیم چیزی است که به درد سند و کوچه و بازار و پذیرنده‌های ما بخورد. امروز به عنوان کسی که ۱۵ تا ۱۶ سال در این صنعت فعالیت دارم، تعجب می‌کنم چرا با وجود دو دهه از گذشت صنعت پرداخت، هنوز به مدل کارآمد، دست پیدا نکردیم تا توقع همه کسانی که در صنعت فعال هستند، برآورده شود. در این زمینه، باید آسیب‌شناسی صورت گیرد که چرا بعد از ۲۰ سال هنوز، در موضوعات اساسی این صنعت، اتفاق نظر نداریم. بانک پارسیان از ابتدا با مدل استاندارد پی‌پیش می‌رفت و کارمزدهای ۷۰ درصدی با دوره تسویه ۴۵ روز به پذیرندگان داشت اما از فشارهایی قرار گرفت که ناچار شد عقب‌نشینی کند. دوستان قدیمی یادشان هست آن روزها چه پارسیان گذشت و شاید حسرت آن روزها را می‌خوریم که نتوانیم کارمزد را دریافت کنیم. ما با بانک مرکزی، جلسات سختی داشتیم و پاسخگو شدیم که چرا مشترکان کارمزد می‌گیریم. امروز شاید نتوانیم مدل‌های قدیمی را اجرا کنیم اما دوستانی که روی این مدل کار می‌کنند، خواهش می‌کنم از همه ذی نفعان صنعت کمک بگیرند و مدل خوبی را طراحی کنند. ما در این زمینه بی‌تجربه نیستیم و صنعت پرداخت، گام‌های خوبی را برداشته است. بسیاری از اقداماتی که فکر می‌کردیم نمی‌توان

انجام داد و دچار بحران می‌شویم، انجام دادیم. یادتان هست زمانی کارمزد مانده‌گیری هم همین وضعیت را داشت. دوستان قدیمی، این جلسات را به یاد دارند اما صنعت توانست کارمزد مانده‌گیری را وضع کند و از کسی بگیرد که بیشترین انتفاع را از تراکنش مانده‌گیری دارد. سیکل‌های تسویه را به خاطر دارد که به تسویه آنی و سپس به چند تسویه در روز رسید و امروز از تسویه روز بعد صحبت می‌کنیم. این هم از موضوعاتی بود که همگی از چالش‌های آن می‌توسیدیم اما یک روز صنعت پرداخت و افراد داخل آن، تصمیم گرفتند و به خوبی انجام دادند و امروز، راه افتادیم. به نظر بنده که به عنوان کسی که سال‌هاست در این صنعت هستیم، یک مدل کارمزد موفق باید در چندین موضوع توجه خاص داشته باشد. این، خواهش را از دوستان در شاپرک و بانک مرکزی و کسانی که این مدل را طراحی می‌کنند، دارم و اینکه راه‌های رفته را دوباره آزمایش نکنیم چون به نتیجه‌ای نمی‌رسیم که تا الان رسیدیم. یک مدل کارمزد خوب، در درجه اول باید چرخه حیات (lifecycle) یک تراکنش را استخراج کند؛ تراکنش، خرید، قبض یا شارژ، باید مشخص شود یک تراکنش از کجا شروع می‌شود و به کجا ختم می‌شود. ممکن است به نظر شما یک تراکنش، زمانی شروع شود که یک نفر، کارت خود را روی دستگاه کارت‌خوان می‌کشد اما از نظر من، زمانی شروع شود که فرد، کارت بانکی می‌گیرد و پول را به حساب می‌گذارد. چرخه حیات ممکن است از نظر من و شما، از نقاط مختلف شروع شود که باید روی آن توافق باشد. دوم اینکه باید مشخص شود چه کسانی در یک چرخه حیات تراکنش، ایفای نقش می‌کنند. ممکن است در یک تراکنش خرید یک بازریگر وجود داشته باشد اما در تراکنش خرید شارژ یا سیم‌کارت، آن بازریگر وجود نداشته باشد و حذف شود یا بالعکس. سوم اینکه وقتی ایفاکننده‌ها مشخص شدند باید تعیین کنیم در این چرخه، چه کسی سرویس می‌دهد و چه کسی سرویس می‌گیرد. چه کسانی مصرف‌کننده و چه کسانی تولیدکننده هستند یا چه کسانی هم تولیدکننده و هم مصرف‌کننده هستند. باید بپذیریم در هر اکوسیستم اقتصادی، سرویس‌دهندگان، باید از منفعت مالی یا منافع دیگر بهره بگیرند و سرویس‌گیرندگان، هزینه منفعتی که از این سرویس می‌برند، پرداخت کنند. در این سرویس دادن و گرفتن و بهره‌برداری از منافع، چند نکته ظریف وجود دارد که به‌طور خلاصه به آن اشاره می‌کنم. باید وزن این سرویس‌ها، مشخص شود. فرض کنید در تراکنش پرداخت، شبکه

در دو برنامه قبلی از سلسله نشست‌های بررسی مشکلات صنعت پرداخت که با حضور مدیران عامل شرکت‌های PSP شامل سداد، سایان کارت، سپهر، به پرداخت، آسان پرداخت و فن‌اوا کارت برگزار شد، به مشکلات این حوزه پرداختیم. اینکه این برنامه، آخرین برنامه از سلسله نشست‌های این حوزه نام گرفته، به دلیل عدم حضور مدیران عامل شرکت‌های پرداخت الکترونیک سامان، ایران کیش و دماوند کارت است. به نظر می‌رسد این عزیزان، مشکلاتی در حوزه عملکردی خود دارند و به همین دلیل نگران بودند که با حضور در این برنامه، مشکلات عملکردی آنها زیر ذر مهین قرار بگیرد. البته در همین برنامه نیز به برخی از چالش‌های عملکردی این سه شرکت، پرداخته خواهد شد. همچنین در هفته‌ای که گذشت، مدیرعامل شرکت شاپرک اعلام کرد قرار است تا سه ماهه اول سال ۱۴۰۱، موضوع اصلاح نظام پرداخت کارمزد در کشور استارت بخورد که در نوع خود، خبر جذابی است. البته باید منتظر ماند و دید روش لحاظ شده برای این حوزه چیست. از این‌رو، در هشدها و ششمین میزگرد آنلاین از سلسله نشست‌های تخصصی با موضوع «آخرین برنامه از سلسله نشست‌های چالش‌ها و موانع کسب‌و‌کاری صنعت پرداخت» که با حضور وحید حجتی مدیرعامل شرکت پرداخت‌نوین آری‌ن و مهدی انوشه، قائم‌مقام مدیرعامل شرکت پرداخت الکترونیک پارسیان برگزار شد، موضوعات و چالش‌های این صنعت، از زوایای دیگر، مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت. ماحصل این گفت‌وگو، پیش‌روی شماست.

قبل از ورود به برنامه در خصوص قول هفته پیش، مبنی بر حضور آقای محسن قادری، مدیرعامل سابق شرکت شاپرک در میزگرد این هفته، عرض کنم ابتدای هفته، طی تماس ایشان با بنده، ظاهر ادرا تماسی با آقای قادری توسط افراد ناشناس، ایشان را از حضور در برنامه «عصر پرداخت» منع کردند! امیدوارم دوستان، به خصوص در حوزه‌های نظارتی با وجود این فشارها و تماس‌های تلفنی، قوی‌تر باشند، جسارت به خرج دهند و اظهارات کارشناسی را در هر حوزه به بیان کنند. کشور در مقطعی است که اگر قرار باشد حرف کارشناسی نزنیم و در برابر خواسته‌های این چنینی عقب‌نشینی کنیم، بعید می‌دانم راه به جایی ببرد و موفقیتی حاصل شود. امیدواریم مشکل آقای قادری حل شود و دوستانی که ایشان را صیانت می‌کنند، منطقی‌تر به موضوع نگاه کنند. البته قرار ما در گفت‌وگو با آقای قادری این نبود که ایشان افشاگری کنند یا از پشت پرده‌ها صحبت کنند هر چند دین چندی جذابیت در این حوزه داشتند. قرار ما این نبود که وارد چنین فضایی شویم بلکه قصد داشتیم اظهارات کارشناسی را از یک مدیر با سابقه در صنعت پرداخت، آن هم در حوزه رگولاتوری بشنویم که صدحیف این اتفاق نیفتاد. بگذریم... هفته گذشته، خبری به نقل از آقای دهقان، مدیرعامل شرکت شاپرک منتشر شد مبنی بر اینکه قرار است از سه ماه اول سال ۱۴۰۱، در حوزه

اصلاح نظام پرداخت کارمزد اتفاقاتی بیفتد و اینکه این جراحی اقتصادی، قرار است از جایی شروع شود. اگر درباره جزئیات این تصمیم اطلاعی دارید، بفرمایید آیا در این زمینه با شما و سایر شرکت‌های PSP، صحبت شده یا خیر؟ حجتی: واقعیت این است که ما در جلساتی که به همراه مدیران عامل سایر شرکت‌های PSP با آقای دهقان داشتیم، این قضیه مطرح بود و ایشان همیشه می‌گفتند ما پیگیر این جریان هستیم. وقتی این خبر را از طریق رسانه‌ها شنیدیم، جدیت ایشان برای ماستودنی بود اما بنده هنوز در جریان جزئیات آن نیستیم. امیدوارم ما که در خط مقدم این عرصه هستیم، تعاملات خوبی برای این اصلاح داشته باشیم چون بیزینس PSP گری، وارد مرحله خطرناکی می‌شود. ما در جریان جزئیات موضوع نیستیم. امیدوارم در جلسات کارشناسی ما راه قابل‌بداندن دوستان تصمیم‌گیر، نظرات و صحبت‌های ما را بشنوند.

قاعده‌ها باید همین‌طور باشد. شرکت‌های PSP از مهم‌ترین ذی‌نفعان این حوزه هستند و شاید مهم‌تر از آنها، خود شاپرک و شرکت خدمات انفورماتیک باشد که شرکت خدمات به‌طور غیرمستقیم، قرار داد پشتیبانی شبکه با شاپرک دارد، که همین موضوع هم جذاب است و در طول برنامه به آن خواهیم پرداخت. امیدوارم دوستان در بانک مرکزی، پشت درهای بسته تصمیم‌گیرند. آقای محر میان تا امروز سعی کردند از خرد جمعی استفاده کنند. اینکه تا چه اندازه این موضوع، نتیجه‌بخش بوده، قابل بررسی است. البته آن‌طور که به نظر می‌رسد خبری از جلسات کارگروه‌های مربوط به بانکداری دیجیتال نیست و رو به تعطیل است و اجزای کارگروه نیز حضور پیدا نمی‌کنند. امیدوارم در خصوص تلاش‌های شبانه‌روزی و جلسات مستمر، تصمیمات مناسبی اتخاذ شود. آقای انوشه! شما درباره خبری که عرض کردم، اطلاعات بیشتری دارید؟

انوشه: بنده هم مانند سایر دوستان خبر را شنیدیم و در جریان جزئیات آن نیستیم. با این وجود، در مذاکرات جلسات مدیریتی، نظرات‌مان را مطرح می‌کنیم و امیدوارم این نظرات، شنیده شود اما می‌توانم درباره تاریخچه این موضوع، توضیحاتی بدهم و به عنوان یک کارشناس کوچک این حوزه انتظارات از دوستان



که به سمت آنها می آید، سفت و سخت می گیرند و ۵۰ تا ۷۰ درصد با PSPهای رقیب، با پابین تر می بندند. این کار، قاعده قیمت تمام شده سرویس را به هم می ریزد. اینجا وظیفه ر گولاتور بانکی است که این‌ها را دقیقاً از بایی کند که منطق یک دستگاه کارت خوان چقدر است و اگر فرمول بر این اساس باشد که با توجه به آورده ارزان قیمت محاسبه شود، می تواند پلکانی تع رفه گذاری شود. خود PSPها، هم در این زمینه دچار مشکل هستند. البته آنهایی که صددر صد سهامدار بانکی دارند، چندان گرفتار نیستند؛ به خصوص اگر بانک آنها، بانک خوبی باشد اما آقای شکوهی در بر نامه هفته قبل اشاره کردند، به خصوص با قانون جدید شاپرک مبنی بر اینکه حتما PSPها باید با بانک‌ها قرار داد داشته باشند، این قانون، کار را در بستن قرار داد سخت می کند. بر خی بانک‌ها از این فضا سوءاستفاده می کنند و از این طریق، نه تنها به PSP پول نمی دهند، بلکه مانند پذیرنده‌ها بخشی از کارمزد را می گیرند. نظر حضر تعالی چیست؟

انوشه: اگر اجازه بدهید ابتدا بحث قبلی را جمع بندی کنم. دوستانی که مدل کارمزد را طراح می کنند، خواهش می کنم این بار این کار، به درستی انجام شود. اگر به بولتن شاپرک نگاه کنید، گردش این سند از GDP عبور کرده و به ۱۱۴ درصد رسیده که عدد بزرگی است و خطاهای آن هم می تواند بزرگ و اثر گذار باشد. هدف بنده ترسیم یک مدل بود و اینکه اگر تصمیمی گرفته شود، این تصمیم، چندین سال پلر جا خواهد بود، لذا منافع طرفین باید لحاظ شود. با توجه به اظهارات قبلی بنده، نکته بعدی این است که بهای تمام شده تراکش از لحظه شروع تا پایان باید مشخص شود. تفسیر شما این بود که اگر روی پوز تراکش انجام شود، شروع تر تراکش است اما تفسیر بنده این بود که از لحظه‌ای که فرد کارت بانکی می گیرد، تراکش شروع می شود. همه شرکت‌ها باید در این زمینه ورود کنند و شاپرک، بانک مرکزی و هر کسی که روی این حوزه کار می کند، این اطلاعات را از شرکت‌ها بگیرد. اینکه شرکت‌ها و بازیگران این صنعت، چقدر هزینه می کنند تا تراکش انجام شود. باید تحریم، شرایط توری و حاشیه سود را لحاظ کنیم تا ببینیم یک تراکش از لحظه شروع تا خاتمه چقدر هزینه خواهد داشت. در این شرایط، تازه به نقطه سخت ماجرا می‌رسیم؛ همان جایی که محل دعوی همه ماست. اگر قیمت تمام شده، مشخص و سود منطقی روی آن قرار داده و مقرر شد کارمزد توزیع کنیم، به هر کس چقدر باید داده شود و وزن شاپرک، شتاب، بانک صادر کننده، کارت هولدر، پذیرنده، PSP و بانک پذیرنده چقدر است. اگر

قرار باشد هزار تومان کارمزد توزیع شود، سهم هر کس چقدر است؟ این کار، معادله می‌خواهد و برای حل این مساله همه باید کمک کنند. در هر مدل، نباید نتیجه این باشد که مثل سال‌های قبل، وزن تراکش و وزن کارمزد تراکش را بر دوش یک نفر بیندازیم. اینکه یک روز بگویم اصناف بدهند یا بانک صادر کننده یا پذیرنده و بانک پذیرنده، درست نیست بلکه قاعدا ت هر کس، متناسب با کمیت و کیفیت منفعت، باید از منافع کارمزد بر خوردار باشد. بنده واقعا خواهش می‌کنم حتماً یک بیزینس مدل برای این صنعت داشته باشند. من معتقدم یا مدل کسب کار نداریم و یا بنده به عنوان یک فرد قدیمی در این حوزه، به این سند راندارم تا ببینم بیزینس مدل چیست. بیزینس مدل،

موضوع ساده‌ای است. فقط قرار است با آن مشتری‌ان را شناسایی و بخش بندی کنیم. راه‌های ارتباطی و کانال‌های توزیع چیست؟ چگونه محصول و سرویس داده می‌شود؟ چه ارزش‌هایی پیشنهاد داده می‌شود؟ ارزش افزوده‌ها چیست؛ کارمزد، شارژ دادن، ماشین دادن یا خانه دادن؟ ما باید فعالیت‌های کلیدی و منابع مورد انتظار و مورد نیاز را تعیین و شر کار را در بیزینس مدل مشخص کنیم. چه کسانی می‌توانند در این مدل، مدعی کارمزدخواهی شوند یا چه کسانی باید کارمزد بدهند؟ بعد از همه این‌ها به نقطه اصلی جریان‌های درآمدی و ساختارهای هزینه‌ای می‌رسیم. باید مشخص شود در این مدل کسب‌و کار، جریان‌های درآمدی چیست؟ پول از کجا تولید می‌شود؟ از رسوب پول می‌آید؟ از سرویس پشتیبانی می‌آید؟ ساختارهای درآمدی و هزینه‌ای باید مشخص شوند که فکر می‌کنم این مدل رانداریم. به همین دلیل، همیشه نظام کارمزد ما، بر دوش یک نفر بوده که الزا ما بهره‌بر دار اصلی نیست و همه، از جمله PSPها باید نقش خودشان را ایذیرند. یک جاهایی باید هزینه کنیم و یک جاهایی باید در آمد داشته باشیم. پذیرنده‌ها باید پذیرد که جایی در حال کسب منفعت ماست و باید کارمزد بدهد و جایی در حال دادن منفعت است و باید کارمزد بگیرد. در این حالت، سرویس‌هایی که به همدیگر می‌دهیم، تهاثر نشود و اینکه ما با فاصله به هم سرویس بدهیم. ما از شاپرک سرویس می‌گیریم اما به عنوان یک PSP از شتاب، سرویس نمی‌گیریم و الزامی ندارد به شتاب، کارمزد بدهیم.

○ البته الان هم PSPها به شتاب کارمزد نمی دهند.

انوشه: درست است. به عنوان یک مثال عرض کردم. هر کس نمی‌تواند توقع اخذ کارمزد داشته باشد بلکه کسی می‌تواند در این چرخه، توقع گرفتن کارمزد داشته باشد که مستقیماً به آن کسی که انتظار کارمزد دار، سرویس بدهد. بنده بار دیگر از دوستان در شاپرک و بانک مرکزی می‌خواهم قبل از اینکه مدل کارمزد را در بیاورند که نقطه آخر بیزینس مدل است، با خود بیزینس مدل شروع کنند. بازیگران و نقش‌های آنها را بنویسند و مشتری در این صنعت، مشخص شود. در این رابطه، باید الزامات این صنعت شامل نماندنی‌های، سخت‌افزارها، نرم‌افزارها، نیروی انسانی، آموزش، کنال‌های توزیع و هر آنچه هست، استخراج شود، سپس جریان‌های درآمدی و هزینه‌ای مشخص شود. متناسب بانقش ایجاد شده تقسیم ثروت شود و همه کسانی که زحمت می‌کشند، منتفع شوند و آنهایی که از این زحمت استفاده می‌کنند، بخشی از هزینه‌ها را پرداخت کنند.

○ آقای ارسلان علیزاده در گروه‌اشاره کرده‌اند شما سوالات سخت می‌پرسید. به همین خاطر کارشناسان در برنامه حضور پیدا نمی‌کنند!

از طرف دیگر، روی سرچشمه در آمده‌ای بی حساب و کتاب بانک مرکزی دست گذاشتید، حالا انتظار دار ید شفاف‌سازی هم بکنند! در این خصوص، هفته قبل عرض کردم این هفته آقای قادری، مدیر عامل سابق شاپرک حضور پیدامی کنند، روز شنبه، تماس گرفتند که به‌ایشان زنگ زده و گفته شده، در میزگرد حضور پیدا نکنند! حالا بهتر است میهمان هفته آینده را معرفی نکنم. البته بعید می‌دانم به میهمان هفته بعد هم زنگ بزنند! در عین حال، در حوزه پرداخت کارمزد، PSPها و شبکه پرداخت با شرکت خدمات انفور ماتیک، قراردادی بین شرکت خدمات انفور ماتیک و شاپرک در خصوص تجهیز کردن سویچ‌های شبکه شاپرک وجود دارد که از هر تراکش ۲۰ تومانی، شرکت خدمات انفور ماتیک، ۱۷ تومان را برمی‌دارد و عملاً ۸ تومان بیشتر برای شاپرک نمی‌ماند. صحبت این است که اصلاً این ۲۵ تومان چرا باید داده شود؟ این عدد، بالاست. توجیه این است که این پول مربوط به بانک‌هاست و به نظام بانکی برمی‌گردد چون بانک‌ها، سهامدار شاپرک هستند. در این خصوص باید عرض کنم ۴۰ درصد سهام شاپرک، در اختیار بانک‌هاست و همه بانک‌ها هم نیستند و همه بانک‌ها به یک میزان در شاپرک، سهم ندارند و هر کدام، عدد مشخصی دارند. از آن طرف، وقتی ۷۰ درصد در آمد شاپرک به جیب شرکت خدمات انفور ماتیک می‌رود، چه کسی می‌گوید این عدده به جیب بانک‌ها می‌رود؟ این عدد، در جیب شرکت خدمات انفور ماتیک است. نکته دیگر، قرار داد شرکت خدمات با شاپرک، در دوره مدیریت آقای صادقیان، مدیر عامل شرکت ملی انفور ماتیک است که با همان شرایط گذشته تمدید شد. دادن ۷۰ درصد در آمد، در حالی که شرکت شاپرک، تجهیزات سخت‌افزاری خریده، آماده راه‌اندازی سرویس هاب فناوران مالی است که خودش به تنهایی می‌تواند به اندازه یک شتاب کار کند و شتاب ۲ باشد، چه مفهومی دارد؟ وقتی این تجهیزات، امکانات و منابع وجود دارد، چرا شرکت شاپرک در آمده‌ها را سمت خدمات سرریز می‌کند و خودش مدیریت نمی‌کند؟ اگر می‌خواهد در آمد بدهد، حداقل عدد را کم کند. البته از دوستان سهامدار بانکی در شاپرک سوال کردیم شما چرا تن دادید؟ گفتند به ما گفته شده اگر این کار را نکنیم، سهام شرکت خدمات انفور ماتیک در بورس ریزش می‌کند. مگر بقیه با وجود شرکت خدمات را بکشند که سهام آن ریزش می‌کند یا خیر. شر کتی با این همه توان مالی و در آمد، برای خودش منابع در آمدی جدید ایجاد می‌کند!

قرار بود این منابع بزرگ، جاهایی خرج شود که برای کشور، ارزش آفرین باشد نه اینکه سر چاه یا گر نده بنشینند. شتاب برای خدمات، با رقم ۲۵۰۰ میلیارد تومان سالانه، در آمد دارد. این‌ها کجا خرج

و هزینه می‌شود؟ امیدوارم دوستان در برنامه حضور پیدا کنند و درباره این موارد توضیح دهند. تا حالا که نیامده‌اند، امیدواریم در دولت جدید، مدل عوض شود و دوستان حاضر به پاسخگویی باشند. انوشه: سوالی که دوستان مان پرسیدند، سخت نیست و باید همان روز اول، بر رسیده و پاسخ داده می‌شد. مگر می‌شود چنین اکوسیستم اقتصادی شکل بگیرد اما به این موضوع، فکر نشده یا درست فکر نشده باشد. نقشه راه ما، از چنین مدل‌هایی استخراج می‌شود. شرکت تجار ت الکترونیک پارسیان، شرکت بزرگی است و در ۱۰۹۱ شهر، دستگاه کارت‌خوان دارد. گاهی به خود می‌گویم اگر به من یک جایزه بزرگ بدهند که نام ۱۰۹۱ شهر، شهرستان و روستا را بنویسم، نشدنی است. شر کتی در این حد و اندازه از این مدل‌های اقتصادی تأثیر می‌پذیرد. در نتیجه، سوال مهمی است و هم برای ما نقشه راه است و هم اینکه باعث می‌شود یک سری کسب‌وکار خلق شوند. این، کاملاً یک مدل اثر گذار است. وقتی درست چیده نشود، مشکل ساز می‌شود. بانک‌ها واقعا وارد فضای زیان‌دهی شدند، چون تمام بار کارمزد روی دوش آنهاست. هر چند یک بانک، سهامدار عمده ماست اما این نگاه را به ماندارد و بانک پارسیان اصلاً به‌ما به عنوان مرکز هزینه نگاه نمی‌کند و نگاهش این نیست که شرکت ایجاد شده، هزینه‌ای روی هزینه‌های بانک بگذارد. اتفاقاً به ما به عنوان مرکزی نگاه می‌کند که برای بانک، درآمدزایی و سودافزایی و تولید ثروت می‌کنیم.

○ فکر می‌کنم سه چهار سال پیش گزارشی را منتشر کردم مبنی بر اینکه بر اساس مدل کسب‌و کار پرداخت الکترونیک پارسیان، بانک سهامدار عمده‌اش از آن زیان می‌کند چون در آن زمان، در دوره مدیریت آقای قنبریان، دوستان در حوزه شارژروشی و تراکش‌های خرید، متمرکز شده بودند که عملاً با توجه به منابع کوچک و هزینه‌ای که برای بانک، در زمینه پرداخت کارمزد ایجاد می‌کرد، کفه ترازو برابر نبود. آن موقع زیان ده بود اما برای PSP خوب بود. چون بانک به دنبال منابع ارزشمند بود، در زیان بود. در وضعیت موجود، بانک شما در این بیزینس، چه آنچه شما در آمد دار ید و آنچه خودش به عنوان هزینه در این بیزینس پرداخت می‌کند، برابر است یا خیر؟ در این زمینه، آقای رضا پور در بانک ملی اشاره کردند کفه ترازو برابر نیست و بانک، زیان ده است. شما در بانک پارسیان بر آور دار ید که با وضعیت موجود، زیان ده هستید یا خیر؟

انوشه: امیدواریم سویده باشیم. البته این سوال باید از بانک پرسیده شود. در این زمینه باید به یک نکته توجه شود. اینکه فکر کنیم بانک فقط از کسب منابع مالی ناشی از تراکش‌های پوز بهره‌برداری می‌کند، شاید درست نباشد. بانک می‌تواند سیدی از محصولاتش را ارائه دهد. حتماً پذیرنده‌ای که در بانک پارسیان افتتاح حساب کرده و کارت‌خوان پارسیان دارد، بانک پارسیان توانسته هم خدمات بیمه‌ای و هم خدمات صرفی را ارائه دهد. امیدوارم در این کیچ، بانک، سودآور باشد.

○ «امیدوارم»، عبارت خوبی نبود. اینجاست که معتقدم بانک‌ها یا

PSPها باید به شکلی عمل کنند که دقیقاً بدانند وضعیت بیزینس‌شان چگونه است. فرض کنید شر کت، خصوصی و متعلق به شما بود، در این صورت، به عنوان صاحب کسب‌و کار، آمار سود یا زیان را استخراج می‌کردید. بنده احساس می‌کنم در کل صنعت، چندان به این موضوع که PSPها یا حتی حوزه بانکداری الکترونیک ما در کشور، به نفع اقتصاد کشور است یا زیان آن، پرداخته نمی‌شود. با مدلی که قبلاً هم صحبت شده، اگر کل آن را جمع کنیم و به تراکش‌های سنتی اسکناس و مسکوک برگردیم، هزینه تراکش و کارمزد خیلی پایین‌تر خواهد بود، هر چند پرداخت الکترونیکی در کشور، مزایایی ایجاد کرده است. با یک مثال، موضوع روشن‌تر خواهد شد. آقای دکتر جمالی در شر کت نبض افزار، به سادگی بیان می‌کنند اگر یک اسکناس ۱۰ هزار تومانی چاپ کنیم، هزینه چاپ آن برای بانک مرکزی، حدود ۲۰۰۰ تا ۲۵۰۰ تومان است. یک هزار تومانی جدید، حداقل هزار بار گردش می‌خورد تا از چرخه خارج شود. اگر سرجمع هزینه ۲۵۰۰ تومان را بر ۲ هزار تومان تقسیم کنیم، هر گردش تراکش ۱۰ هزار تومانی، ۲ تومان می‌شود. اگر چنین گردش‌ی را در پرداخت الکترونیکی حساب کنیم، چنانچه هزار گردش ۱۰ هزار تومانی در نظام پرداخت ما اتفاق بیفتد، هر تراکش و هر عدد کارمزد، مثلاً خرید شارژ یا پرداخت قبض ۱۰ هزار تومان، چقدر می‌شود جناب انوشه؟

انوشه: در مجموع کارمزد آن، ۱۵۶٫۳ ریال (۱۵۶) تومان و ۳ ریال) است اما آنچه به شر کت پرداخت، پرداخت می‌شود...

○ ماه عدد کل کار دار یم. اصلاً ما ۱۰۰ تومان حساب می‌کنیم که اگر آن را ضرر بعد هزار گردش کنیم، حدود ۱۰۰ هزار تومان کارمزدی می‌شود که بانک‌ها می‌پردازند. حالا اینکه ۱۰۰ هزار تومان در جیب چه کسی می‌رود، کار نداریم. اگر یک اسکناس ۱۰ هزار تومانی در نظام اقتصادی آنقدر گردش داشته باشد تا از چرخه خارج شود، هزینه چاپ آن ۲ هزار تومان می‌شود در حالی که الان با همین میزان مساوی با پایین‌ترین سطح ۱۰۰ هزار تومان هزینه کارمزد بانک‌ها بابت آن پرداخت می‌کنند! تفاوت اینجا ست. امیدوارم در فرمول جدیدی که دوستان در نظام پرداخت الکترونیکی در حوزه تع رفه گذاری، کار می‌کنند، به این موارد دقت کنند. البته آقای قریشی اشاره کرده‌اند کارمزد همان ۱۵۰ تومان است. باید عرض کنم تازه ما ۵۰۰ تومان راهم کم کرده‌ایم. با این وضعیت اگر به حالت سنتی برگردیم، هزینه تمام شده کارمزد بسیار پایین‌تر خواهد بود تا اینکه با وضعیت پرداخت الکترونیکی فعلی پیش برویم.

انوشه: پولی که به بانک می‌رود، کم نیست. کارت‌خوان‌هایی که حجم پولی جذب می‌کنند، از میانگین سپرده‌گذاری یک شعبه کوچک کم نیستند. بانک‌ها برای افزایش سودآوری خود باید روی ماندگاری پول کار کنند.

○ وقتی بانک، سهامدار صددر صدی PSP است و PSP از درآمد خود به پذیرنده می‌دهد، عدد هزینه قیمت تمام‌شده پول برای بانک افزایش پیدا می‌کند چون عدد هزینه واقعی نیست. اینجا مدل‌های کسب‌وکاری ناخلف شکل

گرفته است. حتی اگر شاپرک قرار است دادن کارمزد را به عنوان یک مسیر رقابتی برای PSPها در نظر بگیرد و آن را به رسمیت بشناسد تا شرکتهای PSP برای جذب پذیرنده کارمزد بدهند، ر گولاتور شاپرک، موظف است برای دادن کارمزد، حداقل سقفی را در نظر بگیرد که PSPهای بزرگ دامپینگ نکنند تا مثلاً عدد بیشتری بدهند یا صددر صد کارمزد و علاوه بر آن نیز مبلغی به پذیرنده پرداخت کنند. البته کار سختی است و باید روی آن فکر شود. آقای حتی هم اشاره کردند در حوزه اپرا تورها، چون در بیلینگ و اپرا تور متمرکز است، به راحتی قابل چک کردن است ولی اینکه قرار دادهای مکتوب یا غیر مکتوب PSPها راحت‌سنجی کنید که عدد پرداخت شده، همان عددی است که تبادل می‌شود، کار سختی است. مانند قرار دادهای رسمی که با بازیکنان فوتبال در باشگاه اتفاق می‌افتد و عدد آن، معمولاً واقعی نیست تا بازیکن، مالیات زیادی را بابت قرارداد پرداخت نکند. البته الان رانمی‌دانم اما در گذشته، در برنامه‌های ورزشی این موضوع، مطرح می‌شد. این، کار سختی است. اگر قرار است این موارد، همانند شرکتهای هدایت تراکشنی با مسولیت PSPها، به رسمیت شناخته شوند، ای‌کاش، شاپرک به این حوزه هم فکر کند که چطور می‌توان آن‌را مدیریت کرد. به قول آقای حتی الان کسی بابت استفاده از سرویس، فرهنگ‌سازی یا تبلیغات نمی‌کند. مدل، عوض شده و دوستان به جای اینکه بیلبور دپزند یا تبلیغات کنند، هزینه آن را به پذیرنده‌ای می‌دهند که بازار هدف است و از این طریق، مشتری را جذب می‌کنند. اگر قرار است این موضوع به رسمیت شناخته شود، ر گولاتور چون نمی‌تواند کف قیمت بگذارد، حداقل سقف تعیین کند که قابلیت صحت‌سنجی داشته باشد.

انوشه: اگر آن بیزینس مدل با مشخصاتی که عرض کردم، استخراج شود، اصلاً پولی نمی‌ماند که توزیع شود چون هر بازیگر متناسب با زحمتی که می‌کشد، بهای تمام‌شده‌ای که داشته و یک سود منطقی، عایدی دارد. قاعداً وقتی بهای تمام‌شده مثلاً ۱۰۰ تومان باشد، ۱۲۰ تومان توزیع کند، این طوری، چیزی باقی نمی‌ماند. نکته این است که این، مدل اقتصادی نیست. تمام خواهش من در این میزگرد، بیزینس مدل است و واژه کلیدی این جلسه برای من این است که بیزینس مدل در بیاید و بازیگران، مشخص شوند و متناسب با زحمتی که می‌کشند، عایدی داشته باشند. الان عایدی‌شان از زحمت‌شان بیشتر است و می‌توانند تولید ثروت

## بانكداری الكترونیكى



کنند و کاسه کوزه‌ها سر PSPها می‌شکنند. می‌توان پدیده کارمزدخواهی را به کارمزددهی تبدیل کرد، واقعا هیچ شرکت PSP دوست ندارد کارمزد بی حساب بدهد اما از آن سمت پدیده کارمزدخواهی وجود دارد. این بر خوردهایی که با شرکتهای PSP می‌شود و این گفتمان که چرا این پول‌ها را پرداخت می‌کنید، در سمت دیگر نیز می‌تواند اتفاق بیفتد و با آنها هم برخورد شود که چرا این کارمزد‌ها را از PSPها می‌گیرید؟ آنها کجای این بیزینس مدل هستند؟ چقدر زحمت کشیده‌اند؟ کارمزد به‌ازای هر تراکش معادل ۱۰۰ تومان است یا ۱ تومان؟ چون این بیزینس مدل وجود ندارد، این اتفاقات رخ می‌دهد.

○ اگر فردا صبح، PSPها همگی تصمیم بگیرند به پذیرنده‌ها کارمزد ندهند و مانند آن حمایت قدیمی نباشد که برای جبرینگ اتفاق افتاد، چه خواهد شد؟ دوستان PSP، می‌خواستند بگویند ما دیگر به جبرینگ کارمزد نمی‌دهیم و تعهدنامه امضا کردند اما نمی‌بندگان آنها در جبرینگ نشسته بودند و به تاریخ قبل، قرار دادها را امضا کردند که شامل جلسه‌ای که به هم یا علی می‌گویند، نشوند! اگر این کار را انجام دهید، واقعا چه اتفاقی می‌افتد؟

حجتی: اجازه بدهید بنده به یکی از وعده‌های آقای دهقان اشاره کنم که امیدوارم به زودی محقق شود. آن وعده، بحث اصلاح بولتن شاپرک است. وقتی بولتن شاپرک چاپ می‌شود و رنکینگ بر مبنای تعداد تراکش است، نشانه عجیبی دارد، یعنی هر شرکت PSP متناسب با تعداد تراکش پردازش شده سنجش می‌شود نه درآمدی که کسب کرده است. این موضوع، موجب ایجاد چرخه معیوب و سرعت گرفتن بیشتر آن می‌شود. بنده به عنوان پرداخت نوین عرض نمی‌کنم بلکه از منظر یک کارشناسی که ۱۵ تا ۱۶ سال است در این صنعت کار می‌کنم، عنوان می‌کنم. این موضوع، باعث می‌شود PSPها برای کسب رتبه بالاتر، نه الزاماً در آمد بیشتر و سودآوری، دست به هر نوع تراکش و معامله‌ای بزنند. همین قضیه باعث می‌شود آن طرف بیزینس یعنی مرچندهای کلان یا خرد، انتظار کارمزد داشته باشند و اینکه در درآمد، شریک شوند. متأسفانه یا خوشبختانه، آنقدر این اعداد و ارقام شفاف است که دقیقاً حساب می‌کنند و به اصطلاح دندان‌های PSPها را می‌شمرند و اعلام می‌کنند با توجه به اینکه فلان مبلغ، نصیب PSPها شده، می‌گویند باید فلان میزان مبلغ را به من بدهید یا درگردهمایی‌هایی که با دوستان صحبت می‌کنیم و قرار بود اجمنی شکل بگیرد اما کم‌رنگ شده، گفته می‌شده می‌ز و صندلی فروشگاه به خصوص برای مواردی تراکش از فروشگاه‌های زنجیره‌ای گرفته تا شر کتهایی که در گاه‌های پرداخت اینترنتی و مشتریان زیاد دارند، هم باید PSP پرداخت کند! وقتی بخشی از این فرایند شفاف است و بخش دیگر نیست، موجب می‌شود PSP برای حفظ رتبه خود و اینکه نزد سهامداران رز سروال نرود، دست به هر کاری بزنند. این شاخص‌های کلیدی عملکرد، شاخص‌های درستی نیست. آقای دهقان قول دادند که این موضوع را بررسی می‌کنند و قرار است بولتن در دست‌تری منتشر شود. خیلی مواقع در این نمودارها، PSPها به‌طور متقارن جابه‌جا می‌شوند و کاملاً مشخص است یک بیزینس از یک PSP به PSP دیگر یا از یک بانک به بانک دیگر منتقل شده است. این امر بیابنگ، تغییر ماهیت بیزینس‌هاست و قدرت چانه‌زنی بیزینس هم در حال افزایش است. این نمودارها خیلی مشهود است.

○ فکر می‌کنم این موضوع، زمانی در ۷۸۰ (هفت هشتاد) هم برای پرداخت نوین افتاد. درست است؟ البته زمان شما نبود.

حجتی: بله دقیقاً همین‌طور بود. قبل از اینکه تغییر و تحولی در تیم مدیریتی پرداخت نوین اتفاق بیفتد، این بیزینس از سمت بانک اقتصاد نوین با یک آفر به سمت بانک ملت رفت و ظرف چند ماه در دو مرحله از پرداخت نوین به شر کت به پرداخت ملت تغییر یافت. البته عمده تراکش‌های ۷۸۰ (هفت هشتاد)، USSD و اینترنتی بود و کارمزدی به آنها تعلق نمی‌گرفت و فقط روی رنکینگ تأثیر داشت. بنابراین انتقال ۷۸۰ یا همان تهران اینترنت به شر کت به پرداخت ملت، در درآمد پرداخت نوین تأثیری نداشت. این شاخص عملکرد، درست نیست و بحث کارمزد USSD، بسیار مفصل است. اگر وعده آقای مهندس دهقان، تحقق پیدا کند، اتفاق بهتری برای شفافیت مالی PSPها می‌افتد و مشخص است هر کس چند تراکش پردازش می‌کند، درآمدش چقدر است.

○ با توجه به از دیاد دستگاه کارت‌خوان در پیشخوان فروشگاه‌ها، معمولاً فروشنده کارت را روی دستگاه کارت‌خوان خاص می‌کشد در صورتی که چند دستگاه دیگر هم دارد. این موضوع را در فروشگاه محل خودمان چک و سوال کردم که چرا کارت را روی یک دستگاه کارت‌خوان مشخص می‌کشید؟ پاسخ می‌دهد که به من گفته شده اگر تعداد تراکش در ماه به فلان میزان برسد، میزان مشخصی پول به وی برمی‌گردد. آیا شما این موضوع را تأیید می‌کنید؟

حجتی: خیر، تأیید نمی‌کنم! حداقل در مجموعه‌هایی که بنده می‌شناسم در سطح خرد فروشی، نشنیده‌ام. اگر این‌طور باشد، فاجعه است. سیستم پرداخت نوین طوری است که اگر تراکش به حدنصاب مشخصی نرسد، جمع‌آوری می‌شود و اعتقاد مجموعه بانک اقتصاد نوین و بالطبع پرداخت نوین، روی کارآمدی است نه تعداد تراکش.

○ البته مشخصاً شما به عنوان پرداخت نوین را عرض نکردم بلکه منظورم کل صنعت بود.

حجتی: در صنعت، همیشه هر چیزی امکان دارد اتفاق بیفتد! به قول یکی از دوستان، بیلبور د که چه عرض کنم، وقتی قرار است میز و صندلی فروشگاه‌ها راهم شرکتهای PSP تقبل کنند، این موضوعی که شما اشاره کردید، یک مصداق کوچک است!

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



خبر

### باج خواهی مهاجمان با به روز رسانی جعلی کروم و اج



باج افزار Magniber این روزها کاربران آسیایی را هدف قرار داده است و مهاجمان در این روش از قربانیان خود می خواهند تا مرورگر کروم و اج خود را به صورت دستی به روز رسانی کنند و با دانلود فایل آلوده توسط کاربر، داده هایش را رمز گذاری می کنند. به گزارش ایسنا، مهاجمان سایبری معروف به مهاجمان Magniber با به کار گیری فایل های (APPX) دارای گواهی نامه های معتبر، بدافزار هایی را در قالب به روز رسانی های مرورگر های کروم و اج توزیع می کنند. محققان احتمال می دهند که مخرب از طریق ایمیل های فیشینگ، لینک های ارسال شده از طریق پیام های فوری (IM) در رسانه های اجتماعی یا سایر روش های توزیع منتقل شده باشد. با جافازر Magniber این روزها کاربران آسیایی را به طور انحصاری هدف قرار داده است. روش توزیع این بدافزار، نشان دهنده تغییر رویکرد مهاجمان نسبت به حملات قبلی است که در آنها معمولا از آسیب پذیری های موجود در اینترنت اکسپلورر، سوء استفاده می کردند. مهاجمان سایبری از قربانیان خود می خواهند تا مرورگر کروم و اج خود را به صورت دستی به روز رسانی کنند و یک فایل APPX برای تکمیل به روز رسانی نیز در اختیار آنان قرار می دهند. فایل های APPX، فایل های Windows Application Package هستند که برای توزیع و نصب آسان ایجاد شده اند و در گذشته نیز در تهدیدات مختلفی برای توزیع بدافزار از آنها سوء استفاده شده است. در با جافازر Magniber، فایل های دست کاری شده APPX به صورت دیجیتال با یک گواهی نامه معتبر امضا می شود، بنابراین این ویندوز، آنها را به عنوان فایل های قابل اعتماد و مطمئن در نظر می گیرد و هیچ هشدار نمی دهد. با توجه به کاهش چشمگیر استفاده از اینترنت اکسپلورر، به احتمال زیاد مهاجمان به دنبال دستیابی به طیف وسیعی از قربانیان از میان کاربران کروم و اج هستند. برخلاف اکثر حملات با جافازر، Magniber، تاکتیک اخاذی مضاعف را اتخاذ نکرده است و قبل از رمز گذاری سیستم ها، فایل ها را سرقت نمی کند. بنابراین راهبران سیستم باید به طور منظم و مداوم، از داده ها و فایل های سیستم سازمان های خود، پشتیبان بگیرند. بر اساس اطلاعات موجود، در حال حاضر امکان رمز گذاری رایگان فایل های قفل شده بدافزار Magniber، وجود ندارد. مرکز مدیریت راهبردی افتا، تاکید کرده است که راهبران امنیتی از اطلاعات سازمانی و با اهمیت سازمان خود، به صورت دوره ای سه نسخه پشتیبان تهیه و فایل های پشتیبان را روی دو رسانه ذخیره سازی مختلف نگهداری کنند. نگهداری یک نسخه از فایل های پشتیبانی تهیه شده از اطلاعات سازمانی و با اهمیت سازمان های دارای زیر ساخت حیاتی، در موقعیت جغرافیایی متفاوت ضروری است. به گزارش ایسنا، با وجود اینکه همواره هشدار داده می شود که روی لینک های ناشناس و حتی لینک های مشکوک که از دوستان و آشنایان ارسال می شود کلیک نکنید، اما این احتمال وجود دارد که افراد به هر دلیل، از وعده اینترنت رایگان تا ثبت نام در یک سایت بخت آزمایی، باز هم روی لینک ها کلیک کرده و گرفتار حمله فیشینگ شوند، حملاتی که با راه اندازی سایت های مشابه سایت های معتبر، اطلاعات کاربران را به سرقت می برند و البته شرکت های مهم از این حملات در امان نیستند. در برخی موارد نیز درخواستی مبنی بر کلیک کردن روی لینک اینگونه ایمیل ها در قالب ایمیل های تبلیغاتی فرستاده می شود و گیرنده را برای باز کردن ایمیل ها تشویق می کند. به همین دلیل کارشناسان هشدار می دهند که کاربران نباید هر ایمیلی که برای شان ارسال می شود، باز کنند، به خصوص اگر این ایمیل از فرستنده ای ناشناس ارسال شده باشد و اگر موضوع و متن ایمیل جذاب بود، باید با شک و تردید بیشتری به آن نگاه کنند.

# ۷ باید و نباید اینستاگرام برای حساب های تجاری

مرتبط است. اگر با تولید محتوا مشکل دارید، سرعت پست خود را طوری تنظیم کنید که متناسب با کسب و کار شما باشد.

## ۶. استفاده از استوری های اینستاگرام را فراموش نکنید

استوری های اینستاگرام نه تنها سرگرم کننده هستند، بلکه بخش مهمی از برنامه محتوای IG شما هستند. در حالی که فید شما باید بیشتر تنظیم شود، می توانید به خودتان اجازه دهید در استوری های تان کمی تهاجمی رفتار کنید. علاوه بر این، استوری های اینستاگرام، فرصت های بسیار زیادی را برای ساده سازی فروش شما فراهم می کند. به عنوان مثال، گزینه Swipe-up به شما این امکان را می دهد که دنبال کنندگان خود را از یک استوری، مستقیما به صفحه محصول خاصی در سایت تجارت الکترونیکی خود هدایت کنید.

## ۷. پیشرفت خود را پیگیری کنید

درست مانند هر جنبه دیگری از بازاریابی دیجیتال، شما باید نتایج برنامه بازاریابی اینستاگرام خود را اندازه گیری کنید. هنگام توسعه استراتژی خود، اولین مورد باید تعیین اهداف روشن و معیارهایی باشد که به شما امکان می دهد پیشرفت خود را دنبال کنید. دانستن اینکه چه مناطقی را ردیابی کنید، می تواند مشکل باشد. به عنوان مثال، اگر هدف شما افزایش فالوور و آگاهی از برند است، باید روی اندازه گیری تعداد فالوورها، منشن ها و اشتراک گذاری های روزانه تمرکز کنید. از طرف دیگر، اگر هدف شما بهبود تعامل است، باید نظرات و لایک ها را دنبال کنید.

در مجموع، وقتی صحبت از اینستاگرام برای حساب های تجاری می شود، بایدها و نباید های زیادی وجود دارد. امیدواریم این مطلب، به رفع برخی از مهم ترین مشکلات کمک کرده باشد. مسیر نهایی برای موفقیت این است که در استراتژی اینستاگرام خود، ثابت قدم و همیشه به دنبال راه های جدید بهبود باشید.



برو فایل اینستاگرام تان می بینند. به همین دلیل، باید از آن به خوبی استفاده کنید. وقتی محصول یا خدمات، صفحه فرود یا پست وبلاگ جدیدی برای تبلیغ دارید، پیوند را در بیوگرافی خود قرار دهید تا افراد را به طور مستقیم به آنجا برساند. همچنین به مکالمات مربوط به برند خود و دنبال کردن هشتگ های مرتبط با چت صنعت بپیوندید.

۱. از یک سرویس رشد خوب اینستاگرام استفاده کنید  
یک سرویس خوب رشد اینستاگرام به شما کمک می کند تعداد فالوور های واقعی را افزایش دهید و تعامل بیشتری را جلب کنید. با این حال، همه ابزارها، یکسان ساخته نمی شوند، بنابراین در انتخاب یکی از ابزار هایی که قرار است استفاده کنید، مراقب باشید. به عنوان مثال، سرویس رشد Ingramer از اتوماسیون برای صرفه جویی در زمان، در حین رشد حساب شما استفاده می کند که خطر ناک است زیرا ممکن است از پلتفرم محروم شوید. کمی تحقیق کنید و به دنبال سرویسی با استراتژی رشد قابل اعتماد بگردید که به شما کمک کند تعداد فالوور های خود را به صورت ایمن و صادر صد به صورت ارگانیک افزایش دهد.

## ۲. با فالوور های خود در تعامل باشید

تعامل با فالوور ها و ایجاد مکالمه، بسیار مهم است. از فالوور های خود سوال بپرسید و اجازه دهید آنها در مورد رنگ های محصول جدید، تصمیم بگیرند یا به شما بگویند کتاب الکترونیکی بعدی شما باید در مورد چه چیزی

## ۳. یک دید امضایی ایجاد کنید

ایجاد یک ظاهر امضا برای حساب اینستاگرام شما زمان می برد اما در مورد جذب افراد به پست های شما و افزایش سطح تعامل، عالی، عمل می کند. عکس ها و رنگ آمیزی اینستاگرام شما، باید منعکس کننده لحن کلی برند شما باشد. به این موضوع فکر کنید که می خواهید صفحه شما از نظر بصری، چگونه به نظر برسد. از یک طرح رنگ ثابت استفاده کنید تا مردم بتوانند بلافاصله پس از ورود به نمایه شما، احساس برند شما را پیدا کنند. در نهایت، فراموش نکنید که به طور مداوم از فیلترها و از پیش تنظیم هایی که نشان دهنده برند شماست، استفاده کنید.

## ۴. به بیوگرافی خود توجه کنید

بیوگرافی شما اولین چیزی است که افراد هنگام ورود به واقعیت افزوده فعلی داشته باشند. هدست های واقعیت افزوده قبلی مانند گوگل گلس یا مایکریلیپ محصولات کاملی نبودند و برای اینکه کاربران را عجیب غریب نشان می دادند، مورد تمسخر قرار گرفتند. در این بین، هدست های واقعیت مجازی موفق تر بوده اند. دستگاه های عرضه شده از سوی شرکت هایی مانند متا پلنر فمز، کاربران را از دنیای واقعی جدا و در واقعیت دیجیتالی غوطه ور کرده و زمینه را برای دنیاهای مجازی با متاورس مهیا می کنند. اما حتی هدست های واقعیت مجازی نتوانسته اند فراتر از گروه گیمر ها را جذب کنند.

محصول اپل هر دو فناوری و واقعیت افزوده و واقعیت مجازی را در یک دستگاه جمع کرده و به این شرکت اجازه می دهد در این صنعت نو پا پر چمدان شود. انتظار نمی رود این محصول از ابتدا مانند ایفون پر فروش شود. این محصول یک محصول گران جدید است اما دستگاهی است که زمینه را برای دستگاه های پول ساز بزرگ تر در سال های آتی مهیا می کند. چالش فعلی رساندن محصول به دست مشتریان است. به گفته منابع آگاه، اپل اخیرا با شرکای تولید کننده محصولات این شرکت اعلام کرده که این دستگاه احتمالا تا سال ۲۰۲۳ عرضه نمی شود. با این حال همچنان سازندگان قراردادی را تحت فشار قرار داده تا دستگاه ها را تا پایان امسال تولید کنند تا آماده عرضه باشند.

اپل قصد دارد کنفرانس طراحان ۲۰۲۳ خود را روی ساخت اپلیکیشن های واقعیت مجازی و واقعیت افزوده برای این دستگاه متمرکز کند. اپل همچنین زمینه سازی های دیگری را نیز برای این دستگاه در نظر

اپل در حال بررسی به تعویق انداختن عرضه هدست واقعیت ترکیبی خود به مدت چند ماه است و احتمالا عرضه نخستین محصول جدید مهم خود از زمان عرضه اپل واچ در سال ۲۰۱۵ را به تاخیر خواهد انداخت.

به گزارش ایسنا، بلومبرگ به نقل از منابع آگاه گزارش کرد که این هدست، (دستگاه پیشرفته ای که واقعیت مجازی و واقعیت افزوده را ترکیب می کند) قرار بود در کنفرانس سالانه طراحان جهان اپل در ژوئن رونمایی و سپس به بازار عرضه شود. اما چالش های طراحی مربوط به داغی بیش از حد، دور بین ها و نرم افزار، پیشرفت کار ساخت آن را دشوار تر کرده است. مشکلات طراحی ممکن است رونمایی این محصول را تا پایان سال ۲۰۲۲ یا فراتر از آن به تاخیر بیندازد و محصول نهایی تا سال ۲۰۲۳ آماده عرضه به بازار شود. این تاخیر، پسرقت برای محصولی محسوب می شود که به عنوان یکی از گام های بزرگ بعدی معروف اپل دیده می شود و شاخه جدیدی را ایجاد می کند که می تواند رشد فروش اپل را حفظ کرده و به رسیدن ارزش بازار این شرکت به بیش از ۳ تریلیون دلار کمک کند. اپل درباره این هدست علنا صحبت نکرده است اما این محصول سال ها در دست طراحی بوده و پیش از این هم با تاخیر هایی روبه ر و شده است.

به گفته منابع آگاه، اپل پیش تر قصد داشت این هدست را در سال ۲۰۲۱ معرفی کرده و آن را امسال عرضه کند. این شرکت از حدود سال ۲۰۱۵ سرگرم طراحی این دستگاه بوده و انتظار دارد این محصول یکی از اولین هدست هایی باشد که تا ۱۰ سال دیگر جایگزین ایفون می شود.

اپل امیدوار است محصولات بیسازد که جذابیت بیشتری از گجت های

## رونمایی از جدید ترین محصول اپل به تاخیر افتاد

دارد که شامل افزودن پشتیبانی برای این دستگاه در سیستم عامل iOS ۱۶ با نام کسیدنی (نسخه جدید سیستم عامل ایفون) است. این به معنای آن است که اپل می تواند تا زمان برگزاری کنفرانس امسال طراحان این شرکت، جنبه های فنی این هدست تا نرم افزار آن را بدون نمایش دستگاه کامل، پیش نمایش دهد. هنگامی که اپل این محصول را عرضه کند با قابلیت فوری روبه رو خواهد شد. شرکت متا یا فیس بوک سابق سرگرم کار روی هدست واقعیت ترکیبی خود است که با عنوان پروژه کامبریا شناخته می شود و احتمالا از زمان تر از دستگاه اپل خواهد بود. اپل قیمت بالای ۲ هزار دلار را برای هدست خود در نظر گرفته است که شامل تراشه های قدرتمند، نمایشگر های کیفیت بالا و فناوری صوتی جدیدی است. بیش از ۲ هزار کارمند اپل اکنون روی سخت افزار و واقعیت مجازی و واقعیت افزوده در واحدی تحت نام گروه توسعه فناوری کار می کنند. اپل در ماه های اخیر شاهد خروج شماری از مهندسان از این واحد و پیوستن آنها به شرکت متا بوده است. این شرکت برای حفظ مهندسان کلیدی خود پاداش هایی در قالب سهام به ارزش ۱۸۰ هزار دلار عرضه کرده است. بر اساس گزارش بلومبرگ، هنگامی که اپل برای نخستین بار اپل واچ را ساخت، این دستگاه را در سپتامبر سال ۲۰۱۴ رونمایی کرد و سپس در مارس سال ۲۰۱۵ به معرفی قابلیت های بیشتر آن پرداخت و نهایتا در آوریل همان سال، این محصول را به بازار عرضه کرد. احتمالا هدست واقعیت ترکیبی اپل مسیر مشابهی را طی خواهد کرد.

به گفته نماینده لرستان، اصل بر تصویب طرح است اما احتمال تغییرات در پیش نویس محتمل است. ویس کر می با بیان اینکه نمایندگان درگیر تصویب بودجه هستند، افزود: تکلیف طرح صیانت پس از نوروز ۱۴۰۱ مشخص می شود و اگر پیش نویس قوی باشد در چند جلسه تصویب خواهد شد. دبیر کمیسیون مشترک حمایت از حقوق کاربران در فضای مجازی در پاسخ به این پرسش که چه تمهیداتی برای محدود نکردن فضای مجازی برای کسب و کار های اینترنتی در نظر گرفته شده است؟ افزود: در مجلس، قانون بهبود فضای کسب و کار برای خدمت به مردم تصویب شده است. چگونه ممکن است با تصویب قانونی دیگر آن را محدود و نقض کنیم. ما استفاده کاربران در فضای مجازی را نظام مند می کنیم و یکسری ضوابط در این زمینه حاکم می شود.

## دبیر کمیسیون مشترک حمایت از حقوق کاربران در فضای مجازی

### تکلیف طرح صیانت پس از عید نوروز مشخص می شود

کسب و کار های مردم در فضای مجازی، چالش هایی ایجاد شود. ما تلاش داریم که این مشکلات را به حداقل برسانیم. او با بیان اینکه اختلافات اساسی بین مرکز پژوهش ها و مجلس وجود ندارد، تصریح کرد: مرکز نقطه نظرات را به صورت شفاف بیان نکرد و اظهار نظر آنها کلی بوده است این در حالی است که نمایندگان از مرکز درخواست داشتند که دیدگاه های خود را به صورت مصداقی روی بندهای طرح بیان کند و بیان کند با اجرای این طرح کسب و کار های مجازی چه پیامدهای روی کسب و کار های مجازی ایجاد می کند.

سرعت تحولات در فضای مجازی بالاست. او با اشاره به لزوم بالابردن فرهنگ رسانه ای در کشور، تصریح کرد: طرح صیانت به دنبال محدود کردن مردم نیست و اگر چنین اهدافی داشته باشد عملی نیست زیرا تکنولوژی رانمی توان با قانون مهار کرد. این نماینده مجلس در پاسخ به این پرسش که اختلافات نظر مجلس با مرکز پژوهش های مجلس برای اصلاح طرح صیانت به کجا رسید؟ ادامه داد: مرکز پژوهش های مجلس دو مرتبه روی پیش نویس کمیسیون فرهنگی اظهار نظر کرده است. این دغدغه و نگرانی وجود دارد که با تصویب این طرح برای

مشخص باشد. پیشرفت تکنولوژی نیز مانند هر پدیده جدیدی دو سویه تهدید و فرصت دارد. ما با این طرح می خواهیم تهدیدها را کاهش و فرصت های آن را تقویت کنیم. ویس کر می با اشاره به مشکلات کاربران در فضای مجازی، خاطر نشان کرد: شکایت هایی زیادی در زمینه کسب و کار های اینترنتی به دست ما رسیده است و ما تلاش داریم با تصویب قانون، میزان کلاهبرداری ها در این بخش را کاهش بدهیم. متاسفانه این خلاقانوی در قوه قضایه بسیار احساس می شود و ما در این بخش عقب مانده هستیم این در حالی است که

دبیر کمیسیون مشترک حمایت از حقوق کاربران در فضای مجازی خاطر نشان کرد: در حال حاضر نمایندگان مجلس درگیر تصویب بودجه هستند و پیش بینی می شود که طرح صیانت با آغاز سال جدید تصویب شود. مهرداد ویس کر می در گفت و گو با ایلنا، با اشاره به بررسی طرح صیانت در مجلس، گفت: طرح صیانت در حال بررسی بیشتر است و ما هیچگاه با تصویب این طرح به دنبال محدود کردن استفاده کاربران از فضای مجازی به هر قیمتی نبودیم. طرح صیانت را به عنوان برچیدن فضای مجازی معرفی کردند و ذهن ها را نسبت به اجرای آن منحرف کردند. نماینده مردم لرستان با بیان اینکه مخالفان طرح صیانت در معرفی آن انحراف ایجاد کردند، افزود: بحث این است که قوانینی وجود داشته باشد که تکلیف ما در زمان بروز مشکلات



خبر

## لایحه جدید آمریکا برای ساده‌سازی شرایط استفاده از سایت‌ها و پلتفرم‌ها



جمعی از نمایندگان کنگره آمریکا قانونی ارایه کرده‌اند تا وب‌سایت‌ها و پلتفرم‌های اینترنتی، شرایط استفاده از سرویس‌های خود را به‌طور خلاصه و به زبان ساده برای کاربران فراهم کنند.

به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از انگجت، احتمال کمی وجود دارد که کاربران، شرایط استفاده از سرویس (قوانین) یک وب‌سایت را به‌طور کامل مطالعه کنند. این امر نیز دلیل ساده‌ای دارد، بسیاری اوقات شرایط استفاده از سرویس بسیار طولانی هستند و درک معانی آن سخت است. برخی از پلتفرم‌ها خلاصه‌ای از بیانیته قوانین خود را برای کاربران ارایه می‌کنند اما تعداد آنها بسیار محدود است و چنین اقدامی هنوز به‌نجار تبدیل نشده است. در همین راستا گروهی از قانون‌گذاران دموکرات و جمهوری خواه تصمیم دارند این روند را تغییر دهند. آنها لایحه «برچسب‌زنی طراحی و خوانا بودن شرایط استفاده» یا TLDR را ارایه کرده‌اند. این قانون در صورت تصویب، کسب و کارهای آنلاین را ملزم می‌کند تا خلاصه‌ای مشابه برچسب مواد تشکیل‌دهنده ماده غذایی را در بالای توافق‌نامه شرایط استفاده از سرویس‌های‌شان ارایه کنند. همچنین قراردادها با محققان برای انجام پژوهش از طریق استفاده از برچسب‌های XML را ساده‌تر کنند. براین اساس پلتفرم‌ها ملزم هستند هر گونه نشئت داده‌ها را گزارش و همچنین اطلاعاتی درباره آن ارایه کنند که آیا یک کاربر قادر به حذف داده‌هایش است یا خیر و چگونه می‌تواند این کار را انجام دهد. در بیانیته لوری تاراها، یکی از نمایندگان ارایه‌کننده این لایحه آمده است: توافق‌نامه‌های قوانین استفاده از سرویس برای مدتی طولانی مصرف‌کنندگان را مجبور کرده یا تمام شرایط شرکت را قبول کنند یا دسترسی به وب‌سایت و اپ را به‌طور کامل از دست بدهند. هیچ جایگزین و گزینه واقعی در این خصوص وجود ندارد.

این گروه از نمایندگان کنگره آمریکا به تحقیقی در ۲۰۱۲ میلادی اشاره کرده‌اند که طبق آن به‌طور متوسط ۷۶ روز کاری طول می‌کشد تا یک شهروند آمریکایی تمام شرایط استفاده از سرویس را بخواند. همچنین این قانون، بررسی قراردادها را از طریق استفاده از تگ‌های XML برای محققان آسان می‌کند و از آنها می‌خواهد هر گونه نقض اخیر داده‌ها را افشا کنند و اطلاعاتی در مورد اینکه آیا کاربر می‌تواند داده‌های خود را حذف کند و نحوه انجام این کار را ارایه دهد.

### محدوده قیمت موبایل چقدر است؟

رییس کمیسیون تنظیم بازار انجمن واردکنندگان موبایل، تلبت و لوازم جانبی ضمن ارایه توضیحاتی در خصوص تفاوت قیمت دلاری و ریالی تلفن همراه در کشور، محدوده قیمت موبایل را یک میلیون و ۸۰۰ هزار تا ۵۵ میلیون تومان عنوان کرد.

حبیب‌اسدی در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه محدوده قیمت تلفن‌های همراه هوشمند از حدود یک میلیون و ۸۰۰ هزار تومان تا ۵۵ میلیون تومان است، اظهار کرد: به‌طور کلی هزینه‌های قانونی واردات، مالیات، هزینه خدمات و سود واردکننده و توزیع‌کننده به قیمت دلاری کالا اضافه می‌شود و به دست مصرف‌کننده می‌رسد. به گفته او، این هزینه‌ها شامل ۵۵ درصد حقوق و عوارض گمرکی و سود بازرگانی، ۹ درصد مالیات بر ارزش افزوده است که در زمان واردات دریافت می‌شود. سقف سود قانونی واردکننده ۱۵ درصد، عمده‌فروشی ۳ درصد و خرده‌فروشی نیز ۷ درصد است، اما به دلیل رقابت بالا و نیاز به گردش بازار، عموماً واردکننده و خرده‌فروش بیش از یک تا ۲ درصد سود دریافت نمی‌کنند.

اسدی در ادامه درباره وضعیت بازار در پی نوسانات اخیر بازار ارز، گفت: کاهش و افزایش قیمت ارز در بازار آزاد مرجع واردات قانونی نیست. در واقع ارز مورد نیاز واردات کالاها از سامانه‌ها تقصیص داده می‌شود و قیمت موبایل نیز متناسب با نرخ همین ارز تغییر می‌کند. نکته مهمی که باید به آن توجه داشت، این است که با وجود کاهش نرخ ارز در بازار آزاد طی روزهای اخیر، اما همچنان شاهد روند افزایشی نرخ ارز در سامانه‌ها هستیم. در واقع این اتفاق به خودی خود باید نرخ تمام‌شده موبایل در کشور افزایش می‌دهد، اما رقابت در بین شرکت‌ها باعث ثبات قیمت در بازار شده است. او در ادامه تأکید کرد که با توجه به استفاده واردکنندگان از ارز نیمایی، کاهش ارزش پول ملی و رقابت در بازار، قیمت موبایل در ایران پایین‌تر از کشورهای منطقه است.

## باید و نبایدهای رمزارز ملی



### راه‌اندازی می‌شود

فاز آزمایشی رم‌پول بانک مرکزی به‌زودی راه‌اندازی می‌شود. همچنین مهران محرمیان، معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی، در حاشیه هفتمین همایش مالی اسلامی، در خصوص رم‌زارزها اظهار کرد: رم‌زارز پدیده‌ای است که مرزشناس نیست، اما فرض بر این است کسی که در خارج از کشور می‌خواهد برای واردات از رم‌زارزهای استخراج‌شده داخل کشور استفاده کند، منعی ندارد و مصوبه هیات وزیران را هم دارد. بانک‌های مرکزی برای حل تناقض بین تمرکززدایی که در ذات رم‌زارزهاست و ابوطالب نجفی، مدیرعامل شرکت خدمات انفورماتیک اعلام کرد که در بانک مرکزی هم سندی در خصوص رم‌پول تدوین شده و به نظر می‌رسد این پروژه سال آینده به بلوغ می‌رسد. البته او تأکید کرد که مساله پروژه رم‌پول فقط تبدیل ریال به فرم دیجیتال نیست بلکه باید ابعاد اقتصادی، اجتماعی، حقوقی و ریسک‌ها را نیز در نظر بگیریم که این مساله نیازمند مطالعات سنگین است.

می‌رود و دیگر ارزی نیست، بلکه همان پول ریالی به صورت الکترونیکی است که جذابیت فناوری و سرمایه‌گذاری ندارد. بنابراین پول مجازی داخلی پایه ریال بر بستری بلاک چین به خاطر سهولت انتقال بین مردم، نه جایگاهی از نظر فناوری دارد و نه جایگاهی از نظر ارزش سرمایه‌گذاری دارد و از آن استقبال نمی‌شود. با وجود این اخیراً از سوی بانک مرکزی، این‌طور عنوان شده که توان بانک مرکزی برای مدیریت بازار ارز افزایش یافته است و رم‌زارز ملی در آینده نزدیک به‌صورت آزمایشی راه‌اندازی خواهد شد. البته پس از آن سید ابوطالب نجفی، مدیرعامل شرکت خدمات انفورماتیک اعلام کرد که در بانک مرکزی هم سندی در خصوص رم‌پول تدوین شده و به نظر می‌رسد این پروژه سال آینده به بلوغ می‌رسد. البته او تأکید کرد که مساله پروژه رم‌پول فقط تبدیل ریال به فرم دیجیتال نیست بلکه باید ابعاد اقتصادی، اجتماعی، حقوقی و ریسک‌ها را نیز در نظر بگیریم که این مساله نیازمند مطالعات سنگین است.

## ۷ خطری که کودکان را در فضای مجازی تهدید می‌کند

بزرگسالان و اعتماد آنها سوءاستفاده می‌کنند. این شکارچیان در رسانه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های بازی که برای کودکان جذاب هستند، کمین می‌کنند؛ یعنی در همان فضاهایی که ناشناس بودن، قلدری و اخاذی را تسهیل می‌کند. سوءاستفاده‌گران در این فضا می‌توانند نه تنها از معصومیت کودکان، بلکه از موهبت تخیل آنها نیز سوءاستفاده کنند. «بیابید بازی کنیم» یک عبارت رایج و سالم در بازی‌های آنلاین و تعاملی است، اما سوءاستفاده‌گران می‌توانند از آن به عنوان قلابی برای کشیدن کودکان به سمت خودشان استفاده کنند. پلیس، راهنمایی‌هایی را برای محافظت از کودکان در برابر سوءاستفاده‌گران و سایر خطرات آنلاین ارایه می‌دهد. با این حال، باز هم بهترین محافظت این است که به‌طور منظم با فرزندان خود در مورد آنچه در زندگی روزمره آنها می‌گذرد، صحبت کنید.

کودکان هنوز مرزهای اجتماعی را درک نکرده‌اند. آنها ممکن است اطلاعات شخصی را به‌صورت آنلاین منتشر کنند. این اطلاعات ممکن است هر چیزی باشد، از تصاویر کاملاً شخصی گرفته تا درس‌خانه یا برنامه‌های تعطیلات خانوادگی. بسیاری از مطالبی که فرزندان شما پست می‌کنند، به صورت عمومی نمایش داده می‌شود. این به آن معناست که شما نمی‌توانید آن را ببینید. هیچ ضرری ندارد به آنها یادآوری کنید که اگر مامان و بابا می‌توانند آن را ببینند، بقیه هم می‌توانند آن را مشاهده کنند. از جاسوسی بپرهیزید، اما در مورد این مسایل، خط قرمزهای خانواده و مرز بین انتشار عمومی و خصوصی اطلاعات با کودکان تان صحبت کنید.

فیشینگ یعنی استفاده از ایمیل‌هایی که سعی می‌کنند افراد را فریب دهند تا روی پیوندها یا پیوست‌های مخرب کلیک کنند. تشخیص این پیام‌ها ممکن است برای کودکان دشوار باشد، زیرا اغلب، به نظر می‌رسد که ایمیل از طرف شخصی قانونی است، مانند یکی از دوستان یا اعضای خانواده. در این ایمیل‌ها آمده: «هی، فکر کردم ممکن است این را دوست داشته باشی!» این کار می‌توان با استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان یا پیام‌های متنی نیز انجام داد که به آن «smishing» می‌گویند.

ایمیل‌های فیشینگ و متن‌های smishing می‌توانند در هر زمانی ظاهر شوند، اما مجرمان سایبری که آنها را طراحی می‌کنند، سایت‌های محبوب کودکان را زیر نظر دارند و اطلاعاتی مانند آدرس ایمیل و نام دوستان و سایر اطلاعات را برای تطبیق حملات خود جمع‌آوری می‌کنند. به فرزندان خود بیاموزید که از کلیک کردن روی ایمیل‌ها یا پیام‌های افراد غریبه خودداری کنند و مراقب پیام‌هایی که به نظر می‌رسد از طرف دوستان‌شان است، باشند. کودکان ممکن است در فضای مجازی درگیر کلاهبرداری‌هایی شوند که چیزهای مورد علاقه‌شان را ارایه می‌دهند؛ مثلاً دسترسی رایگان به بازی‌های آنلاین یا ویژگی‌های خاص. کودکان و نوجوانان، اهداف خوبی برای کلاهبرداری هستند، زیرا هنوز یاد نگرفته‌اند که احتیاط کنند. مجرمان

فضای مجازی با همه خوبی‌هایی که دارد می‌تواند برای همه افراد به نوعی تهدید آفرین باشد و این تهدیدات برای کودکان و نوجوانان بیشتر از دیگران است.

اینترنت می‌تواند برای همه یک محیط خطرناک باشد، اما کودکان و نوجوانان در این فضا آسیب‌پذیرتر هستند. از شکارچیان سایبری گرفته تا بست‌های منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی، می‌تواند زندگی آنها را تهدید کند. به گزارش وب‌سایت کسپرسکی، خطرات آنلاین می‌توانند عواقب شدید، پرهزینه و حتی غم‌انگیزی داشته باشند. کودکان ممکن است ناخواسته خانواده خود را مثلاً با دلتلود تصادفی بدافزارهایی که به مجرمان سایبری امکان دسترسی به حساب بانکی والدین یا سایر اطلاعات حساس را می‌دهد، در معرض تهدیدات اینترنتی قرار دهند. حفاظت از کودکان در اینترنت و دانستن اینکه چه خطراتی در کمین آنهاست و چگونه می‌توان از آنها محافظت کرد، موضوع مهمی است. اگرچه نرم‌افزار امنیت سایبری می‌تواند به محافظت در برابر برخی از تهدیدات به‌فراوان کمک کند، مهم‌ترین اقدام اما ارتباط دوستانه والدین با فرزندان است.

اکثریت قریب به اتفاق (۹۰ درصد) نوجوانان موافق هستند که زورگویی سایبری یک مشکل است و ۶۳ درصد معتقدند که این یک مشکل جدی است. علاوه بر این، یک نظرسنجی در سال ۲۰۱۸ در خصوص رفتار آنلاین کودکان نشان داد که تقریباً ۶۰ درصد از کودکانی که از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، شاهد نوعی زورگویی بوده‌اند و به دلایل مختلف، این رفتار را به کلی نادیده گرفته‌اند. با توجه به گزارشات منتشر شده، تا فوریه ۲۰۱۸ نزدیک به نیمی (۴۷ درصد) از کل جوانان قربانی زورگویی سایبری شده‌اند. شبکه‌های اجتماعی و بازی‌های آنلاین، «زمین‌های بازی مجازی» امروز هستند و این یعنی دقیقاً همانجایی که بیشترین میزان زورگویی سایبری در آنها رخ می‌دهد و این اتفاق ۲۴ ساعته در حال انجام است. ممکن است کودکان در نحوه تعاملات‌شان در شبکه‌های اجتماعی مورد تمسخر قرار بگیرند یا در بازی‌های آنلاین، شخصیت‌هایی که کودکان آنها را بازی می‌کنند مدام مورد حمله قرار بگیرد و بازی‌ها را از یک ماجراجویی تخیلی به یک مصیبت تحقیرآمیز تبدیل کنند. در نتیجه، این زورگویی سایبری ممکن است به زندگی واقعی نیز کشیده شود.

بهترین راه برای محافظت از کودکان در برابر زورگویی سایبری این است که والدین راحت با فرزندان خود در مورد آنچه در زندگی آنها به صورت آنلاین و واقعی می‌گذرد و همچنین در خصوص نحوه مقابله با زورگویی صحبت کنند. نرم‌افزار امنیت سایبری و برنامه‌های تخصصی برای نظارت بر فعالیت آنلاین و تلفن همراه کودکان می‌تواند کمک‌کننده باشد، اما هیچ چیز جایگزین گفت‌وگو نیست. این روزها سوءاستفاده‌گران جنسی و سایر سوءاستفاده‌گران، اغلب کودکان را در اینترنت تعقیب می‌کنند و از معصومیت، عدم نظارت



# اصلاح قیمت اینترنت از سال آینده؛ قریب به یقین



سعید میرشاهی

افزایش قیمت اینترنت اگر چه تا پایان سال از سوی مجلس ممنوع شده، اما مسوولان وزارت ارتباطات، از حالا و با تاکید بر ایجاد انگیزه سودآوری در سرمایه گزاران برای توسعه و ارائه کیفیت مناسب، حرف آن را برای سال آینده پیش کشیدند و به نظر می رسد تعرفه نیم بهای ترافیک سایت های داخلی، یکی از مدل های جدید برای مقررات گذاری قیمت اینترنت باشد.

به گزارش ایسنا، این روزها شرکت های ارائه دهنده اینترنت ثابت دچار مشکلات مالی شدند و برخی از آنها بازار را به اپراتورهای موبایلی واگذار کردند، زیرا پایین بودن تعرفه اینترنت در اپراتورهای موبایلی، موجب شده تمایل افراد به استفاده از اینترنت موبایل به جای اینترنت ثابت باشد و در نتیجه شرکت های FCP در حال از دست دادن مشتریان شان هستند و این موضوع به گفته کارشناسان، نه تنها موجب حذف تدریجی ارتباطات ثابت شده بلکه به مرور این صنف و سایر خدماتی که به ارتباطات ثابت وابسته هستند را دچار مشکل خواهد کرد.

عیسی زارع پور، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات، چندی پیش با بیان اینکه تعرفه اینترنت ثابت، طبق قانون مجلس امسال افزایش نخواهد داشت، گفت: ما برای افزایش کیفیت تلاش می کنیم، کمالاتی که در دو هفته گذشته وضعیت پهنای باند بین الملل را ترمیم کردیم، اما در ۱۰ سال گذشته در حوزه اینترنت ثابت در کشور اتفاقی نیفتاده است. رتبه اینترنت ثابت ما در دنیا ۹۰ از میان ۱۴۲ کشور است و اگر اقدام قابل توجهی صورت گرفته بود، باید در رتبه بندی های بین المللی و احساس مردم، خودش را نشان می داد، در حالی که اکنون بخش قابل توجهی از اعتراضات مردم نسبت به اینترنت ثابت است.

## مقررات باید برای تولید کنندگان داده های حجیم اصلاح شود

به همین دلیل صادق عباسی شاکوه، رییس سازمان



تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، در نشست تخصصی «طراحی و تدوین مدل اقتصادی شبکه ملی اطلاعات» که گزارش آن بیست و یک دی ماه در وبسایت سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی منتشر شد، اعلام کرد: نیم بها بودن تعرفه ترافیک داخلی برای تولید کنندگانی که محتوای کم حجمی دارند یا استارت آپ هایی که در حال شکل گیری هستند، مناسب است؛ اما باید با تغییر روش ها یا اختیاری کردن تعرفه ترجیحی، مقررات را برای تولید کنندگان داده های حجیم اصلاح کنیم.

او خاطر نشان کرد: تدوین مدل اقتصادی شبکه ملی اطلاعات به همه اجزای این چرخه دقت شود، گفت: چند سال پیش، تعیین تعرفه نیم بها برای ترافیک داخلی به منظور حمایت از محتوای داخلی از سوی مرکز ملی فضای مجازی ابلاغ شد و کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات نیز مصوبه ای را تدوین کرد تا این موضوع اجرایی شود. در آغاز کار، اجرای این موضوع و نظارت بر تفکیک ترافیک داخلی و بین الملل و محاسبه هزینه آن بسیار مشکل بود که با همکاری سازمان فناوری اطلاعات انجام شد.

## تعرفه نیم بها برای VOD ها مشکل ایجاد کرد

او تاکید کرد: این موضوع در واقعیت برای برخی از دارندگان محتوا، به ویژه کسانی که در آغاز فعالیت شان هستند، انگیزه ای برای رشد کارشان بود و اثرات مثبتی هم داشت، ولی در حال حاضر این مصوبه برای برخی فعالان مانند VOD ها که محتوای حجیم و مصرف

ترافیک بالایی دارند، از نظر جذابیت برای سرمایه گذاری و تولید محتوا مشکلاتی را ایجاد کرده است.

رییس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی درباره تجربه مدیریت این موضوع در سایر کشورها گفت: در کشورهای دیگر نیز وارد تعرفه ترافیک نشده و قیمت یکسانی برای همه در نظر گرفته می شود و تولیدکننده محتوا و اپراتور ارائه دهنده خدمت در تعامل با یکدیگر در قالب اسپانسر دیتا فعالیت می کنند.

معاون وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات با تاکید بر پیاده سازی مدل اسپانسر دیتا در کشور افزود: رگولاتوری نباید وارد مسایل تعرفه گذاری شود و این موارد باید به صورت دوطرفه بین اپراتور ارائه دهنده خدمت و تولیدکننده محتوا شکل بگیرد و نقش رگولاتوری در بخش حفاظت از حقوق مصرف کننده، نظارت بر این تعامل است.

## مدل جدید قیمت اینترنت برای سال جدید

عباسی شاکوه پیش از این هم به ایسنا گفته بود: تا پایان سال ۱۴۰۰ برای افزایش قیمت اینترنت ثابت و سیمار، منع قانونی از سوی مجلس شورای اسلامی وجود دارد، اما برای سال جدید، مدل جدید قیمتی خواهیم داشت، مدلی که هم برای مردم مفید باشد و هم برای اپراتورها، اکنون هم در حال بررسی مدل های قیمتی هستیم و هنوز به نتیجه قطعی نرسیده ایم. قیمت بسته های اینترنتی اپراتورها هم باید اصلاح شود و اپراتورها باید پیشنهادات جدیدی دهند و ما این پیشنهادات را بررسی می کنیم و اگر تناقضی با مقررات نداشته باشد، آنها را تایید می کنیم.

او خاطر نشان کرده بود: نارضایتی اصلی زمانی اتفاق می افتد که خدمتی ارائه نشود یا کیفیت بدارایه شود. قیمت باید در کنار کیفیت و در دسترس بودن، مورد توجه قرار گیرد. باید مطمئن باشیم که همیشه ارائه کیفیت مناسب به مردم امکان پذیر است و اگر قیمت ها آنقدر پایین باشد که این امکان فراهم نشود، مردم بیشتر متضرر می شوند. البته ما مراعات می کنیم که مردم بتوانند به سرویس های پایه شان دسترسی داشته باشند، اما باید مدل مناسبی داشته باشیم که هم مردم به سرویس مناسب با قیمت مناسب برسد، هم اپراتورها بتوانند سرمایه گذاری لازم را انجام دهد.

## رییس سازمان فضایی ایران

# پیشرفت حوزه فضایی با حضور بخش خصوصی و دانش بنیان محقق می شود

مشارکت با ۳۳ عامل محقق شده و تعداد کل عاملان هم سرمایه گذاری صندوق نوآوری نیز ۴۶ عامل است؛ همچنین آورده غیر نقدی (دانش فنی) کار آفرین نیز لحاظ می شود.

ملکی فر در خصوص تأسیس صندوق های سرمایه گذاری جسورانه و خصوصی نیز بیان کرد: تا پیش از ورود صندوق نوآوری و شکوفایی، تنها ۱۰ صندوق با مجموع سرمایه ۳۷۵ میلیارد تومان وجود داشت اما در دوره جدید فعالیت این صندوق (از آذر سال ۱۳۹۷ تاکنون) صندوق نوآوری در تأسیس ۱۰ صندوق جسورانه بورسی با اندازه اسمی ۱۴۸۵۰ میلیارد ریال مشارکت کرده است. در حال حاضر ۱۷ صندوق جسورانه بورسی و خصوصی نیز در کشور در حال پذیرش نمایی هستند، یا پذیرش نمایی آنها به پایان رسیده است که مجموع سرمایه آنها تا پایان امسال به ۲۸۰۰ میلیارد تومان می رسد. معاون توسعه نوآوری صندوق نوآوری و شکوفایی، مشارکت در صندوق های جسورانه بورسی را در حوزه های مختلف زیست فناوری، انرژی های نو، تجارت الکترونیکی، پلتفرم های خدماتی، فناوری اطلاعات و معاملات الگوریتمی، صنایع خلاق و محتوا، کشاورزی، فین تک و زنجیره بلوکی و فناوری های آینده اعلام کرد.

ملکی فر در ادامه با اشاره به اینکه در حال حاضر از حدود ۷۰ صندوق پژوهش و فناوری برخورداریم که سرمایه اولیه آنها یک هزار میلیارد تومان است، افزود: در کشور همچنین از ۱۲۰ شتاب دهنده دانش بنیان در حوزه های مختلف سلامت، باو تکنولوژی، کشاورزی، هوافضایی و غیره برخورداریم که صندوق نوآوری هم اکنون ۱۵ شتاب دهنده هم سرمایه گذاری می کند. او همچنین از جذب سرمایه ۵۰ میلیارد تومانی صندوق های جسورانه سرو، پیشگام، حرکت اول، نو آفرین و کران کپیتال و جذب سرمایه ۲۰۰ میلیارد تومانی صندوق های جسورانه پیشگام، تدبیر ایران، عطاستیل و کران کپیتال خبر داد.

توسعه اقتصاد و نگهداشت نیروی نخبه خود در کشور کمک کند، این مهم می تواند به عنوان یکی از برگ های برنده کشور در این بخش باشد.

## هم سرمایه گذاری صندوق نوآوری ۱۵ شتاب دهنده دانش بنیان

معاون توسعه نوآوری و شکوفایی ریاست جمهوری نیز در این رویداد در خصوص حمایت های صندوق نوآوری از توسعه کسب و کارهای استارت آپ در کشور گفت: ساده ترین راه در این مسیر این بود که صندوق نوآوری مانند سرمایه گذار بخش خصوصی، روی طرح های استارت آپ سرمایه گذاری کند، اما مشکلی که در این سرمایه گذاری ایجاد می شود این است که ژن دولتی در نهاد استارت آپها کاشته و دولت بزرگ و بزرگ تر شده و همچنین تعادل بازار بهم می ریزد، در عین حال صندوق نوآوری رقیب بخش خصوصی می شود، نه پشتیبان آن؛ لذا به سمت هم سرمایه گذاری با عاملان خود نظیر صندوق های پژوهش و فناوری رفتیم.

سیاوش ملکی فر، مختصات هم سرمایه گذاری را شامل شراکت صندوق نوآوری در سود و زیان طرح های استارت آپ، عدم مداخله صندوق در کنترل استارت آپها، سرمایه گذاری صندوق تا چهار برابر آورده سایر شرکا، مدیریت و نظارت اجرایی با عامل اعلام کرد و افزود: اینکه هم سرمایه گذاری، وام نیست و وثیقه ندارد، از دیگر ویژگی های این شکل از سرمایه گذاری است. معاون توسعه نوآوری صندوق نوآوری و شکوفایی ریاست جمهوری ادامه داد: ما در چرخه عمر استارت آپها از نظر تامین مالی با بازیگرانی همچون صندوق های جسورانه، صندوق های پژوهش و فناوری و شتاب دهنده های دانش بنیان هم سرمایه گذاری می کنیم.

او بیسان اینکه صندوق نوآوری تاکنون در ۵۹ طرح استارت آپی هم سرمایه گذاری کرده است، اظهار کرد: این تعداد سرمایه گذاری در

معاون وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات و رییس سازمان فضایی ایران، راه پیشرفت در حوزه فضایی کشور را حضور بخش خصوصی و شرکت های دانش بنیان در این بخش دانست و گفت: حضور نخبگان ایرانی در حوزه فضایی کشور انگیز بخش است و کمک می کند تا این مسیر پیچیده با سرعت بیشتری طی شود.

به گزارش ایرنا، حسن سالاریه در رویداد ایده های فضا پایه از مجموعه رویدادهای «ستکس» با بیان اینکه حوزه فضایی کشور، هایتک بوده و از تکنولوژی بالایی برخوردار است، اظهار کرد: در سازمان فضایی ایران، برنامه ریزی راهبردی از اهمیت ویژه ای برخوردار است تا نیازهای کشور را در سال های آتی رصد و برای آن برنامه ریزی کنیم.

او از آمادگی سازمان فضایی کشور برای رفع نیازهای بخش فناوری کشور و شرکت های دانش بنیان در حوزه فضایی خبر داد و گفت: ما وظیفه داریم تا کمک کنیم شرکت های دانش بنیان این دوران سخت را با موفقیت سپری کنند زیرا در حوزه های دانش بنیان، هر چه مسایل هایتک باشد، این بخش با سختی و پیچیدگی مواجه می شود.

معاون وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات ادامه داد: اعتقاد من این است که راه پیشرفت در حوزه فضایی کشور حضور بخش خصوصی و شرکت های دانش بنیانست زیرا حضور نخبگان ایرانی در حوزه فضایی کشور انگیز بخش است و کمک می کند تا این مسیر پیچیده با سرعت بیشتری طی شود.

سالاریه گفت: اگر طی ۱۵ سال گذشته به سرمایه گذاری در بخش زیرساختی کشور توجه و به بخش خصوصی ورود پیدا می کردیم، شاهد عملکرد بهتری در حوزه فضایی کشور بودیم. ما تلاش می کنیم تا طی چهار سال آینده نگاه ویژه ای به ورود به بخش خصوصی در توسعه مسایل فنی و تکنولوژی داشته باشیم، زیرا اگر بخش دولتی در آن بازه زمانی نتواند برای

## مراحل طراحی خودرو با کمک نرم افزار، از ایده تا اجرا

ما خوش شانس هستیم که از پیشرفت های فناوری های نوین برای بهبود کیفیت زندگی خود استفاده می کنیم. طراحی خودرو یکی دیگر از امتیازات مفیدی است که می توانیم از آن لذت ببریم. استودیوهای طراحی خودرو با کمک VR و مدل سازی سه بعدی می توانند شمارا در مدل سازی و طراحی خودروی رویایی تان یاری کنند. یک وبسایت طراحی خودرو با کیفیت بالا، شمارا با انواع عملکردها و ویژگی های ارائه شده، شگفت زده می کند.

فرایند طراحی، بسیار پیچیده و طولانی است و نیاز به زمان، انرژی و اصلاحات زیادی دارد. بدون طراحی دقیق و سنجیده، روند توسعه خودرو، تقریباً محکوم به شکست است. برای اینکه درباره طراحی ماشین به شمایینش دقیق تر می بدیم، در اینجا فهرستی از مراحل طراحی که یک فرد باید طی کند، ارائه کرده ایم:

### تولید ایده

مرحله اساسی که موفقیت مراحل بعدی را تعیین می کند در ایده کلی محصولات آینده نهفته است. شما باید ایده های خلاقانه داشته باشید تا یک خودرو را از بقیه متمایز کنید. در این مرحله، تصمیم گیری در مورد بودجه، ویژگی های فنی و ویژگی های کلی طراحی، ضروری است.

### طراحی مفهومی

ضروری ترین تصمیمات، توسط بخش های طراحی گرفته می شود. این مرحله در مورد ایده های مختلف طراحی، باید بررسی و تایید شوند. در واقع، این مرحله تجسم تصور کلی از محصول آینده را در اختیار افراد قرار می دهد. به عنوان یک قاعده، تیم های توسعه چند نمایش بصری از ایده های خود را برای انتخاب، ایجاد می کنند. به لطف پیشرفت های تکنولوژیکی، طراحان می توانند از مدل سازی سه بعدی برای ایجاد نمونه های واقعی استفاده کنند.

### مدل سازی

مانند برنامه های طراحی بازی، نرم افزار طراحی خودرو، توسعه مدل های خودرو با فناوری پیشرفته را امکان پذیر می کند. در این مرحله تجسم دقیق تری انجام می شود. اکنون تصویر ماشین آینده شامل رنگ پلاستیک، نوع مواد، اندازه دقیق همه عناصر است. توسعه دهندگان می توانند با کمک این فناوری به وضوح ببینند این خودرو چگونه خواهد بود. هنگامی که مدل نهایی ساخته می شود، باز خورد مشتری مدنظر قرار می گیرد. اکنون فرد می تواند رنگ یا طرح برخی از عناصر را نیز تغییر دهد.

### مسایل فنی

در این مرحله، توسعه عملکردها و ویژگی های خودرو آغاز شده و معلوم می شود یک طرح انتزاعی وارد جهان فیزیکی خواهد شد. متخصصان فنی حرفه ای همه عناصر راهبینه می کنند و آنها را طوری تغییر می دهند که نیازهای مشتریان را برآورده کنند. کارشناسان همچنین کیفیت و ساختار طرح های موجود را تجزیه و تحلیل می کنند. آنها همچنین اطمینان حاصل می کنند همه عناصر کاملاً بهم چسبیده باشند. این مرحله، درباره دقیق و سازگار بودن است. پس از تکمیل طراحی دقیق، کار مهندسی آغاز می شود. اکنون نمونه اولیه یک خودروی آینده، ساخته و تحلیل شده است. کارشناسان، همه اجزای بررسی می کنند، اصلاحات لازم را انجام می دهند و آن را بهبود می بخشند. نمونه اولیه، همچنین می تواند برای اطمینان از خوب بودن مواد انتخابی مورد بررسی قرار گیرد.

### استراتژی بازار بابی

به لطف نرم افزار طراحی خودرو، متخصصان بازاریابی می توانند سود زیادی ببرند. یک مدل سه بعدی واقعی از یک ماشین می تواند فراتر از کلمات صحبت کند. این تصاویر قادر خواهند بود، توجه افراد را به خود جلب و آنها را به محصول علاقه مند کنند. علاوه بر این، چنین تصاویر فوتورئالیستی را می توان قبل از توسعه خودرو طراحی کرد. به این ترتیب متخصصان می توانند ارزیابی کنند آیا محصول نهایی در بین مشتریان محبوب خواهد بود یا خیر. چنین بررسی هایی می تواند بر برخی عناصر و طراحی خودرو یا حتی تعداد خودروهای آزاد شده تاثیر بگذارد. جالب است بدانید تصاویر سه بعدی معمولاً روی پس زمینه های خاصی قرار می گیرند. انتخاب، بستگی به مخاطب هدف در حوزه خودرو دارد.

### مرحله نهایی

درست مانند بازار بابی، تجسم دقیق به افرادی که علاقه مند به خرید یک ماشین هستند، کمک می کند تا نمایشی با کیفیت بالا از وسایل نقلیه ارائه دهند. مدل های سه بعدی مختلف را می توان برای توصیف عناصر جداگانه خودرو استفاده کرد. این مدل ها را می توان به سرعت ساخت و از طریق اینترنت ارسال کرد. به این ترتیب مشتریان بالقوه می توانند تمام اطلاعات را صرف نظر از موقعیت مکانی خود دریافت کنند.

در مجموع، نرم افزار طراحی خودرو، توسعه مدل های پیشرفته خودرو را برای بر آورده کردن پیچیده ترین نیازهای مشتریان امکان پذیر می کند. به لطف تجسم سه بعدی، نه تنها طراحان بلکه متخصصان بازاریابی و فروش نیز می توانند کاملاً از آن بهره ببرند. شما حتی می توانید ماشین رویاهای خود را در صورت توانایی تان بسازید.