



گفت و گو با سحر پزندوار
هم‌بنیان گذار «ایواسا»
که می‌گوید می‌توانند
قفل بازار پزشکی از
راه دور را باز کنند

راهکار ایواسا در بازار مبهم تله‌مدیسن



کوگوش شنوا؟!!

گفت و گو با اشکان امیرزاده ابراهیمی
مدیرعامل «آداک فن آوری مانیا»

آیا این یک تبلیغ ماندگار است؟

نقد و بررسی پیامبردهای چکنو که قرار است
محصول جدید بانک صادرات را معرفی کند

| | | |
|--|---|---|
| ارتباط پیام‌رسان‌ها با یکدیگر، تجمیع نیست! ۳ | متنوع‌سازی درآمد کوبین بیسی از طریق استیکینگ ۲۱ | صندلی رگولاتوری به چه کسی می‌رسد؟ ۴ |
|--|---|---|

چرا آنها به غار باز نمی‌گردند؟

درباره تفاوت انسان قرن بیست و یکمی با اجدادش

| | |
|---|--|
| <p>هوش مصنوعی آی‌تی‌ساز سرویس سفته‌الکترونیک در پلتفرم آی‌تی‌هاب فراهم شد</p> | <p>اتوبوس؛ سریع‌ترین ناوگان ارسال بار گفت و گو با علی نبوی هم‌بنیان‌گذار و رئیس هیئت‌مدیره کالایست</p> |
|---|--|

استودیو راهکار

شاید موافق نباشید!

استودیو راهکار آغاز به کار کرد

فوموی گوگل: چت‌جی‌پی‌تی آینده موتورهای جست‌وجو است؟



درباره تفاوت انسان قرن بیست و یکم با اجدادش

چرا آنها به غار باز نمی گردند؟

دارد ترجیح می دهند؛ به خصوص اگر همین نظام در بسته برای برخی از آنها منافع و مناصبی هم تعریف کرده باشد...

بگذریم... نمی دانم چه شد که این مثال را اینجا مطرح کردم، اما می توانم نتیجه بگیرم رسانه‌ها همان طور که راجر پری در کتاب مفصلش نوشته (پایه‌سازان بگویم فعلاً همین مقدمه‌اش را خوانده‌ام!) نقش‌شان برهم‌زدن همین نظم‌های ذهنی و سیستم‌های غارنشینی در نظام دستیابی به حقیقت است. صرفاً رسانه‌هایی چون خودمان را نمی‌گوییم؛ از قضا چیزی که درباره‌اش صحبت می‌کنم، حتی خود ما کلاسک‌های رسانه‌ای را هم ممکن است در دسته سایه‌سازها قرار دهد؛ صحبتیم درباره اینترنت و دنیای رسانه‌ای مبتنی بر آن است یا همان چیزی که در دنیای غرب به آنها ناشران دیجیتال می‌گفتند و بعدها به نام شبکه‌های اجتماعی معروف شدند. این دنیای شبکه‌ای شده چنین نقشی برای انسان قرن بیست و یکم دارد. کاربران آنها دیگر نه به سایه‌های روی دیوار و نه حتی اولین کسانی که از غارهای بسته خارج شده‌اند گوش می‌دهند و نه به رسانه‌های جریان اصلی. آنها خودشان را در معرض دانش و آگاهی قرار داده‌اند و خود راوی داستان و بازیگر داستان‌ها شده‌اند. ترسی هم ندارند که برخی از این روایت‌ها و داستان‌ها آلوده به ناراستی باشند و خسارت‌بار... حقیقت محض این است که شاید بتوانید درباره برخی خسارت‌های داستان‌های جعلی یا آلوده با آنها حرف بزنید، اما دیگر سخت می‌توان آنها را به غار بازگرداند.

عده‌ای را تصور کنید که در یک غار به دنیا آمده و همان‌جا در تاریکی غار بزرگ شده‌اند و با دنیای بیرون ارتباطی ندارند و بیگانه‌اند. تنها چیزی که در غار دارند، آتشی است همیشه روشن. آنها در تاریکی همیشه تنها سایه‌های خود را بر دیواره غار می‌بینند و برای آنها این سایه‌ها حقیقتی است مستقل. آنها جاندارانی حقیقی می‌بینند که بر دیوار غار زندگی می‌کنند و تمام تلاش‌شان هم احتمالاً این است که با این موجودات زنده روی دیوار ارتباط برقرار کنند!

این مثال را از مقدمه کتاب «تاریخ رسانه‌ها» نوشته راجر پری وام گرفته‌ام. مثالی که افلاطون در کتاب جمهوری خود آن را مطرح کرده تا نشان دهد فهم ما از حقیقت چقدر تحت تأثیر ارتباط‌مان با دنیای بیرون است. افلاطون می‌گوید اگر یکی از افراد غار موفق شود از محیط بسته و تاریک آن پا به دنیای واقعی بگذارد و متوجه شود همه آنچه از حقیقت تا حالا دانسته، تحت تأثیر تاریکی و سایه‌ها بوده؛ حتی اگر برگردد و به دوستان غارنشینش توضیح هم بدهد، کسی او را باور نخواهد کرد. نه تنها باور نخواهد کرد بلکه احتمالاً او را برهم‌زننده یک روال تثبیت‌شده و تخریبی بدانند که جز تنش و دردسر چیزی به دنبال نخواهد داشت. آنها دنیای بسته‌شان را بر یک نظام حقیقی که نیاز به کشف و تلاش و تکاپو و زحمت ذهنی و فکری



رضا جمیلی
سردبیر
@rezajamili

مصطفی امیری، مدیرعامل زرین پال از دوبار حمله به دفتر این شرکت در کمتر از سه روز خبر داد

پیگیر هستیم ولی کار ما تأمین امنیت نیست

دو فرد بدون هیچ عجله و شتابی از شرکت خارج می‌شوند. نکته جالب این است که در جریان آتش‌سوزی اول فردی از داخل ماشین صحنه را فیلم‌برداری می‌کند. فیلم‌برداری در چنین وضعیتی غیرمنطقی است، مگر اینکه اقدام سفارشی باشد.»

امیری تأکید کرد که پیگیر ماجرا هستیم، اما نهادهای انتظامی تاکنون موضوع را جدی نگرفته‌اند. او ادامه داد: «امروز از هر سمتی تحت فشاریم، درگیر چالش‌های گوناگونی مثل مقابله با انحصار و رشد شرکت در شرایط دشوار اقتصادی هستیم و برایش هزینه هم می‌دهیم؛ اما دغدغه امنیت را داشتن از توان شرکت به دور است.»

او می‌گوید: «ارتباط دادن مسیر فعالیت‌های زرین پال با اتفاقات اخیر و وظیفه دستگاه قضایی و مسئولیت افراد آموزش دیده است. هر ارگانی باید وظیفه خودش را انجام دهد تا کسب و کارها به جای نگرانی بابت امنیت بر خط‌مشی و رسالت‌شان تمرکز کنند.»

مصطفی امیری، مدیرعامل زرین پال در توئیتر خود خبر از حمله و آتش‌زدن ورودی دفتر این شرکت داد. پیگیری‌های راه پرداخت نشان می‌دهد در ساعت سه صبح چهارشنبه ۱۲ بهمن، برای اولین بار دفتر شرکت زرین پال مورد حمله قرار گرفته و عده‌ای ناشناس اقدام به ایجاد آتش در ورودی دفتر این شرکت می‌کنند. نیروی انتظامی هم با بررسی اولیه موضوع، علت احتمالی آتش‌سوزی را خصومت شخصی می‌داند و زرین پال با توجه به میزان خسارات، از موضوع چشم‌پوشی می‌کند. تا اینکه حوالی بامداد شنبه ۱۵ بهمن، دو موتورسوار (به همراه شیشه‌هایی در دست) از بالای در ورودی وارد طبقه اول ساختمان شرکت می‌شوند و دقایقی بعد ساختمان را دود فرامی‌گیرند.

بر اساس گفته‌های امیری به راه پرداخت: «اولین بار را پای تسویه حساب گذاشتیم؛ اما تکرار آن نشان داد که موضوع جدی‌تر از یک خصومت است و پیامی پس ماجرا وجود دارد. فیلم‌های دوربین مداربسته نشان می‌دهند که این

رونمایی از استارت‌آپ‌های جدید مرکز نوآوری فینوداد

نیاز به زیرساخت مالی اقتصاد هوشمند

داد: «هرچند تلاش‌های خیلی خوبی صورت گرفته اما هنوز به نظر می‌رسد تیم فینوداد در حوزه فین تک نیاز به تمرکز و انرژی بیشتری دارد تا بتواند نیازهای بانک ملی را رفع کند.» ماهیار ادامه داد: «برای تحول اقتصادی به سوی اقتصاد هوشمند، به زیرساخت‌هایی نیاز داریم که یکی از مهم‌ترین آنها زیرساخت‌های مالی اقتصاد هوشمند است. خوشبختانه بانک‌های ایرانی همواره در صف اول به‌کارگیری فناوری اطلاعات در کشور قرار داشته‌اند و در دو دهه گذشته عملیات و فرایندهای خود را با تکیه بر قابلیت‌ها و تلاش‌های متخصصان ایرانی به خوبی و به کمک فناوری اطلاعات، روزآمد کرده‌اند و در حال خدمات‌رسانی به مردم هستند.»

معاون فناوری اطلاعات و شبکه ارتباطات بانک ملی، علیرضا ماهیار هفته گذشته با حضور در ساختمان مرکز نوآوری فینوداد از محصولات جدید تیم این مرکز بازدید کرد. در بازدید معاون فناوری اطلاعات بانک ملی، محصولات نوآورانه جدیدی که توسط تیم فینوداد طراحی شده، رونمایی شد و هر کدام از طراحان این محصولات به ارائه توضیحات درباره کارکرد و مزایای این محصولات پرداختند. در این بازدید محصولات در حوزه‌های فین تک، گیم و آموزش معرفی شد.

علیرضا ماهیار محصولات معرفی شده را مثبت ارزیابی و اظهار امیدواری کرد که این بازدید به همکاری‌های بیشتر بین بانک ملی و مرکز نوآوری فینوداد منجر شود. او توضیح



شماره ۸۶
۲۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم



معاون وزیر ارتباطات، دبیر جدید شورای عالی فضای مجازی شد

تغییر بزرگ در سیاست گذاری فضای مجازی؟

درباره این استعفا تصمیم‌گیری و دبیر جدید را معرفی می‌کند. آقامیری دارای مدرک دکتری مدیریت، کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی MBA و کارشناسی مهندسی برق هر سه از دانشگاه صنعتی شریف است.

رئیس پژوهشکده فناوری‌های راهبردی شهید رضایی، رئیس هیئت‌مدیره شرکت پیشران الکترونیک شریف، عضو هیئت‌مدیره شرکت فن‌گستران خودروی توسن، نایب‌رئیس هیئت‌مدیره شرکت اندیشه‌گستر مبین و مشاور قائم‌مقام بنیاد ملی نخبگان از جمله دیگر مسئولیت‌های او در چند سال گذشته بوده است.

محمدامین آقامیری، به عنوان دبیر جدید شورای عالی فضای مجازی و رئیس مرکز ملی فضای مجازی انتخاب شد. آقامیری چند ماه پیش به عنوان رئیس سازمان تنظیم مقررات و معاون وزیر ارتباطات انتخاب شده بود. همچنین او پیش از رسیدن به سمت ریاست رگولاتوری برای چند ماه هم معاون فناوری و نوآوری وزارت ارتباطات بود.

نهم بهمن‌ماه ابوالحسن فیروزآبادی که از سال ۱۳۹۴ از سوی حسن روحانی، رئیس‌جمهوری پیشین، دبیر شورای عالی فضای مجازی بود، از سمت خود استعفا داد. در آن زمان ابراهیم رئیسی، رئیس‌جمهوری گفته بود که به زودی



شماره ۸۶ | ۲۳ بهمن ۱۴۰۱ | سال دوم | کارنگ؛ هفته‌نامه اقتصاد نوآوری ایران

مدیر هنری: روح‌الله گیتی‌نژاد
مدیر فنی: علیرضا کیوان
صفحه‌آرا: حمید ابراهیمی
عکس: حامد کریم‌زاده، پریا امیرحاجلو
نسیم اعتمادی، مریم سعیدپور
سایت: راضیه مینایی
شبکه‌های اجتماعی: محمد قربانی
چاپ: هنر سرزمین سبز
نشانی: تهران، جنت‌آباد جنوبی، خیابان لاله غربی، خیابان حدیث، کوچه حدیث دوم، پلاک ۸
وب‌سایت: karangweekly.ir

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مینا والی
سردبیر: رضا جمیلی

دبیر تحریریه: المیرا حسینی
تحریریه: مهرا امیری، عبدالله مقدمی
نگار قانونی: عباس عین‌علی
ترانه احمد دوست، منیره شاه‌حسینی
زهره دودانگه
ویراستار: یلدا شایسته‌فر



دبیرکل جدید نصر

در جریان برگزاری مجمع عمومی سازمان نظام صنفی رایانه‌ای کشور، آزاد معروفی به عنوان دبیرکل این سازمان انتخاب شد.

اتاقک

وام اتاقک به اقامتگاه‌ها

سامانه اتاقک در همکاری با بانک آینده به میزبانان فعال اقامتگاه‌ها وام ۱۰۰ میلیونی برای تجهیز و نوسازی اقامتگاه‌ها می‌پردازد.



شایعه تصویب طرح صیانت

سخنگوی هیئت رئیسه مجلس گفته تصویب طرح صیانت شایعه است و این طرح از دستور کار مجلس خارج شده ولی نماینده دیگر مجلس پیش‌تر گفته بود این طرح تصویب شده و به شورای نگهبان ارسال شده است.

تپسی گاراژ

راه‌اندازی تپسی گاراژ

تپسی یک کسب‌وکار آنلاین جدید به نام «تپسی گاراژ» راه انداخته که لوازم جانبی و قطعات یدکی خودرو را به رانندگان تپسی پایین‌تر از قیمت بازار عرضه می‌کند.



شماره ۸۶
۲۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم



با همکاری خانه نازنجی هرمزگان

دومین رویداد سکوی پرتاب برگزار می‌شود

حاجی‌زاده ضمن اشاره به اهمیت اکوسیستم استارت‌آپی در جنوب کشور می‌گوید: «نگاه به جنوب، نگاه به ظرفیت‌ها و فرصت‌های کشف‌نشده‌ای است که می‌توان با بهره‌برداری از آنها اکوسیستم جنوب را آن‌طور که شایسته آن است، نشان داد و توجه باز یگران اکوسیستم استارت‌آپی را به جنوب جلب کرد.

خانه نازنجی کارگزار استارت‌آپی استان هرمزگان است که با هدف تولید، پرورش و خدمات‌دهی به استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای نوپا در قالب استودیوی استارت‌آپی و برگزاری رویدادهای استارت‌آپی و کارآفرینی فعالیت می‌کند.»

فناوری هرمزگان حامی رویداد سکوی پرتاب است. حسین حاجی‌زاده، هم‌بنیان‌گذار خانه نازنجی می‌گوید: «اهداف سکوی پرتاب، گرد هم آوردن اعضای اکوسیستم استارت‌آپی جنوب در پایان هر سال است. اعضای اکوسیستم در این رویداد تجربیات خود را به هم انتقال می‌دهند، شبکه‌سازی می‌کنند و به گفت‌وگو می‌نشینند.»

او ادامه می‌دهد: «مخاطبان این رویداد، مدیران ارشد سازمانی، استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای آنلاین، مدیران فنی، متخصصان، توسعه‌دهندگان، برنامه‌نویسان و علاقه‌مندان به فناوری‌های پیشرفته هستند.»

«سکوی پرتاب»، اولین دوره‌ی سالانه اکوسیستم کارآفرینی جنوب است که هر ساله با حضور فعالان حوزه کارآفرینی، استارت‌آپی و نوآوری جنوب، با هدف توسعه و شناخت هرچه بیشتر اکوسیستم کارآفرینی جنوب و رشد این اکوسیستم برگزار می‌شود. خانه نازنجی، برگزارکننده این رویداد قرار است این رویداد را برای دومین بار در اسفندماه برگزار کند. در رویداد امسال رضا قربانی، عضو هیئت‌مدیره نصر تهران؛ رضا جمیلی، سردبیر هفته‌نامه «کارنگ» و امیر ناظمی، معاونت سابق وزارت ارتباطات به‌عنوان سخنران حضور خواهند داشت. لازم به ذکر است پارک علم و

قائم‌مقام پیام‌رسان «بله» گفت:

ارتباط پیام‌رسان‌ها با یکدیگر، تجمیع نیست!

کاربران سایر پیام‌رسان‌های بومی ارتباط داشته باشند و به بیان دیگر نوعی مرکز تبادل داده برای پیام‌رسان‌های ایرانی ایجاد خواهد شد. پیش‌تر زمان پیاده‌سازی این طرح از سوی مدیر کل پایش، ممیزی و نظارت سازمان فناوری اطلاعات، شش ماه اعلام شده بود که تا به امروز نزدیک به پنج ماه از زمان اعلام‌شده گذشته است. حالا اما پیام‌رسان بله می‌گوید تنها قرار است یک راه ارتباطی بین پیام‌رسان‌های مختلف مانند اتفاقی که بین تماس در اپراتورهای تلفن همراه رخ می‌دهد، ایجاد شود و تجمیع در این زمینه امکان‌پذیر نیست.

شده‌اند؛ هرچند که او لحظاتی بعد این متن خود در ویراستی را حذف کرد. تجمیع پیام‌رسان‌ها با یکدیگر از جمله برنامه‌هایی بوده که با شروع محدودیت اینترنت و فیلترینگ گسترده پلتفرم‌های خارجی در دستور کار وزارت ارتباطات قرار گرفته و عیسی زارع‌پور، وزیر ارتباطات هم در یک برنامه تلویزیونی اعلام کرد که تا دهه فجر یا نهایتاً تا آخر سال تجمیع پیام‌رسان‌های بومی اتفاق می‌افتد. آن‌طور که مقامات وزارت ارتباطات اعلام می‌کنند در تجمیع یا یکپارچه‌سازی پیام‌رسان‌های بومی، کاربران می‌توانند بدون نصب پیام‌رسان دیگر با

قائم‌مقام پیام‌رسان «بله» اعلام می‌کند برای تجمیع پیام‌رسان‌ها با یکدیگر بحثی مطرح نیست و قرار است تنها بین آنها یک راه ارتباطی برقرار شود. به گفته امین تجملیان به «کارنگ»، برخی از پیام‌رسان‌ها ویژگی‌ها و امکانات متفاوتی دارند و همین باعث می‌شود امکان تجمیع بین همه پیام‌رسان‌ها وجود نداشته باشد. این اظهارات تجملیان در حالی مطرح می‌شود که انتهای هفته گذشته امیر لاجوردی، معاون وزیر ارتباطات و رئیس شرکت ارتباطات زیرساخت در «ویراستی» اعلام کرد ای‌تا و بله به صورت آزمایشی به هم متصل

داتین بوت کمپ آموزشی تست نفوذ برگزار می‌کند

مواجهه با بازار کار

بوت کمپ آموزشی تست نفوذ از چهارشنبه ۲۶ بهمن ماه به مدت ۱۵ هفته توسط داتین و به میزبانی دانشکده مهندسی و علوم کامپیوتر دانشگاه شهید بهشتی برگزار می‌شود. بوت کمپ آموزشی تست نفوذ یک دوره فشرده و پیشرفته برای آموزش تست نفوذ و بررسی آسیب‌پذیری‌های رایج سامانه‌های مبتنی بر وب است. در این دوره با حضور تیم امنیت داتین، موضوعات مربوط به امنیت و تست نفوذ را به دانشجویان مهندسی و علوم کامپیوتر دانشگاه‌های معتبر کشور که برای این دوره اعلام آمادگی کرده‌اند، آموزش می‌دهند و به آنها کمک می‌شود تا با آمادگی بیشتر با چالش‌های واقعی در بازار کار روبه‌رو شوند. ثبت نام در این بوت کمپ با ظرفیت ۳۰ نفر، مختص دانشجویان است.

پلتفرم آموزش آنلاین زبان «اتیچر» سرمایه جذب کرد

سرمایه‌گذاری جدید آگاه

کارگزاری آگاه، یکی از شرکت‌های کارگزاری فعال در ایران، با هدف سرمایه‌گذاری در حوزه آموزش، روی پلتفرم آموزش آنلاین زبان «اتیچر» (Oteacher) سرمایه‌گذاری کرد. «اتیچر» که قدیمی‌ترین و بزرگ‌ترین پلتفرم آموزش آنلاین زبان در ایران است و پیش از این در سری اول نیز موفق به جذب سرمایه از سوی صندوق پژوهش و فناوری دانشگاه تهران شده بود، اکنون در سری دوم جذب سرمایه، با کارگزاری آگاه همکاری کرده است. پلتفرم آموزش آنلاین زبان «اتیچر» از سال ۱۳۹۶ فعالیت خود را در حوزه آموزش زبان‌های خارجی آغاز کرد. از جمله اهداف راه‌اندازی این پلتفرم می‌توان به تسهیل دسترسی به اساتید برجسته آموزش زبان اشاره کرد. امکان یادگیری ۱۲ زبان زنده دنیا از جمله زبان‌های انگلیسی، فرانسوی، آلمانی، ترکی، ایتالیایی و... یا آمادگی برای آزمون‌های مرتبط با آنها در «اتیچر» فراهم است. به گفته مجید مرتضوی، هم‌بنیان‌گذار «اتیچر» این پلتفرم برای تمام افرادی طراحی شده که به فکر ارتقای سطح زبان خود بوده و شرایط شرکت در کلاس‌های حضوری و موقعیت تعامل با اساتید خبره را ندارند.

صندلی رگولاتوری

به چه کسی می‌رسد؟

گزینه‌هایی برای یکی از مهم‌ترین مناصب نهاد سیاست‌گذار صنعت آی‌تی در کشور

قائم‌مقام فعلی رگولاتوری چقدر شانس دارد؟

از دیگر گزینه‌هایی که نامش برای ریاست در رگولاتوری شنیده می‌شود، مسعود همدانلو، قائم‌مقام فعلی همین سازمان است. همدانلو سال‌هاست در



این سمت در رگولاتوری فعالیت می‌کند. او بهمن‌ماه سال ۱۳۹۶ در حکمی از سوی حسین فلاح جوشقانی، رئیس وقت این سازمان به عنوان قائم‌مقام رگولاتوری انتخاب شد.

همدانلو پیش از اینکه به رگولاتوری بیاید، در سمت مشاور دبیر شورای عالی و رئیس مرکز ملی فضای مجازی و مدیر کل حوزه ریاست و امور راهبری دبیرخانه شورای عالی فضای مجازی مشغول به کار بود.

از اینترنت اشیاء تا رگولاتوری

گزینه سومی که نامش برای صندلی ریاست سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی شنیده می‌شود، مهدی روحانی‌نژاد، معاون راهبردی و



توسعه بازار این سازمان است روحانی‌نژاد که از مؤسسان گروه «طیف» است، از آذرماه گذشته به عنوان مشاور عالی رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی به کار شده بود و در نهایت مرداد سال جاری به این معاونت در سازمان رسید.

مشاور عالی ریاست سازمان تنظیم مقررات از آذرماه گذشته، رئیس کارگروه اینترنت اشیاء و هوشمندسازی ستاد اقتصاد دیجیتال معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، مدیر گروه علمی - تحلیلی طیف، عضو هیئت علمی دانشکده مهندسی برق دانشگاه شاهد و مدیر گروه مخابرات شبکه تحلیلگران تکنولوژی ایران سوابق شغلی روحانی‌نژاد از سال ۱۳۸۲ تاکنون است.

با انتخاب محمدامین آقامیری، معاون وزیر ارتباطات و رئیس سازمان تنظیم مقررات به عنوان دبیر جدید شورای عالی فضای مجازی، حالا گمانه‌زنی‌هایی برای جایگزینی او در وزارت ارتباطات شنیده می‌شود. اما چه کسانی این روزها شانس بیشتری برای انتخاب به عنوان رئیس رگولاتوری دارند و چرا؟

صادق امامیان شانس اول رگولاتوری؟

یکی از اصلی‌ترین جایگزین‌ها که نامش برای جایگاه ریاست رگولاتوری در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات شنیده می‌شود، محمدصادق امامیان است. او از



اسفند سال گذشته در حکمی از سوی وزیر ارتباطات به عنوان مشاور وزیر در تنظیم‌گری فضای مجازی انتخاب شد.

تجربه کار امامیان در حوزه رگولاتوری فضای مجازی بسیار پررنگ است. او پیش از اینکه به وزارت ارتباطات بیاید، رئیس یکی از سازمان‌های پرحاشیه این روزها؛ یعنی سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی یا «ساترا» بود. در آخرین روزهای بهمن سال گذشته خبر خداحافظی او از ساترا هم بسیار خبرساز شد. نام امامیان یک بار دیگر هم در مردادماه سال ۱۴۰۰ و همزمان با گزینه‌های احتمالی به عنوان وزیر وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات شنیده شده بود، به همین خاطر طبق شنیده‌های «کارنگ» به نظر می‌رسد هر چند او به صندلی ریاست این وزارتخانه نرسیده، اما حالا به نشست روی صندلی معاونت وزیر ارتباطات در رگولاتوری بسیار نزدیک است.

هم‌بنیان‌گذار و مدیر اندیشکده حکمرانی شریف، معاون سازمان صداوسیما و رئیس ساترا، دبیر شورای سیاست‌گذاری کنفرانس حکمرانی و سیاست‌گذاری عمومی و قائم‌مقام و عضو هیئت‌مدیره پژوهشکده سیاست‌گذاری دانشگاه صنعتی شریف از جمله مهمترین سوابق و مسئولیت‌های اوست.



شماره ۸۶
۲۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم

NEWS خبر



وزیر اقتصاد می‌گوید تا پایان اسفندماه پرداخت خواهد شد!

۴۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات برای دانش‌بنیان‌ها

همچنین در ادامه این مراسم علی وحدت، رئیس هیئت‌عامل صندوق نوآوری و شکوفایی ریاست جمهوری با اشاره به ضرورت تأمین مالی شرکت‌های دانش‌بنیان اعلام کرد به دنبال این هستند که برای تأمین مالی شرکت‌های دانش‌بنیان، علاوه بر ظرفیت بانک‌ها بتوانند از ظرفیت تأمین مالی بازار سرمایه هم استفاده کنند. او در این مورد گفت: «تا به امروز از سوی بانک‌ها بیش از ۱۵ همت تسهیلات به شرکت‌های دانش‌بنیان داده شده که حتی یک مورد از تسهیلات هم معوقات نداشته است. رئیس هیئت‌عامل صندوق نوآوری ریاست جمهوری با بیان اینکه زیرساخت تسهیلات ۴۰ هزار میلیارد تومانی به شرکت‌های دانش‌بنیان آماده شده، گفت: «شرکت‌های دانش‌بنیان تا سقف یک میلیارد تومان و صندوق‌ها تا سقف ۲۵ میلیارد تومان می‌توانند تسهیلات دریافت کنند.»

همچنین در این مراسم ابوالفضل نجارزاده، سرپرست بانک ملی ایران با بیان اینکه در سال جاری توانسته‌اند صد درصد تعهدات را در زمینه تأمین مالی شرکت‌های دانش‌بنیان انجام دهند، گفت: «بانک ملی در راستای ادامه سیاست‌های دولت اقداماتی را درباره حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان انجام داده که از جمله این اقدامات ایجاد شعب ملی پلاس بوده و با ایجاد این شعبه دنبال حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان بوده‌ایم.» بر اساس توضیحات او، بانک ملی در راستای تبصره ۱۶ قانون بودجه تسهیلاتی را پرداخت می‌کند و با این اتفاق، عدالت جغرافیایی را با اعطای تسهیلات به ۲۸ صندوق از سراسر کشور انجام داده‌اند. نجارزاده با بیان اینکه از دیگر اقدامات بانک ملی در حمایت از دانش‌بنیان‌ها این بوده که اخذ وثایق را تسهیل کرده‌اند، اعلام کرد که در سال جاری توانسته‌اند صد درصد تعهدات خود را در این زمینه انجام دهند و در سال آینده هم نگاهی ویژه به این زمینه خواهند داشت

وزیر اقتصاد خبر داد که ۷۰۰ میلیارد تومان تسهیلات به شرکت‌های دانش‌بنیان پرداخت خواهد شد که این رقم تسهیلات تا پایان اسفندماه به ۴۰ هزار میلیارد تومان می‌رسد. احسان خاندوزی در مراسم انعقاد قرارداد اعطای تسهیلات تبصره ۱۶ قانون بودجه بین بانک ملی و صندوق‌های پژوهش و فناوری، با بیان اینکه اقداماتی در تأمین مالی شرکت‌های دانش‌بنیان انجام شده که ثمره و میوه آن را در سال ۱۴۰۲ خواهیم دید، گفت: «اولین نهاد در بحث حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان، موضوع ضمانت است و باید بسیار بیش از این چیزی که انجام شده، نسبت به فراهم کردن ضمانت‌نامه برای شرکت‌های دانش‌بنیان اقدام کنیم؛ چراکه نقش ضمانت مهم‌تر از تسهیلات‌دهی است.»

به گفته او، نهاد و موضوع بعدی در تأمین منابع مالی و تسهیلات‌دهی، اعتبارسنجی شرکت‌های دانش‌بنیان است که اگر در سال آینده اعتبارسنجی شرکت‌های دانش‌بنیان انجام شود، ریلی برای حرکت بلندمدت شرکت‌ها خواهد بود. وزیر اقتصاد با اشاره به ارزش این قرارداد اعلام کرد: «۷۰۰ میلیارد تومان تسهیلات به شرکت‌های دانش‌بنیان پرداخت خواهد شد که این رقم تسهیلات تا پایان اسفندماه به ۴۰ هزار میلیارد تومان می‌رسد.»

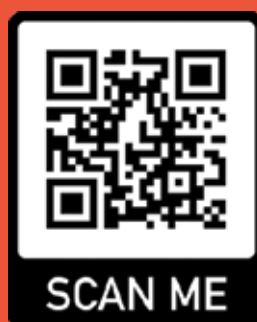
خاندوزی با اشاره به اهمیت تأمین وثایق و اعتبارسنجی شرکت‌های دانش‌بنیان ادامه داد: «با توجه به اجرای دو موضوع تأمین وثایق و اعتبارسنجی، بانک‌ها براساس برنامه قانون بودجه باید برای تأمین مالی شرکت‌های دانش‌بنیان سر خط بیایند.» پیش از این بانک مرکزی اعلام کرده که مانده کل تسهیلات اعطایی به شرکت‌های دانش‌بنیان در پایان آذر ۱۴۰۱ نسبت به آذر ۱۴۰۰ معادل ۱۵۲ درصد افزایش داشته است. همچنین، طی ۹ ماهه ۱۴۰۱ تسهیلات پرداختی به دانش‌بنیان‌ها نسبت به ۹ ماهه ۱۴۰۰ معادل ۱۴۳.۵ درصد افزایش داشته است.



شروع فعالیت استودیو راه کار با برنامه

«شاید موافق نباشید!»

با اجرای رضا جمیلی سردبیر هفته نامه کارنگ



استودیو راه کار



شاید موافق نباشید!

تحلیل هفته بارضا جمیلی



گزارش فصلی رگولاتوری از وضعیت فناوری اطلاعات و ارتباطات منتشر شد

آهنگ کند توسعه اینترنت ثابت

گزارش شاخص‌های آماری بخش ارتباطات و فناوری اطلاعات مربوط به سه ماهه سوم سال ۱۴۰۱ منتشر شد. این گزارش به خوبی نشان می‌دهد که با وجود وعده‌های وزیر ارتباطات مبنی بر توسعه در بخش اینترنت ثابت، همچنان این رشد به کندی صورت می‌گیرد و بخش زیادی از کاربران اینترنت ثابت که به حدود ۹ میلیون و ۹۹۴ هزار نفر می‌رسند، هنوز از فناوری ADSL استفاده می‌کنند و بیشترین سرعتی هم که در اختیار این کاربران قرار گرفته، بیشتر از ۱۰ مگابایت نیست. همچنین این گزارش خلاصه‌تر از گزارش‌های فصلی دیگر رگولاتوری است و در آن دیگر خبری از اعلام شاخص‌های کیفیت پهنای باند کشور نیست.

این گزارش نشان می‌دهد مانند سال‌های گذشته رشد در بخش مشترکان پهنای باند بسیار همچنان بیشتر از رشد مشترکان پهنای باند ثابت است و با وجود برنامه‌ها و وعده‌های وزارت ارتباطات برای تحول در بخش اینترنت ثابت، کاربران به دلیل کیفیت پایین و سرعت نه چندان قابل توجه در اینترنت ثابت، از اینترنت همراه استفاده می‌کنند.

طبق این گزارش در حالی که میزان مشترکان پهنای باند بسیار در پاییز سال جاری نسبت به پاییز سال گذشته (۱۴۰۰) ۱۱.۴۶ درصد رشد داشته، در بخش مشترکان پهنای باند ثابت تنها ۱.۷۰ درصد رشد نسبت به پاییز سال ۱۴۰۰ دیده می‌شود. با این وضعیت طبیعی است که میزان ضریب نفوذ پهنای باند بسیار نیز بیشتر از ثابت باشد. طبق این گزارش، ضریب نفوذ پهنای باند بسیار از ۱۰۹.۲۷ در پاییز سال ۱۴۰۰ به ۱۲۰.۷۸ درصد در پاییز ۱۴۰۱ رسیده و رشد ۱۰.۶۲ درصدی داشته است. در مقابل ضریب نفوذ پهنای باند ثابت تنها با ۰.۹۳ درصد رشد از ۱۲.۹۶ درصد در پاییز سال گذشته به ۱۳.۰۸ درصد در پاییز سال جاری رسیده است.



شماره ۸۶
۲۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم



عکس: حامد کریم زاده

هوش مصنوعی آی تی ساز

سرویس سفته الکترونیک به عنوان جدیدترین راهکار بانکداری باز در پلتفرم آی تی هاب با حمایت آی تی ساز برای بانک‌ها، مؤسسات مالی و شرکت‌های فعال در حوزه فناوری مالی فراهم شد

آی تی هاب (Open API & AI) از پروژه‌های هوش مصنوعی شتاب‌دهنده آی تی ساز است که سرویس‌های متفاوتی در حوزه‌های هوش مصنوعی، سرویس‌های اعلامی و راهکارهای بانکداری باز به شرکت‌ها و پذیرندگان مطرح کشور در حوزه خدمات فین تک، لندتک و مالی ارائه می‌دهد.

آی تی ساز به عنوان آژانس ارائه خدمات احراز هویت و اپراتور احراز ثنای قوه قضائیه با توجه به گستردگی ارائه سرویس‌ها و راهکارها در حوزه هوش مصنوعی، احراز هویت، خدمات مالی، پرداختی و اعتباری، یکی از پلتفرم‌های ارائه‌دهنده سرویس‌های مختلف از طریق API است که سرویس‌های ترکیبی از سرویس‌های اعلامی و هوش مصنوعی را با کیفیت بسیار بالا به پذیرندگان ارائه می‌دهد. همچنین این شرکت به پشتوانه چندین سال فعالیت در حوزه ارائه خدمات و تجربه مناسب در ارائه بیش از ۳۰۰ خدمت دولتی، غیردولتی و اپراتور احراز هویت آنلاین ثنا قوه قضائیه به تازگی سرویس جدیدی تحت عنوان «سفته الکترونیک» عرضه کرده است.

میرمیثم سیدی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان آی تی ساز با اشاره به جدیدترین سرویس آی تی هاب توضیح داد: «سفته الکترونیک از خدمات مورد نیاز مردم است که همیشه به شکل سنتی مورد استفاده قرار می‌گرفت. آی تی ساز با همکاری وزارت اقتصاد این سرویس را در چندین بانک عملیاتی کرده و این سفته کاربران را از رفتن به بانک‌ها یا کیوسک‌های فروش سفته بی‌نیاز می‌کند و شهروندان به آسانی و بدون صرف انرژی، هزینه و اتلاف وقت می‌توانند با هر مبلغ و هر زمانی از شبانه‌روز آن را به راحتی تهیه کنند.»

مزایای سفته الکترونیک چیست؟

سیدی با بیان اینکه سفته الکترونیک همان مزایای سفته فیزیکی را دارد، توضیح داد: «تمام فرایند صدور آن به صورت الکترونیکی و غیرحضور شونده و به عنوان سند قابل استناد خواهد بود. سفته الکترونیک بدون زحمت، هزینه و صرف وقت برای رفت و آمد قابل تهیه است. هیچ نیازی به حضور فرد نیست و فقط با اتصال به اینترنت

در هر مکان و زمانی، با صرفه جویی در وقت و انرژی می‌توان آن را تهیه کرد. سفته الکترونیک به علت داشتن شناسه‌ای معتبر که مورد تأیید تمامی بانک‌هاست، امکان جعل ندارد و از امنیت بالایی برخوردار است. امنیت و اطمینان خاطر از مزایای مهم خرید الکترونیکی سفته است. ثبت درخواست سفته الکترونیک آسان است و بدون نیاز به تأییدیه‌های خاص، مراحل کوتاه و مقررات ساده‌ای دارد. سفته الکترونیک بدون معطلی و بلافاصله بعد از ثبت درخواست در اختیار متقاضی قرار می‌گیرد.»

او ادامه داد: «همچنین نگهداری از سفته الکترونیک به راحتی و فقط با حفظ شماره و شناسه یکتای آن انجام می‌شود و خطر مفقود یا نابود شدن سند در شکل سنتی را ندارد. حتی اگر شماره و شناسه سفته از یاد برود یا گم شود، با استفاده از کد ملی خود می‌توان آن را بازیابی کرد.»

کاربردهای سفته الکترونیک

سفته الکترونیک کاربردهای متفاوتی دارد، اما شاید بتوان مهم‌ترین کاربرد آن را ضمانتی برای دریافت وام و تسهیلات بانکی دانست. با سفته الکترونیک کاربران به راحتی می‌توانند آن را تهیه و به بانک‌ها و سازمان‌های ارائه‌دهنده تسهیلات ارائه دهند. همچنین به نفر برای انجام تعهد، دیگر به رفتن به بانک و تهیه سفته یا چک تضمین نیازی ندارند و می‌توانند به یکدیگر این سفته را ارائه دهند.

دسترسی کسب و کارها به سفته الکترونیک آی تی ساز

مدیرعامل آی تی ساز در پاسخ به اینکه چرا کسب و کارها و پذیرندگان باید از سفته الکترونیک استفاده کنند، پاسخ داد: «افزایش روزبه‌روز قیمت‌ها بر هزینه‌های خرید شهروندان بسیار تأثیر گذاشته و این موضوع باعث شده برخی از خریدهای خود صرف نظر کنند. فروش اقساطی کالاها و خدمات، برای افزایش توان مالی و کاهش فشار بر مشتریان، راهکاری است که خریداران کالاها و خدمات می‌توانند از آن استفاده کنند و پلتفرم آی تی هاب شرایط صدور سفته را در روش‌های مختلف برای مشتریان

کسب و کارهای گوناگون فراهم کرده است.» سیدی در ادامه توضیح داد: «صدور سفته الکترونیک برای افزایش تعداد کاربران سرویس گیرنده با توجه به سهولت در دریافت تسهیلات، به درآمدزایی بیشتر کسب و کارها منجر خواهد شد. همچنین حفظ و نگهداشت مشتریان به دلیل سهولت در سرویس دهی، افزایش تمرکز بر رضایت مشتریان، حذف چالش‌ها و محدودیت‌های ثبت سفته فیزیکی و استعلام آن برای شرکت‌ها، قابلیت ظهور نویسی، استعلام، تسویه و ویرایش جزئیات سفته با سامانه‌های ایجاد شده در کشور و در نهایت افزایش کانال‌های ارتباطی با سیستم‌های مشابه برای شرکت‌ها با هدف توسعه کاری از مهم‌ترین مزیت‌های استفاده از سفته الکترونیک برای کسب و کارهاست.»

روش استفاده از سفته الکترونیک آی تی ساز

مدیرعامل آی تی ساز در ادامه با بیان اینکه این سرویس‌ها از دو طریق به مشتریان مد نظر ارائه می‌شود، توضیح داد: «شرکت آی تی ساز از طریق API یا اپلیکیشن همراه هوشمند، سرویس سفته الکترونیک را به مشتریان ارائه می‌دهد. سفته الکترونیک با روش‌های ذکر شده و با امکانات تلفیقی مانند سرویس‌های اعلامی، سرویس‌های احراز هویت کاربران و امضای دیجیتال به پذیرندگان ارائه می‌شود.»

همچنین کلیه کسب و کارهای آنلاین می‌توانند از طریق اتصال به آی تی هاب (ITHub.ir) وب سرویس و API خدماتی را که در ادامه می‌آید، دریافت کنند: شاهکار، خدمات الکترونیک قضایی (ثنا)، خدمات اعلامی سازمان‌ها و دستگاه‌های اجرایی، خدمات هویتی، خدمات وزارت کار و تأمین اجتماعی، خدمات ناجی (پلیس)، خدمات بانکی و نئوبانک، امضای دیجیتال، خدمات پرداخت، سفته و برات الکترونیک، خدمات OCR و پردازش هوش مصنوعی، احراز هویت بیومتریک، خدمات اعتبارسنجی، خدمات پست و خدمات احراز هویت سجام و بازار مالی.



مشکلاتی که هیچ وقت دلیل آنها کشف نمی شود

کسی پاسخگو نیست

گزارش آبر دراک نشان می دهد اختلال های اینترنتی؛ مخصوصاً در یک ماه اخیر روی اپراتورهای ایرانسل و همراه اول داشته، باعث ایجاد مشکلاتی برای سرویس های کاربران سرورهای ابری شده است. ابر دراک اعلام کرده که پس از پیگیری های مستقیم تیم پشتیبانی با این ارائه دهنده ها برای اکثر این مشکلات دلیل مشخصی کشف نشد و این اختلالات پس از چند ساعت به صورت اتفاقی برطرف شده اند.

به باور ابر دراک به نظر می رسد این مشکلات با ایجاد و پیاده سازی استانداردهای جدید از سوی ارائه دهنده ها که در شبکه آنها اجرایی شده یا از تأمین کننده های بالادستی آنها مانند شرکت زیرساخت ایجاد شده است. این گزارش همچنین به مشکلات دسترسی به برخی سرویس ها و برنامه ها نیز اشاره کرده است. برخی گزارش های کاربران ابر دراک حاکی از مشکلاتی در استفاده از سرویس ها و نرم افزارهای خارجی در شبکه ابری است.

برای مثال مشکلات در استفاده از apt-get، yum یا DNS کردن آدرس در lookup نمونه هایی از مشکلات گزارش شده به تیم پشتیبانی ابر دراک است. این مشکلات به دلیل ناپایداری های اینترنت بین الملل در شبکه ابر دراک گزارش شده است. همچنین ابر دراک اعلام کرده که override کردن داده های تبادلی بستر DNS برای Forwarder های معروف هم در برخی مسیرها مشاهده شده که از عوامل مشکلات فوق ارزیابی می شود. در این گزارش تأکید شده که بیشترین گزارش ها به دنبال اختلال در اتصال به سرورهای ابری و از داخل سرورهای آبری به سرویس های مورد نظر کاربران گزارش شده که عموماً با گذشت چند ساعت از پیگیری، به صورت اتفاقی رفع می شود و سپس با گذشت مدت زمانی مجدداً تکرار می شود.



شماره ۸۶
۲۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم

اختلال ادامه دارد...

نگاهی به وضعیت اینترنت در بیش از چهار ماه گذشته که گزارش ابر دراک نشان می دهد کلیدواژه اصلی وضعیت آن چیزی جز «اختلال» نبوده است

(به صورت عمده در شبکه اینترنت موبایل) بوده است. در نتیجه این مشکلات، کاربران سرویس های سرورهای ابری در اتصال به سرویس های خود دچار مشکل شده اند و همچنین در اتصال سرویس های خود به خارج از کشور یا اتصال سرویس های خارج از کشور به داخل نیز ناموفق بوده اند.

به نفس افتادن ارتباط با دنیا

اختلال و قطعی اینترنت در ابتدای بهمن ماه، پارافراتر از چهار ماه اخیر گذاشت؛ به طوری که اینترنت برای مدت ۱۰ دقیقه به صورت کامل از دسترس خارج شد. در ابتدا مانند همیشه شرکت ارتباطات زیرساخت و وزارت ارتباطات از دلیل رخ دادن این اتفاق اظهار بی اطلاعی کردند و در نهایت بعد از چند بار پیگیری رسانه های مختلف، شرکت ارتباطات زیرساخت در اطلاعیه ای کوتاه ضمن عذرخواهی از مردم، اعلام کرد که مشکل پیش آمده رفع شده است.

دلیل این مشکل تا همین چند هفته گذشته مشخص نبود تا اینکه وزیر ارتباطات در حاشیه یک برنامه خبری در پاسخ به سؤال خبرنگاران در مورد دلیل قطعی ۱۰ دقیقه ای اینترنت اعلام کرد که یک حمله سایبری باعث افت سرعت اینترنت برای دقایقی شده است. حالا ابر دراک در گزارش خود هم به این موضوع اشاره کرده که چگونه این قطعی های گاه و بیگاه روی اینترنت و مسیرهای بین المللی باعث افت کیفیت سرویس دهی این شرکت شده است. در این مورد در گزارش ابر دراک آمده که یکی از انتخاب های محبوب کاربران این شرکت برای در اختیار داشتن سرور خارجی، سرورهای پاپسایت های کشور آلمان است. به گفته ابر دراک اخیراً اتصال به سرورهای این کشور با مشکلات زیادی روبه رو بوده است. براساس اطلاعات این گزارش ping با تأخیر بسیار زیاد و اختلال TLS از جمله مشکلاتی بوده که کاربران سرورهای ابری خارجی؛ مخصوصاً کشور آلمان تجربه کرده اند. این مشکلات عمدتاً از اختلال هادر مسیرهای IXP موسوم به DIEX نشئت می گیرند.

این گزارش همچنین به مشکل دسترسی به برخی وبسایت ها نیز اشاره کرده است. طبق اطلاعات این گزارش، در بازه های زمانی مختلف، وبسایت هایی که سرور اصلی آنها در خارج از کشور قرار دارد و از CDN ابر دراک استفاده می کنند، در دسترسی کاربران ایرانی به وبسایت خود دچار مشکلاتی شده اند.

متفاوت، ناپایداری در ارتباطات RDP، اختلال در IXP، اختلال در TLS و... از جمله شایع ترین مشکلاتی است که ابر دراک در گزارش خود به آن اشاره کرده است.

وقتی حتی یک ایمیل به سختی باز می شود اگرچه محدودیت های اینترنت از اواخر شهر یورماه سال جاری شروع شده و همچنان ادامه دارد، اما آن طور که مدیران و کارشناسان شبکه به «کارنگ» اعلام کرده اند، این محدودیت های اینترنتی از ابتدای دی ماه بیشتر شده است؛ به طوری که پروتکل های مدیریتی مانند SSH و RDP یا پروتکل های امنیتی SSL و TLS که برای نگهداری سرورها ضروری هستند با اختلال شدیدی روبه رو شده اند تا جایی که کاربران برای باز کردن یک ایمیل در Outlook با مشکل مواجه شده اند. از جمله دیگر اختلالات و محدودیت هایی که در چند ماه گذشته نسبت به شروع

محدودیت های اینترنت در ایران به دنبال اعتراض ها، بیشتر مدیران شرکت ها به آن اشاره می کنند، اختلال ارتباط روی کلاد فلر به عنوان بزرگ ترین ارائه دهنده خدمات است که سرعت و امنیت وبسایت ها را با کاهش محسوسی مواجه کرده است. ابر دراک هم در گزارش اخیر خود به مشکلات در این زمینه به ویژه مشکلات روی SSH اشاره کرده است. در این گزارش به صورت مشخص اشاره شده که ارتباط SSH به صورت معمول از برخی ارائه دهنده های اینترنت به خارج و از خارج به داخل با اختلالاتی روبه رو بوده که این اختلالات از اواسط آبان ماه تا اواسط دی ماه به اوج خود رسید و از آن زمان به طور ثابت به یک اختلال روزانه در ارتباطات شبکه تبدیل شده است. آن طور که در این گزارش آمده، در شرایط نرمال ارتباطات SSH روزها می تواند برقرار بماند؛ در صورتی که این ارتباط در موارد بسیاری به طور کامل قطع می شود. طبق اطلاعات منتشر شده در این گزارش، با شرایط فعلی حتی در صورت برقراری ارتباط نیز، این ارتباطات با تأخیر بسیار زیادی روبه رو بودند. همچنین تجربه هایی از باز نشدن سایر پورت های well-known امن مانند پورت های Remote Desktop و Email وجود داشته است.

ابر دراک همچنین اعلام کرده که در بعضی از روزها و ساعات، ارتباطات SSH داخل به داخل هم دچار مشکل

«امروز هم اختلال داریم؟» این جمله ای است که هر لحظه و هر روز، در گروهی که اکثر مدیران شبکه و فنی اپراتورهای ثابت و همراه در آن عضو هستند از یکدیگر می پرسند و پاسخ به آن همیشه مثبت است. اینترنت در بیش از ۱۴۲ روز گذشته یا به صورت دقیق تر در چهار ماه و ۲۱ روز گذشته پراختلال تر از هر روز دیگری در ایران بوده است.

اینترنتی که به گفته وزیر ارتباطات مانند هواست و نمی توان آن را از مردم گرفت، در چهار ماه و ۲۱ روز گذشته بیشترین اختلالات و محدودیت ها را داشته و به نظر نمی رسد با راه اندازی سرویس های مخصوص برای برنامه نویسان و گیمرها و تشکیل لیست بلندبالا از برخی کسب و کارها، نمایندگان مجلس و استادان دانشگاه برای گرفتن اینترنت طبقاتی، به شرایط سابق خود برگردد.

هر چند مقامات وزارت ارتباطات تا دیگر مدیران دولتی و حاکمیتی محدودیت در دسترسی به اینترنت و اختلال در آن را پیوسته رد می کنند و این محدودیت را به فیلتر اینستاگرام و واتس اپ تقلیل می دهند، اما واقعیت و گزارش شرکت های مختلف نشان می دهد وضعیت اینترنت بسیار سیاه تر از چیزی است که مقامات دولتی آن را نشان می دهند. شرکت آبر دراک، سرویس دهنده در حوزه خدمات ابری در گزارشی که روی وبلاگ خود منتشر کرده، نشان داده که زیرساخت شبکه داخلی و اینترنت بین الملل کشور با چه مشکلات و ناپایداری های متناوبی از آغاز محدودیت های اینترنت در ایران؛ یعنی ۳۰ شهریور تاکنون روبه رو بوده است.

این شرکت در گزارش خود به این موضوع اشاره کرده که در طول این مدت شبکه ابر دراک تحت تأثیر ناپایداری های شدید قرار گرفته و با وجود تلاش برای حفظ کیفیت سرویس کاربران سرویس های ابری، متأسفانه در بیشتر مواقع شاهد اختلال در سرویس های ابری خود بوده است. به گفته این شرکت، این اختلال ها علاوه بر تحمیل هزینه های گزاف در بخش پشتیبانی و نگهداری شبکه، در نهایت ناراضی کاربران از سرویس های ابری را در پی داشته است.

مشکلات در ارتباطات SSH، اختلال های دایرکت ادمنین، مشکلات در مسیرهای بین الملل، مشکلات موقتی IP، دسترسی ناموفق به وبسایت ها از ارائه دهنده های



سونیتا سراب پور

info@karangweekly.ir



از فناوری‌های منسوخ
انتظار معجزه نداشته
باشیم

صنایع و هوشمندسازی

بیش از هفت سال است که در حوزه معدن و فلزات فعالیت داشته‌ایم. از مرداد سال قبل تمرکز ویژه‌ای روی پروژه‌های هوشمندسازی صنایع داشته‌ایم و سبد محصولات جدیدی را بر اساس معماری آی فور که منطبق با فناوری‌های روز دنیا است، شکل داده‌ایم. سبد محصولات ما دارای این قابلیت است که کل زنجیره ارزش صنعت، از بخش معدنی تا انتهای زنجیره بتواند از زیرساخت‌های ما استفاده کند.

اما اگر بخواهیم به چالش‌های حوزه آی فور بپردازیم، باید در اولین گام این را بپذیریم که منطق تغییر برنامه دیجیتال، توأم با تغییر ساختار حاکمیتی در سطح صنایع باید اتفاق بیفتد. چالش بعدی این است که صنایع معدنی و فلزی به‌خاطر ذات مکانیکال، کمتر به مقوله‌های آی تی پرداخته‌اند و این خصلت منحصر به صنایع ایران هم نیست و در سراسر دنیا این بخش از صنعت جزء آخرین گروهی بوده که درها را به حوزه آی تی باز کرده است.

چالش دیگر مربوط به فرایندهای تولیدی است، به این معنی که به‌واسطه استفاده از فناوری‌های نوپدید نمی‌توانیم انتظار معجزه داشته باشیم. بسیاری از فرایندها ناشی از خرید تجهیزات است که حدود سه دهه از عمر آنها گذشته و در دنیا از رده خارج شده، اما ما هنوز از آنها استفاده می‌کنیم. به‌عنوان مثال کوره بلند که نه با اقلیم ایران همخوانی دارد و نه نسبت به بهای تمام‌شده اصلاً منطقی است. بخشی از این چالش‌ها حاکمیتی است و دولت باید ورود کند و از نوآوری و نوسازی حمایت کند و بخش دیگر آن هم فعالیت‌هایی مانند رویداد دایان است که انجام می‌شود تا بتواند تصویرپردازی متفاوتی را برای صنعت ایجاد کند. البته رویدادها زمینه شناخت را فراهم می‌کنند و نه بیشتر.

دایان پنجم و انقلاب صنعتی چهارم

گزارش ویژه کارنگ از رویداد دایان پنج با عنوان «آی فور»

از زمان جیمز وات تا استیو جابز، جهان تغییرات بسیاری را به خود دیده است. اختراع ماشین بخار بلندی بود که جهان را با تغییری غیرقابل باور روبه‌رو کرد و مفاهیم جدیدی را ایجاد کرد. اما کمی بعد، به لطف خدمات دانشمندانی مانند نیکلا تسلا و اختراع موتورهای الکتریکی و گسترش ارتباطات انسانی که گراهام بل چراغ آن را روشن کرد، موجی دیگر از تغییرات به راه افتاد و جهان پیراهنی نوزاد نوآوری‌ها و ابداعات خارق‌العاده به تن کرد. اما این پایان کار نبود و دنیا با گسترش کامپیوترها و اینترنت این بار شاهد تغییراتی از جنسی دیگر بود که بیشتر از هر تغییر ماقبل خود سرعت داشت و امروز با عبور از این جریان، موج چهارم تغییرات که در حوزه اینترنت اشیا و هوش مصنوعی و یادگیری ماشین است، بیش از پیش تغییرات شگرف را پدید آورده و مفهومی مانند آی فور که مخفف Industry 4.0 است و به انقلاب صنعتی چهارم اشاره دارد، حول این تغییرات شکل گرفته است. در این میان حوزه‌های مختلف صنعتی کمابیش درگیر این موضوع شده‌اند. ایمنی، مرکز نوآوری سازمان ایمیدرو در پنجمین رویداد دایان به این موضوع پرداخته است که در حاشیه این رویداد با شرکت‌های ارائه‌دهنده محصولات گفت‌وگویی در این باره داشتیم و چالش‌های آی فور در ایران را از نگاه آنها بررسی کردیم.

فرایندهای قانون‌گذار کند و فرسایشی است



سید جعفر سیدی

مدیرعامل تحقیق و توسعه ارتباط

محصولات شرکت ما در حوزه آی فور زیرساخت‌های شبکه را در اختیار قرار می‌دهد؛ چه در بخش صنعتی و چه غیرصنعتی و در دو بخش نوری و الکترونیک و ارتباطات بی‌سیم. همچنین گت‌وی‌های کارخانه هوشمند یا آی اوتی را می‌توانیم در اختیار فعالان این حوزه قرار دهیم. بیش از ۳۰ سال است که با صنعت و معادن همکاری داشته‌ایم و نیازهای این حوزه را به خوبی می‌شناسیم. زیرساخت‌های کارخانه هوشمند را همراه با مدل ارزیابی عالی صنعت که شامل ۳۰ مدل استاندارد و شناخته‌شده است، هم ارائه می‌دهیم که هر کدام از این مدل‌ها برای صنعت مناسب باشد، انتخاب می‌کنیم و بر اساس آن می‌توانیم پروژه‌های تبدیل صنعت به صنعت چهارم را پیاده‌سازی کنیم. از آنجا که شرکت ما یک شرکت تحقیق

و توسعه به شمار می‌رود، مهم‌ترین چالش ما بازار است، چراکه پروژه‌های تحقیق و توسعه بر اساس حجم بازار تعریف می‌شوند و پیش می‌روند. چیزی که مهم است بیان شفاف میزان تقاضا و برآورد اصلی تقاضا از جانب شرکت‌ها می‌تواند بسیار راهگشا باشد که همین امر نیز می‌تواند میزان سرمایه در گردش مورد نیاز را تبیین کند. قاعدتاً شرکت‌ها مجبور هستند برآورد اولیه خودشان و سرمایه‌گذاری سنگین خودشان را انجام دهند، محصول را ارائه دهند و تازه بعد از این مراحل است که صنایع حاضر به شنیدن حرف‌شان خواهند شد. بر این اساس برای شرکت‌های تحقیق و توسعه مانند ما نسبت به شرکت‌هایی که کار تأمین تجهیزات انجام می‌دهند، میزان سرمایه در گردش بالاتری مورد نیاز است. با این توضیح به‌وضوح به کانال‌های ارتباطی بیشتر برای توسعه بازار نیاز داریم و رویدادهایی مانند رویداد دایان کمک بزرگی برای ما خواهد بود و البته رسانه‌های تخصصی مانند کارنگ هم در ایجاد این ارتباط بسیار مؤثر خواهند بود، چراکه مشکل اصلی بازار ما، معرفی تقاضا و عرضه در حوزه صنعت چهارم است. چالش دیگر ما در بحث قوانین سازمان تنظیم مقررات

رادیویی است که مشکلات اساسی در واردات تجهیزات برایمان ایجاد می‌کند. فرایند ما را بسیار کند و هزینه‌های بسیاری را در بخش آزمایشگاهی و تأیید نمونه به ما تحمیل می‌کند. در بسیاری از موارد ما از توسعه‌های مد نظرمان چشم‌پوشی می‌کنیم، چراکه پروسه واردات قطعه جدید بسیار طولانی و فرسایشی است. در حوزه‌های دیگر تنظیم مقررات، نیازمند شرکت‌های ارزیابی و رگولاتوری هستیم که بتوانند سره را از ناسره تمیز دهند، استانداردها را تدوین کنند و هزینه‌های چندباره تست و بهره‌برداری را حذف کنند.

راه سختی در پیش است



امیدرضا ازدری

مدیرعامل شرکت راهکار پویا

شرکت ما حدود هفت سال است فعالیت خود را آغاز کرده است. محصول ما «راهکار هوشمند» نام دارد که حدود دو



شماره ۸۶
۲۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم



جایگاه ایران در انقلاب صنعتی چهارم در بخش معدن با سایر کشورها

فاصله را باید کم کرد

صندوق نوآوری و شکوفایی در اختیاریار گذاشت، توانستیم این شرکت‌ها را به حضور در رویداد دایان دعوت کنیم. این گزینش با حضور مدیران تخصصی ایمیدرو و متخصصان بخش خصوصی مانند شرکت توسعه فناوری فولاد مبارکه شکل گرفت و ابتدا از بین ۲۰ شرکت پیشنهادی به ۱۰ شرکت رسیدیم و در پیش‌رویداد دایان این ۱۰ شرکت محصولات و خدمات خود را ارائه دادند که داوران بر اساس معیارهایی مانند نوآورانه بودن، بومی پذیر بودن و معیار قابلیت پیاده‌سازی در معادن ایران، سرانجام پنج شرکت انتخاب شدند که در رویداد دایان به ارائه محصولاتشان پرداختند.

طبق آیین‌نامه اجرایی که به‌تازگی تکمیل شده و بر اساس سندهای چشم‌انداز و بالادستی که برای ایمینو تعریف کرده‌ایم، مسیر

یک شرکت نوآور که وارد ایمینو می‌شود، از مرحله گزینش تا خروج ترسیم شده و بر اساس مشوق‌هایی هم که در سند اجرایی هوشمندسازی ایمیدرو ارائه شده، از تمام شرکت‌های فعال در این حوزه‌ها دعوت می‌کنیم تا با ما همراه شوند. مهم‌ترین چالش احتمالی که در اجرای این آیین‌نامه پیش روی خود می‌بینیم، فرهنگ‌سازی و ترویج است. ایمینو ترویج و فرهنگ‌سازی را رسالت خود می‌داند. ایمینو به‌عنوان چتر حمایتی نوآوران این حوزه می‌کوشد تا علاوه بر فرهنگ‌سازی و ترویج در حوزه تنظیم‌گری هم نقش خود را ایفا کند و مسیر را برای نوآوران حوزه معدن و صنایع معدنی هرچه بیشتر هموار سازد. رویکرد سازمان ایمیدرو، رویکرد امیدوارکننده‌ای است و با طرح هوشمندسازی، حمایتش را جدی‌تر کرده است. امیدوارم روزی برسد که مادر ایمیدرو و شرکت‌های تابعه و شرکت‌های بزرگ، بودجه سالانه نوآوری داشته باشیم و بتوانیم به‌عنوان بودجه‌داری ریسک آن را تعریف کنیم تا در اختیار شرکت‌های نوآور قرار گیرد. بودجه‌ای که حتی بتوان بخشی از آن را به‌صورت بلاعوض در اختیار تیم‌ها قرار داد و امیدوارم حمایت از شرکت‌ها محدود به شعار سال نباشد و این روند ادامه یابد.

انقلاب‌های صنعتی گذشته از ماشین بخار شروع شد تا امروز تحولات بزرگی را رقم زده است. انقلاب صنعتی دوم که با ظهور ماشین‌های الکتریکی و راه آهن و تلگراف شکل گرفت، سرعت بیشتری داشت و بعد از آن انقلاب دیجیتال با ظهور اینترنت دنیا را تحت تأثیر قرار داد. انقلاب صنعتی چهارم با بهره‌مندی از فناوری‌هایی مانند اینترنت اشیا، اینترنت اشیا صنعتی، رایانش ابری و هوش مصنوعی در تمام عرصه‌های زندگی ما نقش خواهد داشت و در صنعت و فناوری‌های صنایع معدنی هم باید به آن توجه شود.

رویداد دایان پنج با عنوان آی فور رویدادی در ادامه سلسله رویدادهای ایمینو است. رویدادهای قبلی ایمینو در حوزه HSE، ماشین‌آلات، فرآوری و فولاد بوده‌اند. با توجه به اینکه امروز شاهد فاصله‌معدن‌داری در استفاده از هوش مصنوعی و هوشمندسازی معادن با کشورهای پیشرو جهان هستیم، در جهت توسعه پایدار فعالیت‌های معدنی، این فاصله باید کاهش یابد که ایمیدرو به‌عنوان مجری طرح هوشمندسازی تلاش دارد با به‌کارگیری دانش بومی و ظرفیت‌های علمی و پژوهشی کشور گام مهم و اساسی در این راستا بردارد.

بر همین اساس مشوق‌های بسیاری هم برای فعالان این حوزه در نظر گرفته است. انقلاب صنعتی نسل چهارم یا همان آی فور، تمرکز اصلی‌اش بر هوشمندسازی است و این یکی از نیازهای جدی معادن و صنایع معدنی ماست. بر اساس این نیاز و در راستای اجرای این طرح، رویداد دایان پنج پیرامون این موضوع طراحی شد. با شرکت‌های نوآور این حوزه ارتباط برقرار شد و از بین آنها، پنج شرکت انتخاب شد و در سه بخش جذب سرمایه‌گذار، مشارکت و همکاری در این رویداد حاضر شدند و به ارائه محصول و خدمات خود پرداختند.

متأسفانه در حوزه آی فور شرکت‌های زیادی فعال نیستند و ایمینو بر اساس فهرستی که از شرکت‌های نوآور حوزه معدن داشت و همچنین استفاده از فهرست‌هایی که معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و

استفاده می‌کنند، خروجی مناسبی نمی‌توانند دریافت کنند و عمدتاً گزارش‌های آنها دقیق و مناسب نیست. برای پاسخ به این نیاز بیش از ۴۰ سرویس طراحی کرده‌ایم و آن را در سازمان‌ها پیاده می‌کنیم و سازمان‌ها می‌توانند از این سرویس‌ها استفاده کنند و اطلاعات را به‌صورت یکپارچه داشته باشند و بتوانند گزارش‌های جامعی هم دریافت کنند. حدود دو ماه پیش در برنامه پیش‌رویداد دایان ۵ حضور یافتیم و محصولات و خدمات خود را به داوران ارائه دادیم و خوشبختانه از بین شرکت‌هایی که برای ارائه آمده بودند، داوران شرکت ما را انتخاب کردند و ما جزء پنج شرکت راه‌یافته به رویداد دایان ۵ شدیم که امروز در این رویداد به ارائه محصول و راهکار ابری پامیکا پرداختیم.

مهم‌ترین چالشی که امروز پیش روی توسعه و رشد شرکت وجود دارد، چالشی است که تقریباً تمام شرکت‌های نوآور با آن روبه‌رو هستند و آن هم بحث زیرساخت است. عدم وجود زیرساخت‌های پایدار، لطمات فراوانی به شرکت‌های حوزه آی تی می‌زند؛ فرقی نمی‌کند که این شرکت‌ها استارت‌آپی باشند یا شرکت‌های بالغ. یکی از این زیرساخت‌ها اینترنت است که متأسفانه در ماه‌های اخیر مشکلات زیادی را برای شرکت‌های نوآور به وجود آورده است. چالش دیگری که شرکت‌هایی مانند ما که در حوزه آی فور فعال‌اند، با آن مواجه هستند، شبکه‌سازی است که به کمک رویدادهایی مانند دایان و در همکاری با سازمان ایمیدرو و حمایت‌های مرکز نوآوری ایمینو امیدواریم این چالش برطرف شود.

بور و کراسی فرسایشی و بحران نیروی انسانی



کامران ناپلیان

رئیس هیئت مدیره گورپژوهان سیندار

فعالیت‌های ما به‌صورت مطالعاتی و بیشتر در زمینه زمین‌شناسی و نفت و گاز است و به دعوت ایمینو با این رویداد آشنا شدیم. پایه تخصص ما آی تی بود که پس از همکاری با زمین‌شناسان، عملاً آی تی و فناوری اطلاعات را در خدمت علوم زمین درآوردیم و با توجه به اینکه هسته اصلی فعالیت کشورمان صنعت نفت و گاز است، در این حوزه شروع به فعالیت کردیم. پس از آشنایی و ارتباط با ایمینو، به ظرفیت‌های بالای معدن و صنایع معدنی پی بردیم و با توجه به نزدیکی فعالیت شرکت با این حوزه در این رویداد شرکت کردیم و در داوری پیش‌رویداد جزء پنج شرکتی انتخاب شدیم که در رویداد دایان به ارائه محصول می‌پردازند.

چالش‌های متعددی که با آن روبه‌رو هستیم از طرفی برمی‌گردد به سازوکار بوروکراتیک اداری که باعث شده ساده‌ترین و پیش‌یافته‌ترین اقدامات شکل دهی یک کسب‌وکار بسیار پرهزینه و وقت‌گیر باشد. برای اینکه بتوانیم در حوزه‌هایی مانند آی فور پیش‌قدم شویم، احساس می‌کنم نیاز است قوانین ما به‌روزرسانی شود و در برخورد با شرکت‌های نوآور و محصولات نوآورانه انعطاف بیشتری را از سمت رگولاتور و نهادهای مرتبط شاهد باشیم.

چالش بعدی مسئله نیروی انسانی است. در شرکت ما ۳۵ نفر جوان با استعداد وجود دارند و همگی آنها زیر ۳۰ سال هستند. انگیزه مالی برای افرادی که سن‌وسال کمتری دارند، یکی از دغدغه‌هاست. نیروهای کار جوان باید افق امیدوارکننده‌ای را پیش روی خود ببینند و فضای کار را برای رشد مناسب بدانند و از کاری که می‌کنند لذت ببرند. من فکر می‌کنم در آینده نزدیک با توجه به حجم مهاجرت‌های نیروی کار، مجبور شویم از نیروهایی استفاده کنیم که از سطح متوسط پایین‌ترند.

فرصتی که دایان فراهم می‌کند فرصت خوبی است تا رگولاتور و قانون‌گذار دستگاه‌های حقوقی و مالیاتی و دیگر نهادهایی که با حوزه نوآوری در ارتباط هستند هم حضور داشته باشند، دغدغه‌های ما را بشنوند و به ما راهکار ارائه دهند.



شماره ۸۶
پهمن ۱۴۰۱
سال دوم

سال و نیم از عمر آن می‌گذرد. عمده فعالیت ما در فناوری اطلاعات و ارتباطات است و در این زمینه تجربه‌های خوبی داشتیم و قراردادهای بزرگی با دولت و وزارتخانه‌ها بستیم. همچنین قراردادهایی با شرکت‌های بزرگ خصوصی در کارنامه ما موجود است و علاقه‌مندیم در زمینه صنایع معدنی و معدن هم فعالیت کنیم. رویداد دایان این فرصت را برای ما به وجود می‌آورد تا بتوانیم با فعالان این حوزه ارتباط بگیریم و محصولات خود را به آنها ارائه دهیم. حمایت سازمان‌هایی مانند سازمان ایمیدرو از این رویدادها مسلماً باعث دلگرمی فعالان بخش خصوصی خواهد بود؛ شرکت‌هایی مانند ما که نوآور هستند و محصولی برای ارائه دارند، با امید بیشتری به فعالیت‌شان ادامه می‌دهند.

معدن کاری سطح چهار یا آی فور محبت بسیار مهمی است که با فناوری‌های روز دنیا گره خورده و به بستری‌های هوشمند برای رشد و توسعه نیاز دارد. فرصت‌ها و تنوع خدماتی که در آی فور به وجود می‌آید، می‌تواند به موفقیت‌های جمعی در کشور منجر شود و باعث می‌شود هم حوزه صنایع و معادن کشور به رشد و بهره‌برداری‌های بهینه‌تری دست یابند و هم از طرفی شرکت‌هایی که برای ارائه خدمات در زمینه صنعت ۴ شکل می‌گیرند، فضای بسیار مناسبی را برای رشد و شکوفایی خواهند داشت. مسلماً این اتفاق، اتفاق بسیار مبارک و میمونی است که سازمان‌هایی مانند ایمیدرو و مجموعه‌های حمایتی مانند ایمینو در این زمینه پیش‌قدم شده‌اند و اهمیت این موضوع را درک کرده‌اند. فعالیت در این حوزه‌ها برای شرکت‌هایی مانند ما که به جایی وابسته نیستند و همیشه سعی کرده‌اند روی پای خودشان بایستند، همواره سخت و طاقت‌فرسا بوده است و هر وقت هم که صحبت از یک محصول نوآورانه می‌شود، این سختی دوچندان است. مسیر ما سختی‌های بسیار زیادی داشته و در حوزه‌هایی مانند حوزه صنایع و معدن اعتمادسازی کار بسیار سختی است. متأسفانه بسیاری از فعالان این حوزه با معدن کاری سطح چهار آشنا نیستند و کماکان معدن کاری به‌صورت سنتی پیش می‌رود. بسیاری از معادن ما در سطح دوم معدن کاری هستند و جهش از سطح دو به سطح چهار کار بسیار سخت و پیچیده‌ای است. این چالش‌ها در کنار مشکلات قانونی، فرایندهای بوروکراتیک و سختی در دسترسی به مدیران، کار را برای شرکت‌های نوآور بسیار دشوار می‌کند و همه اینها دست‌به‌دست هم می‌دهند تا قدم گذاشتن در این راه با مخاطرات بسیاری همراه باشد. امیدواریم مجموعه‌های حمایتی مانند ایمینو، شکاف بین معدن و صنایع معدنی با شرکت‌های نوآور را کم کند و شرکت‌های نوآور بتوانند انتقال دانش را به صنعت در کوتاه‌ترین زمان و با کمترین هزینه انجام دهند.

چالش‌های مشترک نوآوران، چالش‌های ما هم هست

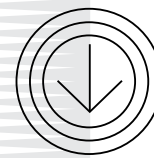


محمد رضایی

عضو هیئت مدیره پامیکا

ما در رویداد «دایان ۵» این فرصت را یافتیم تا پامیکا را معرفی کنیم. پامیکا پلتفرم ابری مدیریت یکپارچه کارها و ارتباطات است که هر کدام از این کلمات خود بیانگر بخشی از خدمات ماست. با نگاهی به ۱۰ شرکت برتر جهان درمی‌یابیم که استفاده از پلتفرم تا چه حد می‌تواند به رشد سریع شرکت‌ها کمک کند. پامیکا یک پلتفرم باز بساخت ابری است که به شرکت‌ها و صنایع معدنی یا هر صنعت دیگری کمک می‌کند تا دغدغه تجهیزات را نداشته باشد و ما آن‌ها را تأمین کنیم. موضوع بعد بحث یکپارچگی است. چالشی که بیشتر شرکت‌ها و سازمان‌ها با آن روبه‌رو هستند، عدم یکپارچگی اطلاعات است. خصوصاً شرکت‌ها و سازمان‌هایی که برای فرایندهای خود از نرم‌افزارهای مختلف





درباره کتاب «بی‌نظمی» افسانه دهکامه

وقتی کسب‌وکاری را راه می‌اندازیم یا در شرکتی مسئول فروش می‌شویم یا بخشی از مسئولیت بازاریابی را بر عهده می‌گیریم، خوب می‌دانیم که قرار نیست همیشه همه چیز گل و بلبل باشد و ما در شرایط ثابت و پیش‌بینی‌پذیر به کارمان ادامه دهیم، بلکه مثل روز برایمان روشن است که ممکن است یک روز از خواب بیدار شویم و ببینیم دلار ۱۰ برابر شده، بورس سقوط کرده یا اینترنت به کل قطع شده است و تمام نقشه‌هایی که کشیده بودیم، طی چند ساعت نابود شده‌اند. حفظ آرامش در چنین وضعیتی واقعاً سخت است. چطور می‌شود تمام استراتژی‌ای را که در این مدت داشتیم، تغییر دهیم و حتی خیلی زود به استراتژی جدیدی برسیم؟

کتاب «بی‌نظمی» نوشته فیلیپ کاتلر و جان ای. کسلین دقیقاً درباره همین بحران و با هدف حفظ نظم در بی‌نظمی در کار نوشته شده است. دنیای این روزهای ما عصر تلاطم است. صبح که از خواب بیدار می‌شویم، معلوم نیست چه اتفاقاتی افتاده است. باید با این بحران‌های ریز و درشت آشنا شویم و بیاموزیم که با آنها چطور برخورد کنیم. در فصل نخست این کتاب با بسیاری از عوامل این تلاطم شدید آشنا خواهیم شد؛ عواملی که رویارویی با آنها مستلزم تفکر مجدد برای اتخاذ رفتارها و حرکات راهبردی جدیدی خواهد بود که بتوانند در هنجار جدید آسیب‌پذیری را به حداقل برسانند و بهترین استفاده را از فرصت‌های ایجادشده ببرند.

در فصل دوم می‌آموزیم چرا در گذشته، یگانه نتیجه اشتباه مدیران و رهبران، ماندن در بحران بود، ولی امروزه و در عصر جدید این اشتباهات نه فقط برای شرکت آنان مضر است، بلکه ممکن است مهلک نیز باشد. در فصل سوم سامانه مدیریت بی‌نظمی معرفی می‌شود که راهی برای مدیران فراهم می‌آورد تا بتوانند شرکت‌های خود را از این وضعیت نجات دهند و رویکردهایی اساسی را به شیوه کاری خود اضافه کنند تا کارکردی موفقیت‌آمیز داشته باشند و رویدادهای جدید اطراف خود را بهتر از قبل بفهمند و با آنها مواجه شوند.

در فصل چهارم رفتارهای راهبردی جدیدی شرح داده می‌شود که برای کارکردهای مدیریتی اصلی ضرورت دارند و از آنها برای بهبود عملکرد کوتاه‌مدت سازمان بدون به مخاطره انداختن عملکرد میان‌مدت و بلندمدت آن استفاده می‌شود. فصل پنجم نشان می‌دهد شرکت‌ها چطور می‌توانند راهبردهای بازاریابی و فروش خود را در دوران تلاطم تقویت کنند و زمینه را برای آینده‌ای پایدار و همچنین انبوهی از مشتریان وفادار آماده سازند. و در نهایت در فصل ششم راهکارهایی ارائه می‌شود که مدیران کسب‌وکارها می‌توانند با استفاده از آنها نیازهای کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت کسب‌وکار خود را به درستی متوازن کنند تا شرکتی موفق داشته باشند که سال‌های سال پابرجا باشد و به رشد خود ادامه دهد.



عکس: پریا امیرحاجلو



شماره ۸۶
۲۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم

آیا این یک تبلیغ ماندگار است؟

نقد و بررسی بیلبوردهای چکنو که قرار است محصول جدید بانک صادرات را معرفی کند

این روزها در سطح شهر بیلبوردهای پروژه جدید بانک صادرات، یعنی «چکنو» را می‌بینیم. این پروژه «چک امن دیجیتال» بانک صادرات، «چکنو» است. چکنو طبق گفته‌های سید ضیاء ایمانی، مدیرعامل بانک صادرات ایران قرار است انقلاب عظیمی در سامانه بانکی ایران ایجاد کند. چکنو قرار است همان مزایا و قوانین چک‌های کاغذی را رعایت کند، اما در عین حال در تولید و چاپ کاغذها صرفه‌جویی کند و با کاهش حضور فیزیکی مشتریان دارای چک، به کارمندان بانک اجازه دهد فعالیت‌های دیگر خود را با سرعت بالاتری انجام دهند.

اینکه این سامانه تا چه حد می‌تواند کارآمد باشد، به میزان استفاده کاربران از آن و تلاش برای بهبود دائمی این سامانه بستگی دارد. در مورد اول باید ببینیم تبلیغات شهری بانک صادرات تا چه حد به بیشتر شدن استفاده از چکنو کمک می‌کند. این سؤال است که جواب آن را با کمک فعالان حوزه تبلیغات خواهیم داد.

این طرح خوب عمل کرده است یا نه؟ این پرسش‌ها را من نمی‌خواهم و نمی‌توانم پاسخ بدهم. من می‌توانم کمی درباره عملکرد آژانس دیجیتال بلوباکس در طراحی و اجرای بیلبورد «چکنو» بگویم. او در ادامه درباره پیام این بیلبورد و میزان موفقیتش در انتقال این پیام اضافه می‌کند: «پیام چیست؟ بانک صادرات ایران با سرویس چکنو این امکان را در اختیار شما قرار می‌دهد که به جای دسته‌چک کاغذی، از چک امن دیجیتال استفاده کنید. برای بررسی میزان موفقیت در انتقال یک پیام - در اینجا سرویس چکنو - می‌توان از الگوی ارتباطی رومن یا کوبسن استفاده کرد. در این نظر به، شش عنصر فرستنده، گیرنده، پیام، بافت (موضوع)، تماس (مجرای ارتباط، رسانه) و رمز مطرح‌اند. ساده‌ترین حالت ارتباط از هماهنگی میان فرستنده، پیام و گیرنده ایجاد می‌شود، اما یک پیام موفق باید آن سه عنصر دیگر را نیز در بطن خود داشته باشد.»

نقی‌زاده می‌افزاید: «در مثال مورد بحث ما، بانک صادرات فرستنده است، کاربر خدمات بانکی گیرنده و پیام هم امکان بهره‌مندی از خدمات آنلاین چک به جای چک‌های سنتی. آیا این بیلبورد توانسته است پیام فرستنده را به صورت کامل به گیرنده آن منتقل کند؟»

چکنو در دسته خوب‌ها

رحمان نقی‌زاده گرمی، از کارشناسان حوزه تبلیغات می‌گوید: «چک دیجیتال خوب است یا نه؟ بانک صادرات در اجرای



رویکرد خلاقانه فری واتر هم سود به جیب این استارت‌آپ واریز کرده و هم بودجه‌ای برای حل مشکلی جهانی فراهم کرده است

کسب سود از عرضه آب رایگان

این شرکت می‌گوید فری واتر تنها آغاز راه است و آب اولین محصول سوپرمارکت‌های رایگان آینده آنهاست. آنها قرار است محصولات دیگری را هم رایگان کنند و هر محصول رایگان جدیدی که معرفی می‌کنند، به شکلی معنادار به هدف خیریه‌ای نیز کمک کند. این استارت‌آپ خلاق و پیشگام، به سرعت به یک پدیده بین‌المللی تبدیل شده که باعث جلب توجه برندها، سرمایه‌گذاران و مصرف‌کنندگان بسیاری در سراسر جهان شده است. برندها و سرمایه‌گذاران با تبلیغ محصول خود در فضای تبلیغاتی فری واتر می‌توانند با یک تیر، چند نشان بزنند؛ اول از همه اینکه فضای تبلیغ متفاوتی را تجربه می‌کنند و همچنین در کنار پروژه خلاقانه‌ای مانند فری واتر بر سر زبان‌ها می‌افتند و همزمان می‌توانند به مشتریان خود بگویند مسئولیت اجتماعی‌شان را با مشارکت در یک کار خیریه انجام داده‌اند.

فری واتر قبلاً دو پروژه آب را در کنیا با توزیع آب چشمه رایگان در ایالات متحده تأمین مالی کرده است. کلیفوردز، بنیان‌گذار این استارت‌آپ می‌گوید: «استارت‌آپ ما با توزیع آزادانه کالاهایی با قیمت‌های منفی که سودآور هستند، سرمایه‌داری را تحت تأثیر قرار می‌دهد. ما به برندها کمک می‌کنیم تا به مخاطبان مورد نظر خود برسند، کالاهای با کیفیت را به صورت رایگان در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌دهیم و برای حل مسائل جهانی بدون استفاده از یک پنی از پول مالیات‌دهندگان، به خیریه کمک مالی می‌کنیم.»

فری واتر می‌گوید که آنها فقط به ۱۰ درصد از آمریکایی‌ها نیاز دارند تا با انتخاب آنها، بحران جهانی آب را برای همیشه حل کنند! به نظر بلندپروازی می‌آید، اما تا همین جای کار هم این برند بیشتر از تخیل ما و خیلی‌ها پیش رفته و دوست دارم فکر کنم آنها می‌توانند به هرچه می‌خواهند برسند، چون هم خلاق‌اند و هم مهربان.

بورتان می‌شود کسب‌وکاری آب رایگان به دست مردم برساند و کلی هم سود کند؟ آن قدر که بتواند بخشی از سودش را صرف حفر چاه برای نیازمندان کند؟ بورتان می‌شود این کسب‌وکار با آب شروع کرده باشد و بخواهد در ادامه، کالاهای بیشتری را رایگان به دست مردم برساند و سود کند و از سودش کار خیریه‌ای را هم سروسامان دهد؟

بورتان بشود یا نه، «فری واتر» (Free Water) این روزها دقیقاً همین کار را می‌کند!

فری واتر می‌گوید: «آب باید رایگان باشد. پس چرا برای نوشیدن آن پول می‌دهیم؟» این برند سعی می‌کند به شیوه بسیار خلاقانه‌ای به این سؤال پاسخ دهد. در واقع جواب این برند به سؤال این است: «چون داریم اشتباه می‌کنیم. حالا ما آمده‌ایم و می‌خواهیم جلوی این اشتباه را بگیریم. فکر می‌کنید نمی‌شود؟ خب اشتباه می‌کنید، چون تازه این اول کار است. ما نه تنها آب، بلکه سایر محصولات را در سراسر جهان رایگان می‌کنیم!»

چطور؟

این برند از بسته‌بندی محصولش برای تبلیغات استفاده می‌کند! در واقع پاکت‌های آلومینیومی و بطری‌های فلزی آب مانند یک فضای تبلیغاتی به برندهای دیگر فروخته می‌شود. تبلیغات هر برند به شرط پرداخت هزینه روی پاکت‌ها یا بطری‌های آب رایگان قرار می‌گیرند و به دست مردم می‌رسند. برند فری واتر با هزینه این تبلیغات هم هزینه آب مرغوب چشمه‌های طبیعی را پرداخت می‌کند، هم هزینه تهیه، بسته‌بندی، توزیع و... را و هم سود می‌کند. آن قدری که از سود هر بطری آب رایگان، ۱۰ سنت را در راستای حفر چاه برای افراد نیازمند کنار می‌گذارد. همه اینها را انجام می‌دهد، بدون اینکه بر اصل اساسی و اولیه‌اش خدشه‌ای وارد شود: «آب باید رایگان باشد!» بله، به همین راحتی، به همین خلاق!

چهار اسلوگان برای یک معرفی محصول؟

آرمان میرعبدالحق، مدیر بازار یابی «هومن‌ژن» معتقد است که در نگاه اول شما با یک اپلیکیشن جدید بانکی در کنار بی‌شمار اپلیکیشن بانکی خود مواجه می‌شوید که در صورت استفاده از آن باید جایی برایش در تلفن همراه خود باز کنید؛ «اما برخلاف تمام نشانه‌هایی که آگهی به شما می‌دهد، این یک اپلیکیشن نیست، بلکه خدمتی جدید مبتنی بر سامانه‌ای جدید در اپلیکیشن همراه بانک بانک صادرات است.

میرعبدالحق با اشاره به اینکه اگر از میزان کارایی این خدمت و تغییراتی که در زمینه صدور چک ایجاد می‌کند بگذریم، به چند سؤال اساسی می‌رسیم، این پرسش‌ها را این‌گونه مطرح می‌کند: «آیا یک خدمت جدید نیاز به لوگو دارد؟ آیا یک خدمت جدید برخلاف نام‌گذاری‌های مرسوم قبلی (مثلاً سامانه صیاد که مخفف سامانه صدور یکپارچه دسته‌چک است) نیاز به اسمی خلاق دارد؟ آیا مثل قبل همان چکاد که مخفف سامانه چک امن دیجیتال است برای نام‌گذاری این خدمت مناسب‌تر نبود؟ آیا برای معرفی یک خدمت نیاز به نوشتن تگ‌لاین و سه اسلوگان (چکنو، بُعد چهارم خدمات؛ چکنو، چک امن دیجیتال بانک صادرات ایران؛ گوشه‌ی رو چک کن؛ بانک صادرات، در خدمت مردم ایران) روی یک طرح وجود داشت؟»

او پاسخ به این سؤالات را «خیر» می‌داند و می‌افزاید: «آگهی‌ای که قطعاً بنا داشته خدمتی را معرفی کند، در همان یک وظیفه خود ضعیف عمل کرده و با در نظر نگرفتن موتیف‌های معرفی خدمت، به‌راحتی (شاید به سختی، همانند موقعی که شما تمام سؤالات یک آزمون

تستی را بخواهید منفی بزنید) شکست خورده است. البته همچنان جای امیدواری هست که تصویر موضوعاتی مانند بانک صادرات، چک و دیجیتال بودن را به مخاطب می‌رساند و همین می‌تواند کمک کند تا بانک صادرات جایگاه اول چک دیجیتال را در ذهن مخاطب کسب کند.»

به گفته‌ی وی، اشتباهات این آگهی بیشتر ناشی از سفارش غلط به طراح یا طراحان آگهی است و در واقع فاحش‌ترین اشتباهات را واحد روابط عمومی و تبلیغات بانک و مشاوران آنها انجام داده‌اند. اشتباهاتی که از آنها پیش از این یاد کردیم؛ اشتباهاتی از جنس استراتژی مارکتینگ.

میرعبدالحق می‌گوید: «بهرتر بود در آگهی یادشده تنها از یک اسلوگان توضیحی مانند «چک دیجیتال، خدمت جدید بانک صادرات ایران» در کنار طرحی گویا استفاده می‌شد و در ادامه برخلاف حال حاضر که با جست‌وجوی چکنو در صفحه اول به سایت بانک صادرات ارجاع داده نمی‌شود و با حجم عظیمی از مقالات تکراری، گنگ و بدخوان که سفارش واحد روابط عمومی بودند روبه‌رو می‌شوید، بهتر بود با کمی کار روی پروسه بهینه‌سازی برای موتورهای جست‌وجو به لندینگ مختص به محصول ارجاع داده شوید.»

او با تأکید بر اینکه اگر تبلیغات جدید بانک صادرات در این زمینه ادامه نداشته باشد یا سایر برندهای رقیب تبلیغاتی با خدمات مشابه را در دو ماه آینده اکران کنند، همین جایگاه اندک کسب‌شده نیز از دست خواهد رفت، می‌گوید: «همانند تمام اولین‌های دیگر که به جز اولین بودن هیچ مزیتی نداشتند، این هم به فراموشی سپرده خواهد شد. باید منتظر بود و دید که بانک صادرات برای چکنو تبلیغات دیگری در نظر دارد یا با همین تبلیغ می‌تواند به آنچه می‌خواهد برسد.»

به گفته این کارشناس حوزه تبلیغات، در این سرویس ما با خدمتی تازه روبه‌رویم که برای نخستین بار به صورت گسترده دربارهاش اطلاع‌رسانی می‌شود. تازگی این خدمت و ناآشنایی آن برای چشم و گوش مخاطب، طراح و نویسنده تبلیغ را مجبور می‌کند که با استفاده از رمزهای قابل درک برای گیرنده، پیام خود را شفاف کند. او در این باره می‌گوید: «در این تصویر، از عنصر «گوشی موبایل» برای نمایش گذار از چک‌های کاغذی سنتی به چک دیجیتال استفاده شده است. به نظر می‌آید این المان تکراری و کلیشه‌ای شده باشد، ولی اگر هدف انتقال سریع و سریع پیام باشد، می‌توان به آن بسنده کرد. تأکیدم بر این المان از آن جهت است که بخش بزرگی از مسئولیت انتقال پیام بر دوش آن گذاشته شده و در یک نگاه، بیش از دوسوم فضا و آن بخش چشم‌گیر بیلبورد را در اختیار دارد. گمان می‌کنم می‌شد که خلاقانه‌تر به این فضای نسبتاً بزرگ پرداخت و از عناصر دیگری برای نشان دادن پیام چکنو بهره جست، ولی همان‌طور که پیش‌تر هم گفتم، همین تصویر تقابلی چک و تلفن همراه کفایت می‌کند و تعریف «خلاقانه‌تر» نیز از حوصله این مطلب خارج است.»

او با ذکر این نکته که در فرصتی کوتاه امکان ارائه پیشنهاد جایگزین را ندارد و پرداختن به نقد صرف، بدون پیشنهاد جایگزین را هم دور از اخلاق حرفه‌ای می‌داند، می‌گوید: «نکته آخر از تصویر این است که شباهت رنگ صفحه گوشی با رنگ پس‌زمینه بیلبورد، ممکن است مخاطب سوار بر خودرو را در دریافت پیام با دشواری مواجه کند. این نکته در محل تماس‌های دیگر - به نظرم - مسئله‌ای ایجاد نمی‌کند.»

نقی‌زاده معتقد است لوگوی آشنا و نوشته «بانک صادرات ایران» گوینده پیام را مشخص می‌کند و اعتباری مضاعف به این‌بودن پیام مورد بحث می‌بخشد و از این بیشتر هم نیازی به تأکید بر «فرستنده» نیست؛ «اینجا گیرنده» اهمیت دارد و از منظر الگوی یا کوپسن، با «نقش ترغیبی» روبه‌رویم؛ جایی که جهت‌گیری پیام به سوی مخاطب و عنصر غالب در آن «گیرنده» است. اسلوگان «گوشی رو چک کن!» این موضوع را به ما اطلاع می‌دهد؛ یک جمله امری دوپهلو که واژگان «گوشی» و «چک» به‌مانند بخش تصویری پیام در آن تکرار شده است.»

اودر باره پیام تبلیغاتی بیلبورد چکنو می‌افزاید: «این اسلوگان به نسبت جذاب و ساده است و از این رو شاید بتوان از تکرار واژه و عناصر تصویری «چک» در یک فضای کوچک چشم‌پوشی کرد. بلوباکس ریشه نام «چکنو» را ترکیب «چک» و «تکنولوژی» معرفی کرده است. در این ترکیب، بخش «لوژی» حذف و در نهایت واژه «چکنو» ساخته شده است. علاوه بر این، «چکنو» ترکیب «چک» و «نو» را نیز به ذهن متبادر می‌کند. این ترکیب می‌تواند بانک صادرات را به‌عنوان یک بانک پیشرو و علاقه‌مند به سرویس‌های به‌روز و نوآورانه در خدمات بانکی آنلاین معرفی کند. البته بانک صادرات ایران برای دستیابی به این جایگاه، رقیبانی دارد که پیش از این بانک به خدمات آنلاین بانکی پرداخته‌اند. با این حال، تا جایی که حافظه‌ام یاری می‌کند، اولین بار است که خدمت چک امن دیجیتال (چکاد) در بستری وسیع تبلیغ و معرفی می‌شود.»

اودر پایان می‌گوید: «برای جمع‌بندی از میان تبلیغات منتشر شده در ماه‌های گذشته در بسترهای گوناگون، این بیلبورد بانک صادرات را در گروه خوب‌ها قرار می‌دهم! انتقال پیام در این تبلیغ شفاف و مستقیم است و رگه‌هایی از خلاقیت نیز بر شفافیت آن ضمیمه شده است. در کل، به‌عنوان یک مخاطب عام و گیرنده پیام، این تبلیغ را کامل و اثرگذار می‌بینم و به‌عنوان یک کپی‌رایتر، معتقدم که می‌شد تازگی و جذابیت قالب پیام را حداقل یک پله بالاتر برد.»



شماره ۸۶
پهمن ۱۴۰۱
سال دوم





استارت‌آپ لیتوانیایی
۳/۵ میلیون یورو سرمایه
جذب کرد

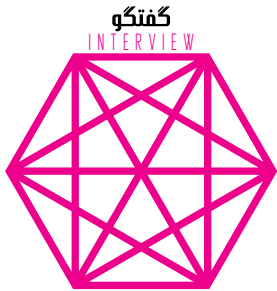
هوش مصنوعی برای تصاویر پزشکی

استارت‌آپ پزشکی Oxipit AI مستقر در ویلنیوس ۳/۵ میلیون یورو از صندوق تایوانیاکپیتال سرمایه جذب کرده است. این استارت‌آپ ابزارهای هوش مصنوعی برای تصویربرداری پزشکی جهانی ایجاد می‌کند. این بودجه به شرکت کمک می‌کند رشد خود را سرعت بخشد و از هم‌تیمی‌ها و مشتریان جدید استقبال کند. در سال ۲۰۱۹، این استارت‌آپ ۱/۷ میلیون یورو سرمایه اولیه را از پرکتیکاکپیتال، صندوق «کونوستیکینیس» و سرمایه‌گذاران فرشته دریافت کرد که در آن زمان بزرگ‌ترین سرمایه‌گذاری برای راه‌حل‌های هوش مصنوعی پزشکی در کشورهای حوزه بالتیک بود. Oxipit AI قصد دارد در آینده نزدیک ۴/۸ میلیون یورو اضافی از سرمایه‌گذاران فعلی خود جذب کند. این استارت‌آپ در سال ۲۰۱۷ توسط تیمی متشکل از شش دانشمند با پیشینه‌های مختلف علمی تأسیس شد. این تیم دارای برندگان چند بار رقابت کاکگل، همچنین اعضای با سابقه اثبات‌شده در برنامه‌های کاربردی جهانی هوش مصنوعی و علم داده است.

Oxipit AI یک نرم‌افزار تصویری کامپیوتری، مخصوص استفاده در تصویربرداری پزشکی است. این شرکت با تیمی از دانشمندان داده و پزشکان برنده جوایز متعدد، قصد دارد پیشرفت‌های خلاقانه هوش مصنوعی/یادگیری عمیق را در عملکرد بالینی روزمره معرفی کند. این استارت‌آپ توسعه‌دهنده مجموعه نرم‌افزارهای رادیولوژی با هوش مصنوعی جست‌آی است. تشخیص و گزارش خودکار مبتنی بر هوش مصنوعی توسط جست‌آی، رادیولوژیست‌ها را قادر می‌سازد بهره‌وری خود را بهبود بخشند، میزان خطا را کاهش دهند، یافته‌های ثانویه نادیده‌گرفته‌شده را کشف کنند و به کمبود و حجم کاری روزافزون متخصصان رادیولوژی رسیدگی کنند.



شماره ۸۶
۲۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم



همه‌گیری کووید ۱۹ فارغ از مصیبت‌هایی که به بار آورد، موتور محرک بازارهای متنوعی شد که یکی از این بازارها، «تله‌مدیسن» یا پزشکی از راه دور بود. وضعیت قرنطینه و اضافه‌بار شدید روی بیمارستان‌ها و مراکز پزشکی در سراسر دنیا باعث شد این مفهوم بیش از پیش در کنار دیگر شیوه‌های درمانی جای خود را باز کند و به خاطر رشد سریع توانست توجه سرمایه‌گذاران زیادی را به این حوزه جلب کند.

تلاقی علوم مختلف حول این مفهوم هم‌منجر به شکل‌گیری خدمات و محصولات متنوع و نوآورانه بسیاری شد. در این گفت‌وگو به سراغ یکی از محصولات نوآورانه رفتیم که با به‌کارگیری هوش مصنوعی و پردازش تصویر سعی دارد خلأ تشخیص از راه دور را پر کند. سحر پزندوار یکی از چهار هم‌بنیان‌گذار استارت‌آپ ایواسا است. او فارغ‌التحصیل رشته مدیریت اجرایی از دانشگاه شهید بهشتی است و ایواسا اولین تجربه کاری اش در راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوآور است.



لطفاً درباره ایواسا برایمان بگویید. تیم ایواسا چگونه شکل گرفت؟ اعضای تیم چه کسانی هستند و ایواسا چه هدفی را دنبال می‌کند؟

اعضای تیم ما عبارت‌اند از: زهرا روشن، کارشناس ارشد مهندسی پزشکی از دانشگاه امیرکبیر که مدیرعامل تیم است؛ پریا داودی، کارشناس ارشد برق که در حوزه AI کار می‌کند و به خاطر علاقه‌اش به حوزه سلامت، در حیطه تصاویر پزشکی فعالیت دارد؛ سجاد سلطانی که دانشجوی کامپیوتر و توسعه‌دهنده تیم‌مان است و من. هر چهار عضو، هم‌بنیان‌گذار هستیم، ولی سهام و سرمایه اصلی برای خانم داودی و خانم روشن است. به دلیل هدف مشترکی که داشتیم، این استارت‌آپ را به راه انداختیم. سعی ما در بهبود زندگی است و می‌خواهیم درمان را به سمت پیشگیری ببریم. نام استارت‌آپ ما ایواسا و به معنی «مثل مادر» است. ایوا به لاتین یعنی حوا که مادر بشر شناخته می‌شود و سا هم در زبان فارسی، پسوند شباهت است.

ایواسا دقیقاً چکار می‌کند؟

ما در حوزه سلامت دیجیتال فعالیت داریم و از طریق ضبط یک ویدیوی ۳۰ ثانیه‌ای با دوربین گوشی همراه، علائم حیاتی بیمار را اندازه‌گیری می‌کنیم که این سنجش به وسیله هوش مصنوعی انجام می‌شود. علائم حیاتی‌ای که در حال حاضر می‌توانیم اندازه‌گیری کنیم، شامل ضربان قلب، سطح اکسیژن و نرخ تنفس است. این فعالیت از طریق دیپ‌لرنینگ (یادگیری عمیق) و ایمج پروسیسینگ (پردازش تصویر) انجام می‌شود. در حال حاضر نرم‌افزاری داریم که برای دموی محصول است و قصد داریم از طریق بازار B وارد بشویم. شکل ورود به بازار ما BYB است و می‌خواهیم از طریق SDK (کیت توسعه نرم‌افزار) با تله‌مدیسن‌ها و سایر فعالان حوزه سلامت دیجیتال مرتبط و ادغام شویم.

راهکار ایواسا در بازار مبهم تله‌مدیسن

گفت‌وگو با سحر پزندوار، هم‌بنیان‌گذار «ایواسا» که می‌گوید می‌توانند قفل بازار پزشکی از راه دور را باز کنند



هوش مصنوعی چگونه بستر عادلانه سلامت را ایجاد می کند؟

دستیاران پزشکی از جنس صفر و یک

استفاده از هوش مصنوعی یا AI به سرعت در زمینه پزشکی و به ویژه در تشخیص و مدیریت درمان در حال رشد است. تا به امروز طیف گسترده ای از تحقیقات در مورد این موضوع انجام شده که هوش مصنوعی چگونه می تواند به تصمیم گیری های بالینی کمک کرده و قضاوت پزشکان را تقویت کند. تشخیص دقیق، یک جنبه اساسی از سیستم های مراقبت های بهداشتی جهانی است. در ایالات متحده تقریباً پنج درصد از بیماران سرپایی تشخیص نادرست دریافت می کنند که خطاها به ویژه برای شرایط پزشکی جدی رایج است و خطر آسیب جدی به بیمار را به همراه دارد.

در سال های اخیر، هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی به عنوان ابزار قدرتمندی برای کمک به تشخیص ظاهر شده اند. این فناوری می تواند با ارائه تشخیص های دقیق تر، مراقبت های بهداشتی را متحول کند. سال گذشته دانشمندان بایولون، یک شرکت فناوری جهانی که بر سلامت دیجیتال تمرکز دارد، روش جدیدی برای استفاده از یادگیری ماشینی برای تشخیص بیماری پیدا کردند. آنها چک کننده های علائم هوش مصنوعی جدیدی را توسعه دادند که معتقدند می توانند به کاهش اشتباهات تشخیصی در مراقبت های اولیه کمک کند. رویکرد جدید با استفاده از استدلال علی در یادگیری ماشینی خود، بر محدودیت های نسخه های قبلی غلبه می کند. پیش از این، تشخیص ها تنها بر اساس همبستگی بین علائم و محتمل ترین علت بود.

این روش می تواند در مناطقی که دسترسی به پزشکان محدود است، بسیار کارا باشد. نیمی از جهان تقریباً به مراقبت های بهداشتی دسترسی ندارند؛ بنابراین دیدن این نتایج امیدوارکننده در موارد آزمایشی همچنان انگیز است. اما این نباید به عنوان ماشین هایی که جایگزین پزشکان می شوند تلقی شود.

که به راحتی درک می کردند استارتاپ ما چه هدفی را دنبال می کند و چه مزیت ها و خدمات نوآورانه ای ارائه می دهد، ولی برای آنها این پرسش مطرح بود که آیا در ایران این پذیرش از سوی بیمار و کادر پزشکی که قرار است از این فناوری استفاده کند، وجود دارد یا خیر؟ مشکل به ارزش های خدمات ما بازمی گردد و بیشتر این علامت سؤال وجود دارد که هوش مصنوعی در ایران تا چه حد رشد کرده و عموم مردم تا چه حد اهمیت آن را درک کرده اند.

در واقع مشکل ما در بستر فرهنگی کشور ریشه دارد، و گرنه ابزار خاصی هم نیاز نداریم و با یک گوشی می شود از این فناوری بهره برد، ولی رساندن باور عمومی به اینکه از طریق یک سری الگوریتم ها و سیگنال های نوری، بیماری تشخیص داده می شود، مشکل است.

مهم ترین چالش های کسب و کاری

چون شما در فضای سلامت کشور چیست؟

یکی از چالش های ما این است که تست محصولات در حوزه هوش مصنوعی زمان زیادی می گیرد و وقتی این محصول در حوزه مدیکال باشد، دوره تست بسیار طولانی تر می شود و حتماً باید موارد مطالعاتی زیادی وجود داشته باشد که صحت عملکرد محصول را تأیید کند. کاری که ما انجام می دهیم این است که دیتاست های جمع آوری شده را از طریق ابزارهای بیمارستانی تست می کنیم.

ابزارهایی که در بیمارستان موجود است و بیمارانی که با شرایط مختلف مراجعه می کنند، دیتاهای زیادی به ما می دهند و اساساً برای یادگیری ماشین و دیپ لرنینگ باید دیتاهای خیلی زیادی را از همه جا داشته باشیم تا فرایند اندازه گیری هوش مصنوعی به دقت بالایی برسد و با توجه به حساسیتی که روی کیفیت و اهمیت خدمات پزشکی و سلامت به صورت عمومی وجود دارد، مجبور هستیم دیتاست هایمان را تا میزان حداکثری افزایش دهیم و دوره تست محصول مان را به کمک دستگاه های پیشرفته آی سی یو کامل کنیم که در حال حاضر الگوریتم هایمان را به استاندارد تعریف شده رسانده ایم و می توانیم برای ورود به بازار اقدام کنیم.

برای گرفتن مجوز ورود به بیمارستان و استفاده از دستگاه های پیشرفته بیمارستانی مسیر طولانی و دشواری را طی کردیم و از هر بیمار به صورت فردی اجازه گرفتیم تا ویدئویی از او ضبط کنیم و اطلاعاتی را که دستگاه از تست بیمار ثبت می کند، در اختیار داشته باشیم و یکایک دیتاها را به ما مقایسه کنیم تا در نهایت الگوریتم مان را بهبود ببخشیم. چیزی که امیدوارم اتفاق بیفتد این است که درمان را به سمت پیشگیری ببریم.

آمار قابل ملاحظه ای وجود دارد که مربوط به بیماری های قلبی است. یک سوم جمعیت کشور ریسک ابتلا به بیماری های قلبی دارند و با اختلاف، این عامل اولین علت فوت ناشی از بیماری است. اگر بتوانیم مسیری را در اختیار افراد قرار بدهیم که راحت تر از شرایط خودشان آگاه شوند و اگر فرهنگ سازی در این زمینه انجام شود، مردم از این خدمات استفاده خواهند کرد؛ با این شرط که زمینه فراهم شود!

با وضعیت اینترنتی که ما در حال حاضر داریم، حتی اگر دقت کار ایواسا از دستگاه های بیمارستانی بیشتر شود، بیمار اصلاً نمی تواند به مرحله ویزیت آنلاین و پیگیری شرایط جسمی اش دست پیدا کند. این مشکلات وجود دارد و درستش این بود که من و دوستانم دغدغه چنین چیزی را نداشته باشیم، چون اصلاً چیزی نیست که ما بخواهیم برطرف کنیم.

شما با دیجی نکست فعالیتتان را شروع کردید و سپس از خدمات هلتیو بهره مند شدید. کمی هم درباره همکاری با هلتیو برایمان بگویید. این همکاری از کجا و چگونه شروع شد؟

در دمودی دیجی نکست که پایان بوت کمپ برگزار می شود، سرمایه گذارهای مختلفی از شرکت های گوناگون حضور دارند و با توجه به نگاهی که به طرح و ایده دارند، پیشنهاد همکاری می دهند. ما از شرکت های مختلف و سرمایه گذاران متفاوت برای همکاری پیشنهاد داشتیم و با منتورینگ که از بیزینس گرفتیم و بررسی های تیم، بهترین گزینه را انتخاب کردیم.

برای ما بهترین گزینه این بود که علاوه بر شتاب دهنده عمومی ای که ما را پشتیبانی می کرد، شتاب دهنده ای انتخاب کنیم که به طور اختصاصی در حوزه سلامت فعالیت دارد.

منتورینگ که هلتیو به ما می دهد و حمایت هایی که از ما می کند و تجربه ای که دارد، مستقیماً در جهت کاری است که ما انجام می دهیم و همین موضوع باعث تسهیل روند کار ما می شود.

استارتاپ های تحت حمایت هلتیو، تجربه های موفقی از همکاری با این شتاب دهنده داشته اند و هلتیو در مواجهه با مشکلات فعلی یکی از شتاب دهنده هایی است که همکاری با شرکت های دیگر را حفظ کرده است. ما هم در این شرایط به چنین شتاب دهنده ای نیاز داریم و حدود شش ماه است که این همکاری شکل گرفته و علاوه بر منتورینگ و سرمایه گذاری در شبکه سازی ما نقش مهمی دارد.

این روزها در مورد هوش مصنوعی زیاد می شنویم. به نظر شما آینده تیم و محصول شما چه خواهد بود؟ چه فرصت ها و چالش هایی را پیش روی خود می بینید؟

بازار سلامت دیجیتال در دنیا، بازار بسیار جدیدی است که به سرعت در حال رشد است. ما با هدف و چشم اندازی که در دنیا وجود دارد، همسو هستیم، ولی تفاوت عمده ای در ایران وجود دارد. از اختلالات اینترنت گرفته تا مشکلات حاکمیت، موانعی وجود دارد که رسیدن به استانداردهای مورد نیاز و رشد سلامت دیجیتال را در کشور مختل می کند. آمار نشان می دهد که دنیا به سوی آنلاین شدن خدمات پزشکی پیش می رود و کرونا این فرایند را تسهیل کرده؛ ولی عملاً این اتفاق بدون اعتمادسازی در بین مردم به وجود نمی آید و این پرسش مطرح است که آیا پزشک می تواند دقت تشخیص را در ویزیت آنلاین داشته باشد یا خیر؟! همین موضوع و اختلالات شدید اینترنتی، باعث شده درصد ناچیزی از ویزیت آنلاین را نسبت به ویزیت حضوری داشته باشیم. این پیش نیاز برای ایواسا وجود دارد، چون قرار است سیستم های آنلاین را بهینه کند.

هدف ما این است که ابزار کمک تشخیصی برای پزشک باشیم و قفل این مارکت را باز کنیم تا قشرهای بیشتر با هزینه کمتر و دسترسی آسان تر بتوانند از ایواسا استفاده کنند، ولی وقتی این پیش نیاز آسیب می بیند، مسیر بسته می شود و اصلاً به فرایند بهبودسازی نمی رسد!

طرح راهکار ایواسا برای افرادی که با آنها مذاکره می کردیم، بسیار جالب بود. چون در سطحی بودند

ایده ایواسا و هسته تیم طی چه فرآیندی و چطور شکل گرفت؟

حدود یک سال پیش بود که دیجی نکست یک کمپ استارتاپی تشکیل داد. در این کمپ، افراد مختلفی شرکت می کنند و گروه بندی های گوناگونی شکل می گیرد که اشخاص با توجه به علاقه مندی های خود و ایده ای که دارند، با هم آشنا می شوند. تیم حاضر در این کمپ با هم آشنا شدند و بر اساس علاقه و هدف مشترکی که داشتند، به این ایده ورود کردند.

زهراروشن و پریا داودی در حوزه هوش مصنوعی، من در حوزه بیزینس و آقای سجاد سلطانی نیز به عنوان توسعه دهنده، این تیم چهارنفره را شکل دادیم. ایده اصلی به دلیل علاقه مندی به حوزه سلامت دیجیتال، اهمیت بازار کشوری و جهانی و پیشینه پزشکی کسانی که در ابتدا گروه را تشکیل دادند، مطرح شد.

مشابه این فعالیت را استارتاپی به نام «بیناه» از سال ۲۰۱۴ در رژیم اسرائیل انجام می دهد که بسیار موفق بوده و نتایج خوبی گرفته و دلیل این توفیق این است که مشکل را درست شناسایی کرده و توانسته شکافی را که در سلامت دیجیتال وجود دارد، پر کند. این سرویس بیشتر با بیمه کار می کند و با تهیه یک پلن شخصی، سطح بیمه و خطری را که برای بیمه دارد، مشخص می کند. علاوه بر پنج مارک بیناه، یکی دیگر از پنج مارک های مهم ما «فیبری چک» از کشور بلژیک است. فیبری چک، فقط آریمی قلب و بیماری AF را تشخیص می دهد که یک بیماری خاموش و معمولاً مادرزادی است و ما نیز در نظر داریم در مسیر توسعه، این خدمت را ارائه دهیم.

آیا تاکنون موفق به جذب سرمایه و خدمات شتاب دهی شده اید؟

راند اول سرمایه گذاری ما از طریق هلتیو و دیجی نکست انجام شد که هم از سرمایه آنها و هم از منتورینگ شان استفاده می کنیم که در کنار سرمایه، این منتورینگ خیلی به ما کمک کرده است. به کسانی که بدون تجربه قبلی

و به تازگی می خواهند وارد فضای استارتاپی شوند، پیشنهاد می کنم حتماً با حمایت یک شتاب دهنده وارد بازار شوند، زیرا فقط بحث مالی کمک کننده نیست و منتورینگ، مسیر را خیلی هموار می کند. تیم ما در دیجی نکست مستقر است و فضای کار ما اشتراکی است.

از تجربه فعالیت در فضای کار اشتراکی برایمان بگویید. آیا این شکل از فضای کار به شما کمک کرده است؟

راه اندازی استارتاپ در ایران با مشکلات بسیاری روبه روست. بر اساس تجربه ای که به دست آوردیم، فضای کار اشتراکی سبب می شود با دوستانی آشنا بشویم که هم هزینه های اضافه را به شرکت تحمیل نمی کند و هم تجربه همکاری با همه آنها فراهم می شود. فکر می کنم برای کار کردن در این سطح و ورود به حوزه استارتاپی بهترین گزینه، کار اشتراکی با افراد مناسب است که هم تجربه های مشترک داشته باشند و هم تفاوت فعالیت های ما باعث شود چیزهای بیشتری بیاموزیم. تنها عیب فضای کار اشتراکی، شلوغی بیش از اندازه است که گاهی اوقات پیش می آید. هرچند این شلوغی یک مزیت به شمار می رود، ولی گاه نیاز به فضای آرام تر داشتیم که در دسترس ما نبوده است.



شماره ۸۶
۲۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم



مشتریان به دنبال تحویل رایگان هستند

در پی کاهش سفارش‌ها در چیپوتلی

در سال ۲۰۲۱، چیپوتلی به ۳/۴ میلیارد دلار فروش الکترونیک رسید، اما به تازگی اعلام شده تجارت الکترونیک چیپوتلی نسبت به اوج همه‌گیری در حال کاهش است. چیپوتلی یک شرکت فست‌فود قدیمی در کالیفرنیاست که به دنبال افزایش قیمت‌های تحویل خود در سال گذشته، سفارش‌های این شرکت در سه‌ماهه آخر سال ۲۰۲۲، ۱۵ درصد کاهش یافته است.

این کاهش به ضرر تجارت الکترونیک این شرکت تمام می‌شود، زیرا در سال ۲۰۲۲، فروش دیجیتال ۳۹/۴ درصد فروش را به خود اختصاص داده که نسبت به ۴۵/۶ درصد در سال ۲۰۲۱ و ۴۶/۲ درصد در سال ۲۰۲۰ کاهش یافته است. این شرکت در جریان سود سه‌ماهه چهارم خود به نقل از جک هارتانگ، مدیر ارشد مالی چیپوتلی گفت: «تجارت الکترونیک به دو دلیل رو به افول است، یکی به دلیل افزایش هزینه‌های تحویل

و دیگری به این دلیل که مصرف‌کنندگان دسته‌دسته به رستوران‌ها بازمی‌گردند. به همین دلیل سفارش‌های تحویل برای سه‌ماهه آخر سال، ۱۵ درصد کاهش یافته است.»

وی در مورد هزینه تحویل بالاتر گفت: «زنجیره‌هایی مانند چیپوتلی اغلب قیمت‌های منور را برای سفارش‌های تحویل مشخص می‌کنند تا هزینه‌های پرداخت شده به اپراتورهای تحویل شخص ثالث مانند دوردش را جبران کنند.»

این شرکت قبلاً به اینسایدر گفته بود: «در سه‌ماهه سوم سال ۲۰۲۲، قیمت تحویل در چیپوتلی نسبت به مدت مشابه در سال ۲۰۲۱، ۱۳ درصد افزایش یافت.»

برایان نیکول، مدیرعامل شرکت گفت: «مصرف‌کنندگان هنگام سفارش از برنامه چیپوتلی در حال خرید مقایسه‌ای هستند.» اینسایدر برای بررسی تفاوت قیمت‌ها در کالیفرنیا، اپلیکیشن چیپوتلی را بررسی کرد. نیکول گفت که مصرف‌کنندگان در صورت یافتن تحویل رایگان ممکن است به زنجیره دیگری بروند.



شماره ۸۶
۲۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم



امیرعلی عرب‌بیادی

Info
@Karangweekly.ir



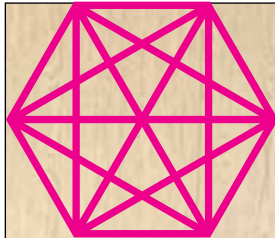
اتوبوس؛ سریع‌ترین ناوگان ارسال بار

گفت‌وگو با علی نبوی، هم‌بنیان‌گذار و رئیس هیئت مدیره کالایست

ظرفیت ارسال روزانه ۳۳ تا ۳۸ میلیون کیلوگرم بار توسط ناوگان اتوبوسرانی کل کشور، ظرفیتی است که نمی‌توان راحت از کنار آن گذشت. این ظرفیت اگر می‌خواست توسط کامیون یا وانت ایجاد شود با هزینه‌های گزافی از لحاظ سرمایه‌گذاری، مصرف سوخت، ترافیک و آلودگی هوا همراه بود. اما اکنون با ظرفیتی که اتوبوس‌ها در قسمت حمل بار خود دارند، این امکان ایجاد شده که بدون دردسر به امکان حمل مقدار زیادی بار و مرسوله دست یابیم.

با اینکه حمل بار از طریق اتوبوس متصل به دنیای سنتی بوده و هست، مدیریت ارسال این مقدار بار؛ به خصوص برای کسب‌وکارهای اینترنتی و در دنیای مدرن نیاز به نوآوری‌هایی دارد که برخی از شرکت‌های سنتی توانسته‌اند به آن دست یابند. در ادامه گفت‌وگوی «کارنگ» با علی نبوی هم‌بنیانگذار «کالایست» را می‌خوانید. این شرکت که در اصفهان فعالیت دارد، توانسته با ایجاد پل با مرکز نوآوری پست به همکاری قابل توجهی در این زمینه دست یابد.

گفتگو
INTERVIEW



سابقه فعالیت کالایست به چه سالی برمی‌گردد؟

سابقه فعالیت کالایست به ۵۰ سال پیش برمی‌گردد. زمانی که اسدالله محمدی پدر بزرگ مادری ام در اصفهان به صنف حمل‌ونقل اتوبوس وارد شد و شرکت مسافربری ایران خطوط سابق که بعدها به رویال سفر ایرانیان تغییر نام داد را در این شهر پایه‌ریزی کرد. پدر و بعدها برادرانم به تدریج وارد این صنف شدند و اداره امور را به شیوه سنتی به دست گرفتند. با ورود من و برادرم حسین که در حوزه‌های مهندسی عمران و آی‌تی تحصیلات دانشگاهی داشتیم، به حوزه ارسال بار اتوبوسی، وضعیت به گونه‌ای دیگر تغییر کرد و فکر ارتقای کار و خروج از مدل سنتی اداره این مجموعه یک لحظه مرا راحت نمی‌گذاشت. تا اینکه در سال ۱۳۹۶ با برنامه‌ریزی‌های فراوان و راه‌اندازی اپلیکیشن کالایست که کار ارسال بار را در اصفهان انجام می‌دادیم، توانستیم سد سنتی بودن ارسال بار در این مجموعه را بشکنیم و برای هر مشکل بر سر راهمان به فکر راه‌حل باشیم.

ناوگان حمل بار اتوبوسی چه ظرفیت‌هایی دارد؟

ناوگان حمل بار توسط اتوبوسرانی در حال حاضر سریع‌ترین ناوگان موجود در کشور است و ارسال مرسوله از طریق اتوبوس کمتر از یک روز طول می‌کشد تا از مبدأ به هر مقصد در کشور جابه‌جا شود.

روزانه در کل کشور چه میزان جابه‌جایی انجام می‌شود؟

در حال حاضر روزانه ۲۱ هزار دستگاه اتوبوس بین شهرها تردد می‌کنند. هر کدام از این اتوبوس‌ها بین ۱۶۰۰ تا ۱۸۰۰ کیلوگرم ظرفیت جابه‌جایی و ارسال بار دارند؛ بنابراین بین ۳۳ تا ۳۸ میلیون کیلوگرم ظرفیت ارسال بار توسط ناوگان اتوبوسرانی کل کشور برای ارسال مرسولات وجود دارد که از این ظرفیت می‌توان به شکل بهینه استفاده کرد.

البته ممکن است درصدی از این ظرفیت خالی بماند، اما معمولاً درصد زیادی از این ظرفیت توسط شرکت‌های حمل بار پر می‌شود. به عنوان مثال، در اصفهان در مواقع غیر پیک و عادی حدود ۶۰ تا ۷۰ درصد ظرفیت بار اتوبوسی پر می‌شود.

اصفهان چند دفتر حمل بار اتوبوسی دارد؟

در حال حاضر حدود ۱۴۰ دفتر کوچک حمل بار اتوبوسی در شهر اصفهان فعال است که از این تعداد، حدود ۲۰ دفتر متعلق به شرکت کالایست است و مابقی در اختیار افراد یا شرکت‌های دیگر است.

کالایست با در اختیار داشتن یک انبار مرکزی و سوله اتوماسیون بار با ابعاد ۱۲۰۰ متر در ترمینال کاوه اصفهان و یک انبار ۲۰۰ متری در ترمینال صفه و دو انبار ۸۰ متری در ترمینال‌های جی و زاینده‌رود، جزو درگاه‌های قانونی و شرکت‌های بزرگ برای حمل بار در این شهر محسوب می‌شود. این شرکت طبق یک نامه رسمی از سوی سازمان پایانه‌ها به شرکت ملی پست به عنوان تنها درگاه قانون ارسال بار از طریق ناوگان اتوبوسی در اصفهان معرفی شده است.

آیا برای ارسال مرسولات فقط از ناوگان اتوبوسی استفاده می‌کنید؟

خیر. در واقع با تکمیل ظرفیت ناوگان اتوبوس‌های اصفهان، از طریق ناوگان شرکت کالایست مرسولات را جابه‌جا می‌کنیم. حدود ۳۰ درصد از مرسولات کالایست از طریق ناوگان اتوبوسی کشور جابه‌جا می‌شود و مابقی از طریق ۴۰ دستگاه ایسوزو و کامیونت ملکی در اختیار که در بین شهرها در حال تردد هستند، جابه‌جا می‌شوند. در روز بین شش هزار تا هفت هزار مرسوله ارسال می‌کنیم.

برای پیشبرد کار به دنبال جذب سرمایه

نیز بوده‌اید؟

این پروژه با سرمایه شخصی انجام شده و حدود سه میلیارد تومان بابت راه‌اندازی اپلیکیشن و مابقی یعنی حدود ۱۷ میلیارد تومان نیز بابت ناوگان و انبار و تجهیزات اداری و ... صرف شده است.

متولی ارسال بار بین شهری چه ارگانی است؟

در ایران ارسال مرسولات پستی به بیرون از شهرها فقط توسط اپراتورهای پستی مجاز است که این کار توسط سه اپراتور بزرگ از جمله پست اول (تیپاکس)، شرکت ملی پست و شرکت پیشگامان (پارسی پست) انجام می‌شود و اما ارسال بار توسط ناوگان اتوبوسی، مانند بچه‌ای که پدر و مادر خود را گم کرده، تحت پوشش هیچ ارگانی نیست. نه سازمان حمل و نقل، نه سازمان تنظیم مقررات رادیویی، نه شرکت ملی پست و نه هیچ ارگان دیگری به آن ورود نکرده‌اند.

سال ۹۵ کسب و کارهای آنلاین زیادی وارد اکوسیستم شدند و درخواست برای پیکاپ و رهسپاری کالاها به شهرهای دیگر زیاد شد، شرکت کالایست در بخش پست اتوبوسی چه کمکی به این اکوسیستم می‌کند؟

پست اتوبوسی یکی از پست‌های مقرون به صرفه و سریع در ایران است. در آن سال‌ها ما در کالایست با ۱۵ وانت درون شهری و ۱۰ موتورسیکلت و ۱۰ اپراتوری که در دفاتر خود به کار گرفته بودیم، تصمیم گرفتیم کار پیکاپ و رهسپاری مرسولات را از محل فرستنده مرسوله تا ترمینال مبدأ به طور رایگان انجام دهیم. مدتی که گذشت و درخواست‌ها بیشتر شد، ایده پلتفرم کالایست به ذهنم رسید. اپلیکیشن کالایست می‌توانست مشکلات زیادی را در این حوزه برطرف کند.

طراحی اپلیکیشن چه مشکلاتی را می‌توانست برطرف کند؟

با استفاده از اپلیکیشن دیگر نیاز نیست برای هماهنگی پیکاپ و ارسال بار با دفتر تماس گرفته شود. درخواست ارسال بار در هر موقع از شبانه‌روز از طریق اپلیکیشن امکان‌پذیر است و پیک‌های کالایست این درخواست را از طریق اپلیکیشن رؤیت می‌کنند. (مشابه اسنپ) و نزدیک‌ترین پیک برای تحویل بار به درخواست‌کننده مراجعه می‌کند و بار را از او تحویل می‌گیرد و برای ما می‌آورد تا از طریق ناوگان اتوبوسی به مقصد ارسال شود. مهمتر از همه، درخواست‌کننده می‌تواند فرایند ارسال بار خود را در تمام مراحل از طریق اپلیکیشن رؤیت کند.

برای جابه‌جایی بار با اتوبوس، نرخ‌ها چگونه تعیین می‌شود؟

نرخ بار اتوبوسی قیمت مصوبی ندارد. هر راننده قیمت تخمینی خود را به مشتری می‌دهد و این قیمت نرخ مصوب و اثباتی ندارد و کرایه به نوعی توافق است. اما در اپلیکیشن کالایست تصمیم گرفتیم برابری از نرخ سرویس ویژه اداره پست و سرویس خودمان را حساب کنیم و به نرخ‌نامه عادلانه‌ای برسیم.

این نرخ حدوداً بین ۳۰ تا ۴۰ درصد از نرخ‌های شرکت‌های پست خصوصی ارائه می‌کنند ارزان‌تر است. به عنوان مثال مرسوله ۵۰ کیلوگرمی‌ای که توسط شرکت‌های دیگر با حدود ۷۰۰ هزار تومان ارسال می‌شود، توسط کالایست با ۴۰۰ هزار تومان ارسال می‌شود.

مسافت بین شهرها در نرخ‌جابه‌جایی‌ها چه میزان تأثیر دارد؟

جالب است که در پست اتوبوسی، میزان مسافت در قیمت تأثیر چندانی ندارد و قیمت‌ها با اختلاف حدود پنج درصد از هر نقطه کشور به نقاط دیگر، بالاتر یا پایین‌تر است. به

عنوان مثال اگر مرسوله از اصفهان به کاشان جابه‌جا شود یا از اصفهان به زاهدان، قیمتی که تعیین می‌شود تقریباً یکی است و تفاوت قیمت چندانی وجود ندارد.

به نظر می‌رسد در پست اتوبوسی، پراکندگی دفاتر جابه‌جایی بار سبب بروز مشکلاتی در این صنف شده، این مشکل چگونه برطرف می‌شود؟

اتفاقاً چندی پیش همین مشکل را نزد دوستانی که در واحد نوآوری پست هستند مطرح کردم و به فکر رسیدن برای رفع مشکل پراکندگی دفاتر از ظرفیت‌های اپلیکیشن کالایست و امکانات اداره پست استفاده کنیم و به آنها فضایی در این سامانه اختصاص دهیم تا بتوانند مشخصات گیرنده و فرستنده را در سامانه ثبت کنند و توسط اداره پست کد رهگیری به مرسوله تعلق گیرد. کالایست از طریق وب‌سرویس‌هایی که با اداره پست دارد، برای ساماندهی بار اتوبوسی‌ها سامانه کد رهگیری را طراحی کرده است. اطلاعات مرسوله از طریق سامانه به اداره پست فرستاده شده و کد رهگیری توسط اداره پست صادر می‌شود. این کد برای رهگیری مرسوله به گیرنده داده می‌شود.

در مورد نرخ گذاری نیز توانسته‌اید کاری انجام دهید؟

بله. در سامانه کالایست نحوه نرخ گذاری به دو صورت برای همکاران دیده شده: یکی اینکه هر فرد (شرکت حمل بار) می‌تواند به دلخواه نرخ کرایه را به صورت دستی در سامانه وارد کند یا در صورت تمایل از سامانه بخواند به صورت خودکار بر اساس وزن و حجم مرسوله، نرخ را محاسبه کند.

در حال حاضر اداره پست، مرسولات بالای ۳۰ کیلوگرم با ابعاد بیشتر از یک متر را ارسال نمی‌کند. آیا برای ناوگان پست اتوبوسی این امکان مهیاست؟

بله. این امکان برای ناوگان پست اتوبوسی مهیاست. به تازگی با توافقی که با شرکت پست انجام دادیم در اصفهان به صورت پایلوت، امکان ارسال مرسولات بالای ۳۰ کیلوگرم از طریق ناوگان پست اتوبوسی مهیا شده است.

پلتفرم کالایست در تمام دفاتر پستی اصفهان پیاده‌سازی شده و اگر کسی بخواهد از اصفهان کالای بالای ۳۰ کیلوگرم و ابعاد بالای یک متر ارسال کند، اداره پست دیگر به او جواب رد نمی‌دهد و درخواست مشتری را در سامانه کالایست ثبت می‌کند و خدمات از طریق ناوگان کالایست انجام می‌شود.

آیا از طریق ناوگان پست اتوبوسی سرویس same day delivery نیز امکان‌پذیر است؟

به تازگی با توافقی که با شرکت پست انجام دادیم این امکان که یک بسته را از اصفهان به تعدادی از شهرهای ایران در همان روز تحویل دهیم، فراهم شده است. کسانی که به این سرویس نیاز داشته باشند، می‌توانند با مراجعه به شرکت پست این سرویس را درخواست کنند. اداره پست نیز بنا به توافقاتی که با کالایست دارد این سرویس را قبول می‌کند و خدمات رهسپاری از طریق ناوگان ما و در همان روز انجام می‌گیرد و بعد از اینکه مرسوله به شهر مقصد رسید، مأمور شرکت پست مرسوله را از اتوبوس تحویل می‌گیرد و به آدرس مشتری می‌برد.

آیا این سرویس تنها از طریق اپلیکیشن قابل انجام است؟

این سرویس از دو طریق برای عموم قابل دسترس است: متقاضیان می‌توانند هم از طریق اپلیکیشن کالایست و هم با مراجعه به دفاتر پستی، این خدمات را درخواست کنند. این طرح در حال حاضر با همکاری شرکت ملی پست در اصفهان و به صورت پایلوت انجام می‌شود.

سرمایه‌گذاری INVESTMENT



با سرمایه‌گذاری ۵۰ میلیون دلاری جوکر دوبرابر رشد می‌کند

خبر را تأیید کرد و گفت که این شرکت «هنوز ضرر می‌کند»، اما این رقم شامل کشورها و شهرهایی می‌شود که دیگر در آنها فعالیت نمی‌کند؛ بنابراین زیان جوکر در حال حاضر به میلیون‌ها دلار در هر ماه کاهش یافته است. جوکر در آوریل گذشته به وضعیت سود ناخالص رسید، اما در محیط اقتصادی چالش برانگیز که بخش تحویل فوری مواد غذایی را حسابی تحت تأثیر قرار داد، قرار گرفت.

این امر تا حدی ناشی از بازگشت مردم به خرید خواربارفروشی‌ها با کاهش همه‌گیری، کاهش سرعت سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌آمیز و جنگ در اوکراین است. به این ترتیب، در ابتدای تابستان ۲۰۲۲، این شرکت دلیل اعلام تعطیلی تحویل در نیویورک و بوستون خود را «بی‌اطمینانی اقتصادی جهانی» عنوان کرد. سپس در این ماه، پس از بسته شدن مکان‌های قبلی در مدلین و سانتیاگو شیلی در ماه نوامبر، رسماً کلمبیا را ترک کرد. در حال حاضر این شرکت در برزیل، مکزیک و پرو به فعالیت خود ادامه می‌دهد.

ونزل در حال بررسی گزینه‌های استراتژیک برای بازار است تا تمرکز خود را بر بازار برزیل تقویت کند. ونزل گفت: «جوکر بهترین شانس را برای متعادل کردن رشد و سودآوری دارد و بیشتر شبیه به «برنده بیشتر بازار را می‌گیرد» است.» او در پاسخ به این سؤال که چگونه می‌توان به آینده جوکر خوش بین بود، در حالی که بخش تحویل فوری مواد غذایی در حال حاضر به طور گسترده‌ای به چالش کشیده شده، گفت که این به تعادل متفاوتی بین رشد بلندمدت و سوددهی کوتاه‌مدت و همچنین تمرکز شرکت بر سودآوری در گستره جغرافیایی بستگی دارد؛ «بنابراین ما تصمیم گرفتیم به طور کامل بر جغرافیایی تمرکز کنیم که با این انتظارات مطابق است و در مسیر روشنی برای سودآوری قرار دارد.»

استارت‌آپ تحویل فوری «جوکر» در برزیل با رشد دوبرابری مواجه می‌شود، زیرا ۵۰ میلیون دلار از ارزش ۱/۳ میلیارد دلاری این استارت‌آپ تضمین شده است.

پس از چند ماه چالش برانگیز که به دلیل بسته شدن بازارها ایجاد شده بود، شرکت تحویل فوری مواد غذایی جوکر به تک‌کرانچ گفت که حدود ۵۰ میلیون دلار از سرمایه‌گذاری سری C با ارزش گذاری ۱/۳ میلیارد دلاری را جذب کرده است. او اضافه کرد: «این شرکت در برزیل به سود ناخالص مثبت رسیده و در حال بازگشت به این وضعیت است و انتظار می‌رود تا سه ماهه اول سال ۲۰۲۴ به سوددهی کامل برسد.»

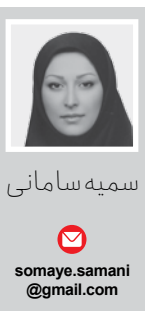
برزیل بازار بزرگی برای تحویل فوری خواربار است و از سال ۲۰۱۹ به طور متوسط ۳۲ درصد در حال رشد بوده و در مجموع در سال ۲۰۲۲ بیش از سه میلیارد دلار درآمد ایجاد کرده است. رالف ونزل، یکی از بنیان‌گذاران و مدیرعامل جوکر به تک‌کرانچ گفت: «این یک جذب سرمایه بزرگ از نظر ارزش گذاری نیست؛ بلکه با وجود اصلاحات بازار نشان‌دهنده این است که ما توانسته‌ایم کسب را برای رشد و سودآوری بیشتر ایجاد کنیم. ما از این واقعیت خوشحالیم که دور سری C را بسته‌ایم و ارزش آن از سوی سرمایه‌گذاران جدید و فعلی افزایش یافته است.»

سرمایه‌گذاری جدید توسط سرمایه‌گذاران موجود، از جمله «جی اسکوار»، «جی جی وی کپیتال»، «تایگر گلوبال منیجمنت» و «اچ‌وی کپیتال» جذب شده است. در مجموع، جوکر از زمان تأسیس در سال ۲۰۲۱، ۴۸۰ میلیون دلار سهام و سرمایه جذب کرده است.

ونزل به دنبال بودجه جدید رفت تا مطمئن شود که یک طرح تجاری با بودجه کامل را در اختیار دارد و می‌تواند کاملاً به خود اتکا کند و به وابستگی بیشتر به سرمایه خارجی نیازی ندارد. این سرمایه‌گذاری در سال گذشته شبیه به یک ترن هوایی برای این شرکت بوده است. «اینفورمیشن» در گزارش خود اعلام کرد که جوکر ماهانه ۱۰ میلیون دلار ضرر می‌دهد و ونزل نیز این



شماره ۸۶
۳۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم



سومیه سامانی

somaye.samani@gmail.com



چرا این روزها روند
مهاجرت سریع تر شده
است؟

قصدهای بود و دلیل جدید هم آمد

اشکان امیرزاده ابراهیمی از این جهت که هم یک کسب و کار معتبر در حوزه سخت افزار دارد، هم مدت ها هست فعالیت صنفی می کند، یکی از افراد آگاه اکوسیستم آی تی به شمار می رود. او در خصوص مهاجرت و ضربه ای که به کسب و کارها در ماه های اخیر وارد شده، معتقد است هم رکود بزرگ در جهان و هم مسئله مهاجرت در ایران، دو اتفاقی هستند که از دوران کرونا آغاز شدند و امروز با نتایج آن بیشتر از هر زمان دیگری روبه رو هستیم.

ابراهیمی می گوید این مسئله که ایران حتی از کشورهای هم سطح خودش نیز دیرتر برنامه واکسیناسیون سراسری را آغاز کرد، سبب شد بسیاری چمدان هایشان را ببندند و شروع به ارسال رزومه خود کنند. برخی از آنها که طی این مدت موفق به خروج از کشور نشده بودند، با وقوع اتفاقات اخیر و حال بد روحی که برای مردم پیش آمد، به شکلی پیگیرانه تر به دنبال کارهای مهاجرت خود رفتند و به سرعت از کشور خارج شدند.

او معتقد است اشتباه حاکمیت آنجا بود که وقتی کشور در شرایط اقتصادی قرار دارد، به شرایط روحی مردم توجه نکند. در حالی که اگر این کار را کرده بود، نیروهای متخصصش در کشور می ماندند و همان ها مشکلات اقتصادی را نیز حل می کردند.

ابراهیمی تأکید دارد که اصناف ما کمتر از سندیکاها و اصناف خارج از کشور فعالیت نمی کنند، بلکه مدیران تصمیم گیر به حرف های آنها توجهی نشان نمی دهند، در حالی که در جلسات همفکری به نظر می رسد قانع شده باشند. و این یکی از مهم ترین عواملی است که صنف را در نظر سایرین ناکارآمد جلوه می دهد در حالی که این طور نیست. همین اتفاق هم باعث دل سردی فعالان این حوزه می شود.



شماره ۸۶
۲۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم



عکس: حامد کریم زاده

کوگوش شنووا؟!!

گفت و گو با اشکان امیرزاده ابراهیمی، مدیرعامل «آداک فن آوری مانیا» و عضو هیئت مدیره نصر تهران؛ او می گوید با وجود جلسات متعددی که با مدیران تصمیم گیر برگزار می شود و به نظر می رسد از حرف های صنف قانع شده اند، اما در تصمیمات نهایی تغییری رخ نمی دهد

وضعیت چند ماه گذشته کشور و آینده ای که از خلال حرف ها و تصمیمات حاکمیت پیش رویمان ترسیم می شود، بسیاری از امیدواران را نیز نگران کرده است. حالا که موضوع اول کشور، اختلالات اینترنت، طبقه بندی آن و محدودیت های گسترده تر است، به نظر می رسد کسب و کارهای حوزه آی تی بیش از سایرین در معرض تهدید باشند. اشکان امیرزاده ابراهیمی، مدیرعامل «آداک فن آوری مانیا» و عضو هیئت مدیره نصر تهران معتقد است که اینترنت ابزار اصلی همه شرکت های حوزه آی تی است و تمام کسب و کارها از این ناحیه ضربه خواهند خورد، اما در دل همین تهدید برای عده ای هم فرصت هایی وجود دارد و نمی توان آینده را به درستی پیش بینی کرد. او به عنوان یک فعال صنفی معتقد است به دلیل لایه های مختلف تصمیم گیر و مدیرانی که قدرت ریسک پذیری پایینی دارند، تلاش های صنف آی تی معمولاً راه به جایی نمی برد و فعالان صنفی را دل سرد می کند که چرا زمانی را که می توانستند صرف توسعه کسب و کار خود کنند، با کارهای صنفی هدر داده اند. ابراهیمی می گوید اینکه حاکمیت گوش شنوای ندارد، تقصیر صنف نیست و اتفاقاً صنف به شکلی پیگیرانه در راستای خواسته ها و نیازهای اعضای خود گام برمی دارد. آنچه در پی می آید، گفت و گو با اشکان امیرزاده ابراهیمی در خصوص آداک فن آوری مانیاست و وضعیتی که اکوسیستم آی تی در روزهای اخیر در حال تجربه آن است.

آداک فن آوری مانیا کار خود را از چه سالی
آغاز کرد و در چه حوزه ای فعالیت دارد؟

این شرکت در سال ۱۳۸۸ تأسیس شده و حوزه فعالیتش ارائه تجهیزات زیرساختی دیتاسنترهاست اعم از سرور، تجهیزات ذخیره سازی، نتورکینگ، روتر و... در کنار این شرکت، ما دو شرکت کوچک تر هم داریم که یکی از آنها کار خدمات پس از فروش مان را انجام می دهد و تحت عنوان «مانیا سرویس» فعالیت می کند. یک مجله الکترونیک به نام «چیپست» نیز داریم که یک مجله تماماً الکترونیک است و پلتفرمش کمی متفاوت تر از سایر مجلات الکترونیک است و نسخه الکترونیک بر بستر پی دی اف نیست. می توان گفت زمانی که مجوزش را گرفت، محصول و پلتفرم جدیدی در وزارت ارشاد بود. محصولات و سرویس های ابری به ما اضافه شده و در اصل شرکت دیگری هم ذیل مجموعه اصلی ایجاد شده که خدمات ابری را به مشتریان ارائه می دهد

و نرم افزارهایی هم تحت همین عنوان تهیه شده که به
مشتریان عرضه شود.

پیش از تأسیس شرکت چه فعالیت هایی
داشتید؟

من سال ۱۳۷۷ تا ۱۳۷۹ و پیش از دوره دانشجویی، در بخش بازرگانی مجله ای کامپیوتری فعالیت می کردم. از سال ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۱ در یک شرکت کامپیوتری در بخش های فنی و فروش مشغول بودم. از حدود سال ۱۳۸۱، ۱۳۸۲ تا ۱۳۸۸ نیز در شرکتی که فعالیتش شبیه به آداک فن آوری مانیا بود و تجهیزات به شرکت های بزرگ می فروخت، مدیر فروش و سرپرست بخش فنی بودم.

در حوزه های فعالیتتان رقیب هم دارید؟
مزیت رقابتی شما برای جلب مشتری چیست؟

صد درصد رقیب داریم و شرکتی نیست که رقیب نداشته باشد، مگر اینکه محصول خیلی خاصی تولید کند. ما هم رقیب داریم که تعدادشان اتفاقاً کم نیست و در سال های گذشته هم هر روز به تعدادشان اضافه شده است. مزیت رقابتی، یعنی چیزی که با آن در بازار مشتریان و در میان هم صنفی ها شناخته می شویم، این است که در تمامی دوره ها و در هر شرایط اقتصادی فقط روی تجهیزات اصلی و اورجینال فعالیت داشته ایم و مثل بسیاری از شرکت های دیگر بسته به شرایط اقتصادی برای اینکه حجم فروش مان را بالا ببریم، هر محصولی را عرضه نکرده ایم و وارد چنین بازی ای نشده ایم. حتی با وجود اینکه در دوره ای حجم فروش مان پایین آمده بود، زیرا نمی توانستیم با قیمت تجهیزاتی که به اسم اصل در بازار ارائه می شدند، رقابت کنیم، سیاست خود را تغییر ندادیم و فقط تجهیزات اورجینال فروختیم و سعی داشتیم اطلاعات و مستندات

درست به مشتریان ارائه دهیم تا بتوانند این تفاوت را تشخیص دهند؛ هرچند در بازه‌ای به همین دلیل از حجم فروش مان کاسته شد، اما در ادامه به‌عنوان مزیت رقابتی برای ما جا افتاد. به طوری که در میان هم‌صنفاً هایمان هم می‌گویند که اگر فلان قطعه اورجینال را می‌خواهید، از مانیا بگیری‌د. مشتریانی که می‌خواهند پروژه‌های خاص و حساس انجام دهند هم به سراغ ما می‌آیند، چون می‌دانند در نهایت کالای بااصالت‌تری را نسبت به بیشتر مجموعه‌ها می‌توانند تحویل بگیرند.

در حال حاضر مشتریان شما چه مجموعه‌هایی هستند؟

هر مجموعه‌ای که بالای ۱۵، ۲۰ کاربر در مجموعه‌اش داشته باشد، به‌نوعی می‌تواند مشتری مجموعه ما باشد.

یکی از مشکلات شرکت‌های حوزه آی تی درگیری شان با رگولاتوری از جنبه‌های مختلف است. شما در حوزه فعالیت‌تان چه مشکلاتی را در این بخش تجربه کرده‌اید؟

ما هم به‌نوعی با مشکلات رگولاتوری درگیریم، چون روی حوزه سرورها، تجهیزات شبکه و تجهیزات ذخیره‌سازی، عموماً سازمان فناوری اطلاعات نقش رگولاتور بازی می‌کند و بخش‌هایی از این سازمان بخش نامه‌ها و آیین‌نامه‌هایی را ابلاغ می‌کنند که بعضاً باعث ایجاد مشکل برای واردات این کالاها می‌شوند. یعنی نه‌تنها تسهیلگری انجام نمی‌شود، بلکه بعضاً زمانی که برای ترخیص اینها صرف می‌شود، سه تا چهار ماه است. این مشکلات سال هاست که وجود دارد. ما در جلسات متعدد حضور پیدا می‌کنیم، نامه‌نگاری می‌کنیم و با مدیران و تصمیم‌گیران جلسات هم‌فکری برگزار می‌کنیم. در عموم جلسات هم حرف‌های ما و هم‌صنفاً‌هایمان را قبول دارند، ولی بعضاً بسیاری از فرایندهای سیستمی در ایران لایه‌های متعددی دارد و توجیه‌کردن این لایه‌های متعدد بسیار سخت است. هرکدام از مدیران تا می‌آیند بافضا آشنا شوند و در مسیر درست حرکت کنند، ممکن است در تغییرات دولتی جابه‌جا شوند. تا بخواهیم دوباره این مسائل را از ابتدا برای مدیر جدید باز کنیم، دو، سه سال طول می‌کشد و بعد هم باز آن مدیر تغییر می‌کند. دوباره باید مستندات خود را ارائه دهیم که خود این روند بسیار زمان‌بر است.

چرا توجیه هر مدیر این همه طول می‌کشد؟ اینکه چرا لایه‌های مختلف سریع‌تر به این قضیه تن نمی‌دهند تا روند تغییرات سریع‌تر باشد، دلیلش این است که کسی دوست ندارد مسئولیت اتفاقات آینده را قبول کند. مدیران ما ریسک‌پذیر نیستند و ترجیح می‌دهند در حوزه مسئولیتی که دارند، آهسته‌تر و محتاطانه‌تر عمل کنند. برای همین وقتی قرار است ریسکی به وجود بیاید، ترجیح می‌دهند کل تیم تصمیم‌گیرنده از آن سهمی داشته باشند و یک نفر در نهایت رأی نهایی را در این باره ندهد. فکر می‌کنم یکی از دلایلی که مشکلات رگولاتوری همیشه هست، این است. شخصی نیست که با جدیت کامل بیاید و بخواهد مشکلات را حل کند. چرا یک نفر تصمیم نگرفته؟ چون منتظر بوده همه به او رأی مثبت را برای انجام تغییر بدهند و جلب نظر همه اعضای تیم تصمیم‌گیری کار سختی است. به خاطر اینکه روی این‌گونه مسائل لایه‌های مختلفی تصمیم می‌گیرند.

به نظر می‌آید ماهیت کار شما چنین باشد که از اختلالات اینترنت تأثیر زیادی نگرفته باشید. چنین بوده است؟

مجموعه ما شاید در عرضه کالا صدمه چندانی از اختلالات اینترنت ندیده باشد، ولی در بُعد خدمات پشتیبانی آسیب دیده‌ایم، زیرا باید دائماً به نرم‌افزارهای کنترل‌کننده این تجهیزات دسترسی داشته باشیم و به‌روزرسانی روی تجهیزات مان انجام دهیم. در فاز دیگر، تیم فعال برنامه‌نویسی در مجموعه‌مان داریم، زیرا در حال تولید یکسری محصولات بومی هستیم. عموماً یکی از چالش‌های آنها در مدت اخیر

مسئله اینترنت بوده، زیرا بسیاری از فعالیت‌هایی که انجام می‌دهند، روی نرم‌افزارهای اشتراکی‌شان صورت می‌پذیرد و پروژه‌ای با هم تیمی‌هایشان کار می‌کنند و الان واقعاً آسیب دیده‌اند. از طرفی هم دسترسی مان به نرم‌افزارها برای همان تجهیزاتی که می‌فروشیم، بسیار دشوار شده است. عدم دسترسی کامل به این نرم‌افزارها باعث می‌شود بعداً در زیرساخت‌های کشور هم دچار مشکل شویم. زیرا اگر نتوانیم به‌موقع این تجهیزات را از نظر نرم‌افزاری به‌روزسانی کنیم، همین امر می‌تواند خطرات امنیتی حتی در حوزه سخت‌افزاری ایجاد کند.

طرح حاکمیت برای حل این مشکلات اینترنت طبقاتی است. اما بیشتر شرکت‌ها با این قضیه مخالف‌اند و می‌گویند تفاوت سطح دسترسی ما و کاربران باعث می‌شود نتوانیم خدمات مناسب آنها را در اختیارشان بگذاریم یا آنها نتوانند از خدمات ما استفاده کنند. نظر شما در این باره چیست؟

قبل از اینکه هر محصول، سرویس یا خدماتی عرضه شود، به نظرم باید فرهنگ استفاده از آن خدمات در جامعه ما تزریق شود. الان بزرگ‌ترین مشکل ما این است که حاکمیت فکر می‌کند اگر خودش افراد را در مسیری قرار دهد که استفاده درستی از اینترنت شود، می‌تواند تضمینی باشد بر اینکه همه‌چیز در آینده در همان مسیر قرار گیرد. من معتقدم این طرز فکر درستی نیست و همه جای دنیا هم این را پذیرفته‌اند که به‌زور نمی‌توان افراد را اصلاح کرد. اگر تصور بر این است که روش استفاده از اینترنت در خانواده‌ها درست نیست، به نظرم باید فرهنگ اصلاح شود. بخشی را سیستم دولتی می‌تواند اصلاح کند و بخش مربوط به بچه‌ها هم جدای از دولت، بر عهده والدین و خانواده‌ها خواهد بود. برای همین فکر نمی‌کنم این کار چندان راهگشا باشد؛ همان‌طور که تا الان دیدیم راهگشا نبوده و دسترسی مردم به شبکه‌های اجتماعی که حاکمیت مخالف آنها بود، صفر نشده است. فقط روش رسیدن به این شبکه‌ها سخت‌تر شده، ولی در نهایت عموم در حال استفاده از آنها هستند.

تجربیات گذشته ما مانند ماجراهای ماهواره و ویدئو و حتی در دوره‌ای بازی شطرنج نشان می‌دهد منع‌کردن هیچ‌وقت نتوانسته راهگشا باشد و جامعه بالاخره مسیر دسترسی خود را پیدا خواهد کرد. فکر می‌کنم اگر روی فرهنگ‌سازی کار شود، عموم مشکلات مان حل می‌شود. در بسیاری از وب‌سایت‌های خارجی می‌بینید وقتی وارد می‌شوید، به پرسیدن یک سؤال از شما بسنده می‌کنند و فرضاً اگر محتویات آن سایت برای زیر ۱۴ سال مناسب نیست، از شما می‌پرسند که بالاتر از این سن هستید یا نه. آنها به تأیید آن فرد اکتفا می‌کنند، چون معتقدند شهروندان به سطحی از بلوغ رسیده‌اند که تصمیم درست بگیرند و پاسخ‌شان صادقانه باشد. آنجا این اطلاعات و محتواها را بر اساس سن طبقه‌بندی می‌کنند و این موضوع مهم است. این نشان می‌دهد که آنها احساس می‌کنند به اندازه کافی فرهنگ‌سازی کرده‌اند و افراد می‌دانند وقتی به آنها گفته می‌شود محتویات فلان وب‌سایت مناسب سن زیر ۱۴ سال نیست، حتماً به‌نوعی به آن فرد آسیب وارد خواهد کرد. چیزی که ما در فیلم‌های سینمایی کشورهای مختلف هم می‌بینیم و آنها هم رده‌بندی سنی دارند. جای خالی چنین سیستمی در کشور ما احساس می‌شود؛ حتی در اخباری که از صداوسیما پخش می‌شود هم به این موضوع دقت نمی‌شود.

به نظرم حاکمیت به جای اینکه تلاش کند مردم را در مسیری که می‌خواهد قرار دهد، باید فرهنگ‌سازی کند و انتخاب را خود مردم انجام دهند. شاید طرح‌های این‌چنینی در کوتاه‌مدت جذابیت ایجاد کند و یکسری افراد را از نتیجه‌ای که می‌بینند خوشحال کند، اما معتقدم در بلندمدت شکست خواهد خورد.

این چنین طرح‌هایی چه تأثیری روی اکوسیستم آی تی می‌گذراند؟

من بعید می‌دانم دولت در حال حاضر ابزاری داشته باشد

که بتواند احصا کند چه کسی از چه طبقه‌ای می‌تواند از این اینترنت استفاده کند. به‌طور مثال من برای تیم فعال مجموعه‌ام چطور می‌توانم مستنداتی ارائه دهم که مشخص کند هرکسی تا چه سطحی می‌تواند از اینترنت استفاده کند و دولت چه ابزاری برای کنترل این موضوع دارد؟ چاره‌ای ندارد جز اینکه به دیتایی که من به او می‌دهم، بسنده کند. مشکل دیگر اینجاست که فرضاً کسی که در محیط کار از اینترنت استفاده می‌کند، در شرایط فعلی که ممکن است چند روز از هفته را به هر دلیلی دورکار باشد، باید از چه اینترنتی در خانه‌اش بهره ببرد؟ اگر قرار باشد سطح اینترنت در منزل و دفتر یکسان باشد، خوب قطعاً افراد ساکن در همان خانه هم می‌توانند از همان خط اینترنت استفاده کنند. پس حاکمیت نمی‌تواند احصا کند که الان چه کسی دارد از آن اینترنت در چه لایه‌ای استفاده می‌کند. در نهایت هیچ روشی نیست که بتوانند افراد را از هم تمیز دهند. به همین دلیل در نهایت شکست خورده است. ضربه‌ای که به اقتصاد دیجیتال می‌زند نیز همان است که گفتم. اینکه اگر فردی بخواهد ادامه کارش را از منزل انجام دهد، چطور می‌تواند دسترسی داشته باشد؟ پس همیشه یک قسمت این پازل ناقص است و فرد همواره باید برای انجام کارش در محیط کار باشد و اگر پروژه‌ای داشته باشد که بخواهد خارج از زمان کاری روی آن وقت بگذارد، نمی‌تواند. همین هم به اقتصاد دیجیتال آسیب خواهد زد. در کل دنیا ساعت کاری تعریفی ندارد. در گذشته با کشورهای دیگر کار می‌کردیم و وقتی ساعت کاری‌شان تمام می‌شد، نرم‌افزار ارتباطی‌شان را قطع می‌کردند و آن نرم‌افزار فقط روی سیستم شرکت‌شان بود.

سال‌هاست دنیا فهمیده با این شبکه‌های اجتماعی و راه‌های ارتباطی ساعت کار معنا ندارد. شما همیشه می‌توانید با آنها ارتباط داشته باشید و آنها هم همواره پاسخگو هستند، چون می‌دانند نباید چرخه اقتصادشان را کند کنند. اگر بخواهیم اینترنت را طبقه‌بندی کنیم، مثل این

است که به چندین سال قبل برگشته باشیم؛ یعنی افراد را تا یک ساعت کاری محدود می‌کنیم و خود این اقتصاد دیجیتال را زیر سؤال می‌برد، چون این شرکت‌ها از همین افراد تشکیل شده‌اند و اینها چرخ اقتصاد دیجیتال را می‌چرخانند. اگر این افراد فقط در زمان کاری و در محل کار دسترسی به اینترنت داشته باشند، به اقتصاد دیجیتال لطمه خواهد خورد.

مهاجرت در چند ماه اخیر شتاب بیشتری از گذشته گرفته و این مسئله کسب و کارهای همه حوزه‌ها، خصوصاً حوزه آی تی را نگران کرده است. شما این موضوع را چگونه می‌بینید؟

معتقدم نرخ مهاجرت طی دو سال گذشته سرعت بیشتری پیدا کرده و مختص چندماه اخیر نیست. در اصل این موج پس چالش کرونا در ایران تشدید شد. شاید بگویند چالش کرونا در همه جای جهان وجود داشت، ولی وقتی افراد می‌دیدند از یکسری خدمات اولیه مثل رسیدن به واکسن محروم هستند و کشورهایی که هم‌تراز ایران هستند هم دسترسی سریع‌تری دارند، چالش شروع شد. برای بسیاری اینجا مسئله مرگ و زندگی مطرح بود. می‌دیدند هر یک روزی که به ایمن‌سازی خود دسترسی ندارند، ممکن است آخرین روزهای زندگی‌شان باشد. چالش مهاجرت نه‌فقط در صنف ما که در بسیاری از صنوف هم از همان زمان شروع شد. به هر حال شما دوست دارید در جایی زندگی کنید که آرامش و امنیت داشته باشید و بدانید آینده خوبی در انتظارتان است. این روند در دو، سه ماه گذشته سرعت بیشتری به خود گرفته است. از آنجا که آن زمان بسیاری چمدان‌هایشان را بسته و شروع به ارسال رزومه کرده بودند، با این اتفاقات اخیر پیگیری بیشتری کردند تا اقدام خود را به سرانجام برسانند.

نیروهای متخصص ما در ایران همه جای دنیا خواهان دارند. من به‌عینه می‌بینم افرادی که ما در اینجا با آنها کار می‌کنیم، از نظر سطح دانش چندین برابر هم‌سطح‌های خودشان در کشورهای دیگر هستند. ایرانی‌ها نقش آچار فرانسه را دارند و تک‌بعدی نیستند. کشورهای دیگر هم این موضوع را فهمیده‌اند، برای همین هم به‌راحتی به آنها پذیرش می‌دهند. مسئله درآمد هم مطرح است و درآمد‌ها در کشورهای مقصد توجیه‌پذیر است. در این مدت فقط سرعت مهاجرت بیشتر شده، چون حال روحی مردم هم خیلی خوب نبوده و دلیل جدیدتری برایشان به وجود آمده تا تصمیم‌شان را سریع‌تر و جدی‌تر عملی کنند.

حاکمیت باید به این موضوع خیلی فکر کند و حداقل در جهت مساعد کردن شرایط روحی افراد قدم بردارد. ما در حال حاضر درگیر چالش‌های اقتصادی هستیم و این چالش‌ها نیز به این راحتی قابل حل نیستند. علم مدیریت می‌گوید اگر از یک طرف به بن‌بست خوردید، باید مسیرهای دیگری را باز کنید و کاری کنید تا فشار برداشته شود. به نظر من دوستان به این قسمت چندان فکر نمی‌کنند. شاید گزارش‌هایی که به دست‌شان می‌رسد از آن دست گزارش‌های مدیرپسندانه باشد که این گزارش‌ها هم خیانت به مردم است و هم خیانت به بدنه حکومت. زیرا واقعبیات را انکار می‌کنند و نشان نمی‌دهند. اگر واقعبیت‌ها شفاف به مدیران گزارش شود، فکر می‌کنم ترجیح دهند که اگر در شرایط بد اقتصادی هستیم، سایر شرایط را طوری مدیریت کنند که بتوانند نیروهای کاری را حفظ کنند تا خود همین نیروها بتوانند مشکلات اقتصادی را نیز حل کنند.

تجربیات گذشته ما مانند ماجراهای ماهواره و ویدئو و حتی در دوره‌ای بازی شطرنج نشان می‌دهد منع کردن هیچ‌وقت نتوانسته راهگشا باشد

نقش صنف را در این میان چگونه می‌بینید؟

آیا تی کارآمدی لازم را دارد و می‌تواند

گره‌گشا باشد یا به همراهی بیشتر اعضا نیازمند است؟

به‌عنوان کسی که زمانی در اتحادیه فعالیت داشته و در حال حاضر هم عضو هیئت‌مدیر نظام صنفی رایانه‌ای است و در کمیسیون‌های مختلف فعال است، معتقدم کار صنفی قطعاً مؤثر است، ولی یک وجه آن این است که ما تلاش می‌کنیم با کار صنفی اوضاع را بهبود دهیم و مشکلات را حل کنیم؛ یک بعد دیگر قضیه این است که باید در سمت حاکمیت هم گوش شنوا وجود داشته باشد که نیست. وقتی فعالیت‌های صنفی به نتیجه نمی‌رسد، افراد از انجام کار صنفی دل‌سرد می‌شوند. وقتی از کسب‌وکار شخصی می‌زنید و برای کار صنفی وقت می‌گذارید و خروجی نمی‌بینید، تصمیم می‌گیرید سال بعد کار صنف را رها کنید تا از فعالیت اقتصادی خود عقب‌نمانید.

ما جلسات متعددی با تصمیم‌گیران برگزار می‌کنیم و طی جلسات همفکری همه‌چیز خوب پیش می‌رود، ولی نمی‌دانیم چه اتفاقی می‌افتد که وقتی آن مدیر اقناع‌شده از جلسه بیرون می‌رود، هیچ خروجی‌ای ندارد و انگار حرف‌هایمان شنیده نشده است. شاید به همان دلیلی است که پیش‌تر گفتم؛ لایه‌های مختلفی تصمیم‌گیر هستند. اینکه آن یک نفر حاضر در جلسه چطور این موضوع را به لایه‌های مختلف انتقال می‌دهد، معلوم نیست. در حالی که در کل دنیا سندیکاها و اصناف به‌خوبی کار می‌کنند و بازوهای خوب مشورتی دولت‌ها هستند. دلیل خروجی نگرفتن ما کم‌کاری اصناف نیست، بلکه نداشتن گوش شنواست. ولی دولت‌های کشورهای پیشرفته به جلسات خود با اصناف اعتقاد دارند و در نهایت سعی می‌کنند آن راهنمایی‌ها و همفکری‌ها را در سیاست‌ها و تصمیم‌گیری‌هایشان لحاظ کنند. این یک رابطه دوطرفه است. حکومت ما از مشورت‌هایی که می‌گیرد، استفاده نمی‌کند. باید فشار بیشتری بیاوریم تا حاکمیت به حرف‌مان گوش دهد.

ادامه در صفحه ۳۱



تغییرات در ققنوس

مدیرعامل جدید معرفی شد

سعید احمدی پویا در مراسم چهارمین سالروز تأسیس شرکت ققنوس به عنوان مدیرعامل این شرکت معرفی شد. سعید احمدی پویا دکترای حرفه‌ای مدیریت کسب و کار، سابقه فعالیت در چندین مجموعه داخلی و خارجی از جمله مشاور فین تک و توسعه کسب و کار هلدینگ فناپ، معاون توسعه کسب و کار شرکت دیجی پی، معاون توسعه سامانه‌های بانکی شرکت به پرداخت ملت، همچنین معاون توسعه و نظارت شبکه پرداخت الکترونیکی شاپرک را در کارنامه دارد.

احمدی پویا همچنین عضو انجمن کامپیوتر استرالیا (ACS)، نظام صنفی رایانه‌ای ایران، اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی تهران، همچنین انجمن کامپیوتر، انجمن انفورماتیک، انجمن مدیریت مالی ایران و... است. از دیگر سوابق حرفه‌ای مدیرعامل شرکت ققنوس می‌توان به تدریس آزمایشگاه‌های معماری کامپیوتر، سیستم عامل، مهندسی نرم‌افزار و شبکه در دانشگاه‌های خیام و خوارزمی مشهد اشاره کرد.



شماره ۸۶
۲۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم

بعد از خرید اقساطی بیمه فعال شد

پرداخت اقساطی جریمه با آیتول

استعلام و پرداخت خلافی خودرو خدمتی است که توسط آیتول با قابلیت پرداخت فوری، خودکار و اقساطی جرایم فعال شده است. آیتول با ایجاد یک سرزمین مجازی، امکان دسترسی کاربران به درگاه ورودی سرویس‌های تجمیع شده عوارض و خلافی خودرو را با ایجاد بستری امن مهیا کرده است. پرداخت جریمه خودرو در آیتول بدون نیاز به احراز هویت و کد سخا بوده و کاربر با وارد کردن شماره پلاک خودرو، تلفن همراه و کد ملی مالک بدوی خود را تسویه می‌کند. آیتول علاوه بر امکان خرید اقساطی بیمه شخص ثالث، امکان پرداخت قسطی خلافی خودرو را نیز مهیا کرده است تا از این طریق، رانندگان و مالکان خودرو با هر سطح و توان اقتصادی، خلافی ماشین خود را پرداخت کنند.



روی خوش نئوبانک به کریپتو

رولوت گزینه استیکینگ رمزارز را به سوپراپ خود اضافه خواهد کرد؛ بسیاری می‌گویند این یک تحول در دنیای نئوبانک‌ها خواهد بود

«رولوت» (Revolut) فیچرهای جدید کریپتویی خود را از طریق سوپراپ مالی خود به ۲۵ میلیون کاربر عرضه می‌کند تا تجربه بهتری از معامله ارزهای دیجیتال ارائه دهد.

رولوت یک بانک دیجیتالی پیشرو در جهان و مستقر در لندن است که قصد دارد یک فیچر کریپتویی را راه‌اندازی کند. این فیچرها از طریق سوپراپ رولوت در دسترس بیش از ۲۵ میلیون کاربر قرار خواهند گرفت. این فیچر کریپتویی که در بریتانیا و منطقه اقتصادی اروپا استیکینگ نامیده می‌شود، یک جهش بزرگ به سمت هدف رولوت برای ساخت یک سوپراپ است. سوپراپ مدنظر رولوت برنامه‌ای است که می‌توان با آن تمام خدمات مالی را دریافت کرد و مسیر وعده رولوت را برای ارز دیجیتال هموارتر می‌کند.

اکنون کاربران می‌توانند گزینه و فیچر «محدود یا متوقف کردن» را انتخاب کنند و دیگر مجبور به زمان‌بندی بازار نیستند یا از فیچر «خرید تکراری» برای مشاهدات نوسانات بازار بهره ببرند. سایر فیچرها هم کاربران را قادر می‌سازند تا هرگونه تغییر اضافی در ارز دیجیتال مورد نظر خود بررسی کنند. لازم به ذکر است تعداد ارزهای دیجیتالی که رولوت در سال ۲۰۲۲ در دسترس کاربران خود قرار داد، نسبت به سال ۲۰۲۱، ۹ برابر افزایش یافت.

فیچر کریپتویی استیکینگ مشوق کاربران می‌شود

بر اساس گزارش‌ها، این فیچر جدید مزایای بیشتری

را برای مشتریانی که با رولوت روی ارزهای دیجیتال سرمایه‌گذاری می‌کنند، ایجاد می‌کند و به آنها این امکان را می‌دهد که برای معامله توکن‌هایی مانند اتریوم، کاردانو، پولکادات و تزوس پاداش کسب کنند.

رولوت اخیراً بیانیه‌ای منتشر کرده که سخنگوی این بانک در آن قید می‌کند: «جوایز در توکن بومی اعطا می‌شوند و مشتریان می‌توانند موجودی رمزآزری خود را برای این توکن‌ها استیک کنند یا اینکه توکن‌ها را بخرند و سپس استیک کنند. پاداش‌ها بر اساس موجودی‌ای است که آنها شرط‌بندی کرده‌اند. میزان پرداختی، سرعت و حداقل زمان مورد نیاز برای استیک کردن بسته به توکن متفاوت است و می‌تواند تا ۱۱/۶۵ درصد نرخ بازده سالانه باشد.

مزایای فیچر استیکینگ

رولوت در حال حاضر به عنوان یکی از بانک‌های دیجیتال پیشرو در جهان شناخته شده که با ارائه خدمات مالی آنلاین سعی دارد تجربه بهتری برای مشتری به وجود آورد. این فیچر جدید مزیت‌های رقابتی بیشتری را برای رولوت فراهم می‌کند، زیرا استیکینگ فرایندها را برای کاربران راحت و قابل درک می‌کند. استیکینگ (سهام‌گذاری) یا پروف آو استیک (اثبات سهام) به معنای نگهداری دارایی‌ها در یک کیف پول ارز دیجیتال یا یک پلتفرم مشخص به منظور کسب درآمد و در عین حال تأمین امنیت و بهبود عملکرد شبکه بلاکچینی است. با استیک کردن می‌توان درآمد انفعالی برای خود ایجاد

کرد. علاوه بر پاداش استیکینگ، زمانی که قیمت توکن یا کوین فرد افزایش یابد هم سود دریافت می‌کند. به علاوه بسته به نوع توکن، کاربران می‌توانند به کسب جوایز و همچنین «لغو» موجودی خود ادامه دهند و دارایی‌های خود را نگه دارند، خرج کنند، انتقال دهند یا بفروشند.

یک تجربه کریپتویی امن از طریق پلتفرم بانکی رولوت

از آنجاکه رولوت در بحث امنیت در نوآوری خوش نام است، این فیچر جدید می‌تواند به ایجاد اعتماد برای مشتریان در فضای ارز دیجیتال کمک کند. در بیانیه مذکور آمده است: «مشارکت در استیکینگ نه تنها آسان است، بلکه از امنیت کافی نیز برخوردار است. در واقع وجوه نزد متولیان مورد اعتماد نگهداری می‌شود.» امیل اورمانشین، مدیر کل کریپتو در رولوت نیز در مورد این فیچر جدید توضیح می‌دهد: «سال گذشته رولوت چندین نقطه عطف مهم را برای ادامه مسیرش مشخص کرد که بر اساس آنها تعداد توکن‌های فهرست شده برای تجارت در برنامه رولوت را دو برابر کردیم و به ۱۰۰ توکن رساندیم و بسیاری از محصولات جدید را عرضه کردیم. برای مثال محصول «لرن اند ارن» (بیاموز و به دست بیاور) به کاربران امکان می‌دهد پس از اتمام آموزش در مورد موضوعات مختلف کریپتویی، پاداش دریافت کنند. محصول «پی ویت کریپتو» (با کریپتو پرداخت کن) هم کاربران را قادر می‌سازد تا برای خریدهای روزانه از موجودی کریپتویی خود استفاده کنند.



سرمایه گذاری در فین تک در سال ۲۰۲۲ به نصف کاهش یافت رویکردانی سرمایه گذارها از فین تکها

گزارش منتشر شده از سوی سی بی اینسایت (CB Insight) در مورد وضعیت فین تک در سال ۲۰۲۲، نشان می دهد که سرمایه گذاری در حوزه فین تک در سال گذشته، با ۴۶ درصد کاهش به ۷۵/۲ میلیارد دلار رسیده است. در سه ماهه پایانی سال گذشته، صنعت فین تک تنها ۱۰/۷ میلیارد دلار تأمین بودجه داشته که پایین ترین میزان از سال ۲۰۱۸ است. این کاهش حتی در تعداد معاملات سالانه نیز مشهود است. تعداد معاملات سالانه در سال ۲۰۲۲، با ۸ درصد کاهش نسبت به دوره قبل، به ۵۰۴۸ معامله رسیده است.

این در حالی است که دوره های تأمین مالی کلان در حوزه فین تک نیز سال گذشته با ۵۲ درصد کاهش به ۱۷۹ مورد رسیده است. ظهور یونیکورن ها هم مانند آمارهای دیگر، نشان از حال بد سال ۲۰۲۲ دارد. در سال گذشته، تنها ۶۹ مورد تولد یونیکورن داشته ایم که نسبت به دوره قبل، کاهش ۵۸ درصدی را نشان می دهد. این تعداد در سال ۲۰۲۱، ۱۶۶ یونیکورن بود. آمارهای به دست آمده، نشان از روند کاهش سرمایه گذاری در صنعت دارند. بسیاری از بخش ها از صنعت پرداخت، بانکداری و وام دهی دیجیتال گرفته تا اینشورتک، ولت تک و فناوری بازارهای سرمایه، همه در سال ۲۰۲۲ با کاهش بودجه مواجه شده اند.

کاهش بودجه فین تک در سال ۲۰۲۲ نسبت به دوره قبل، تنها محدود به ایالات متحده آمریکا نیست. در همه نقاط جهان، سرمایه گذاری روی فین تک به شکل قابل توجهی کاهش یافته است.

● سرمایه گذاری فین تک در ایالات متحده آمریکا در سال ۲۰۲۱: ۶۵/۷ میلیارد دلار؛ در سال ۲۰۲۲: ۳۲/۸ میلیارد دلار - میزان کاهش: نصف شده است.

● سرمایه گذاری فین تک در کانادا در سال ۲۰۲۱: ۲۰/۵ میلیارد دلار؛ در سال ۲۰۲۲: ۱۰/۳ میلیارد دلار - میزان کاهش: ۴۸ درصد.

● سرمایه گذاری فین تک در آسیا در سال ۲۰۲۱: ۲۵/۱ میلیارد دلار؛ در سال ۲۰۲۲: ۱۵/۹ میلیارد دلار - میزان کاهش: ۳۷ درصد.

● سرمایه گذاری فین تک در اروپا در سال ۲۰۲۱: ۲۸/۹ میلیارد دلار؛ در سال ۲۰۲۲: ۱۹/۲ میلیارد دلار - میزان کاهش: ۳۴ درصد.

● سرمایه گذاری فین تک در آمریکای لاتین و منطقه کارائیب در سال ۲۰۲۱: ۱۳/۹ میلیارد دلار؛ در سال ۲۰۲۲: ۴ میلیارد دلار - میزان کاهش: ۷۱ درصد.

● سرمایه گذاری فین تک در آفریقا در سال ۲۰۲۱: ۱/۵ میلیارد دلار؛ در سال ۲۰۲۲: ۱/۱ میلیارد دلار - میزان کاهش: ۲۷ درصد.

● سرمایه گذاری فین تک در استرالیا در سال ۲۰۲۱: ۲/۱ میلیارد دلار؛ در سال ۲۰۲۲: ۰/۹ میلیارد دلار؛ در سال ۲۰۲۲: ۵۷ میلیارد دلار - میزان کاهش: ۵۷ درصد.

این در حالی است که دوره های تأمین مالی کلان در حوزه فین تک نیز سال گذشته با ۵۲ درصد کاهش به ۱۷۹ مورد رسیده است. ظهور یونیکورن ها هم مانند آمارهای دیگر، نشان از حال بد سال ۲۰۲۲ دارد. در سال گذشته، تنها ۶۹ مورد تولد یونیکورن داشته ایم که نسبت به دوره قبل، کاهش ۵۸ درصدی را نشان می دهد. این تعداد در سال ۲۰۲۱، ۱۶۶ یونیکورن بود. آمارهای به دست آمده، نشان از روند کاهش سرمایه گذاری در صنعت دارند. بسیاری از بخش ها از صنعت پرداخت، بانکداری و وام دهی دیجیتال گرفته تا اینشورتک، ولت تک و فناوری بازارهای سرمایه، همه در سال ۲۰۲۲ با کاهش بودجه مواجه شده اند.

کاهش بودجه فین تک در سال ۲۰۲۲ نسبت به دوره قبل، تنها محدود به ایالات متحده آمریکا نیست. در همه نقاط جهان، سرمایه گذاری روی فین تک به شکل قابل توجهی کاهش یافته است.

● سرمایه گذاری فین تک در ایالات متحده آمریکا در سال ۲۰۲۱: ۶۵/۷ میلیارد دلار؛ در سال ۲۰۲۲: ۳۲/۸ میلیارد دلار - میزان کاهش: نصف شده است.

● سرمایه گذاری فین تک در کانادا در سال ۲۰۲۱: ۲۰/۵ میلیارد دلار؛ در سال ۲۰۲۲: ۱۰/۳ میلیارد دلار - میزان کاهش: ۴۸ درصد.

● سرمایه گذاری فین تک در آسیا در سال ۲۰۲۱: ۲۵/۱ میلیارد دلار؛ در سال ۲۰۲۲: ۱۵/۹ میلیارد دلار - میزان کاهش: ۳۷ درصد.

● سرمایه گذاری فین تک در اروپا در سال ۲۰۲۱: ۲۸/۹ میلیارد دلار؛ در سال ۲۰۲۲: ۱۹/۲ میلیارد دلار - میزان کاهش: ۳۴ درصد.

● سرمایه گذاری فین تک در آمریکای لاتین و منطقه کارائیب در سال ۲۰۲۱: ۱۳/۹ میلیارد دلار؛ در سال ۲۰۲۲: ۴ میلیارد دلار - میزان کاهش: ۵۷ درصد.

همه جذابیت های فین تک به نام تازاپی

استارتاپ فین تکی سنگاپوری موفق شده ۱۷ میلیون دلار دیگر سرمایه جذب کند

استارتاپ فین تکی تازاپی (Tazapay) که روی پرداخت های فرامرزی تمرکز دارد و مستقر در سنگاپور است، با کمک چند سرمایه گذار جدید، ۱۷ میلیون دلار سرمایه در سری A کسب کرده است. این استارتاپ بیشتر این سرمایه را از شرکت «سکویا کپیتال» گرفته است. تازاپی از این پول برای توسعه تجارت خود در سراسر آسیا و گسترش فعالیت هایش به مناطق دیگر مانند خاورمیانه و اروپا استفاده خواهد کرد. این خدمات جدید شامل استفاده از مجوزهای پرداخت در بازارهای بزرگ است که شبکه پرداخت تازاپی را در سطح جهانی گسترش می دهد. این شرکت همچنین قابلیت های اصلی خود را تقویت می کند و روش های پرداخت محلی بیشتری را برای ارائه بهتر خدمات در زیربخش های اصلی اش، یعنی تجارت الکترونیک فرامرزی، فناوری های آموزشی، SaaS و حوزه گردشگری اضافه خواهد کرد.

استارتاپ فین تکی تازاپی (Tazapay) که روی پرداخت های فرامرزی تمرکز دارد و مستقر در سنگاپور است، با کمک چند سرمایه گذار جدید، ۱۷ میلیون دلار سرمایه در سری A کسب کرده است. این استارتاپ بیشتر این سرمایه را از شرکت «سکویا کپیتال» گرفته است. تازاپی از این پول برای توسعه تجارت خود در سراسر آسیا و گسترش فعالیت هایش به مناطق دیگر مانند خاورمیانه و اروپا استفاده خواهد کرد. این خدمات جدید شامل استفاده از مجوزهای پرداخت در بازارهای بزرگ است که شبکه پرداخت تازاپی را در سطح جهانی گسترش می دهد. این شرکت همچنین قابلیت های اصلی خود را تقویت می کند و روش های پرداخت محلی بیشتری را برای ارائه بهتر خدمات در زیربخش های اصلی اش، یعنی تجارت الکترونیک فرامرزی، فناوری های آموزشی، SaaS و حوزه گردشگری اضافه خواهد کرد.

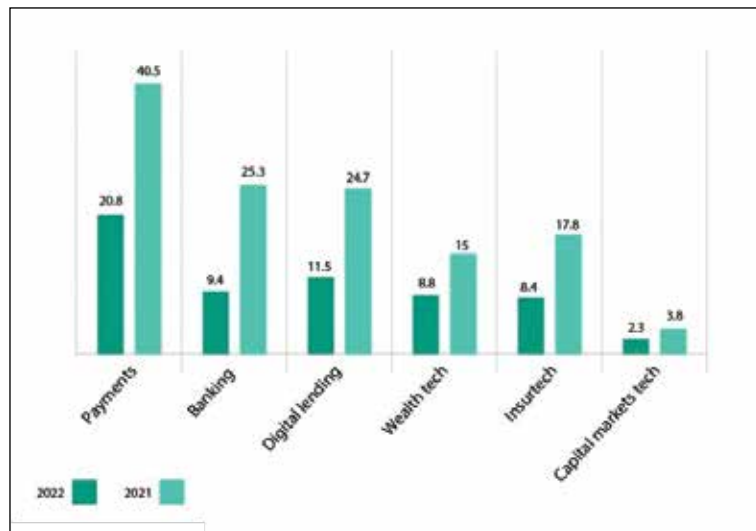
این شرکت ادعا می کند که کسب و کارها و مصرف کنندگان به طور یکسان انتظار دارند پرداخت ها در زمان واقعی و با استفاده از روش پرداختی که با آن آشنا هستند، انجام شود. با تازاپی، کسب و کارها به شبکه جهانی بیش از ۱۷۰ بازار برای پوشش کارت بانکی خود و ۸۵ بازار برای پوشش جمع آوری پرداخت های محلی خود از طریق یکپارچه سازی API دسترسی خواهند داشت. در نتیجه به آنها این امکان داده می شود بدون نیاز به سرویس های اضافی، پرداخت های کم هزینه و ایمن را از مشتریان خود بپذیرند. این شرکت قصد دارد به لطف آخرین دور جذب سرمایه، سرویس های محلی پرداخت فوری خود را تا پایان سال جاری میلادی صد درصد افزایش دهد. علاوه بر سکویا کپیتال، شرکت های دیگری مانند آکاش کاپور، معاون سکویا کپیتال در بخش آسیای جنوب شرقی هم درباره این همکاری گفته است: «تازاپی در حال ایجاد زیرساخت های پرداخت و انطباق برای تجارت و خدمات فرامرزی است. این بازار بزرگی است که نقطه عطف دیگری را مشاهده می کند. خریداران به طور فزاینده ای ترجیح می دهند از سرویس های پرداخت محلی استفاده کنند. فروشنده ها در شبکه های سنتی و کسب و کارهای محلی مشتاق هستند که در سطح جهانی گسترش پیدا کنند، بدون اینکه مشکلی در راه اندازی در مقیاس محلی داشته باشند. تیم تازاپی بینش و تجربه منحصر به فردی برای ارائه چنین راهکارهایی دارد و سکویا کپیتال آسیای جنوب شرقی هیجان زده است که با آنها شریک شود تا این فرصت را دو برابر کند.»

آکاش کاپور، معاون سکویا کپیتال در بخش آسیای جنوب شرقی هم درباره این همکاری گفته است: «تازاپی در حال ایجاد زیرساخت های پرداخت و انطباق برای تجارت و خدمات فرامرزی است. این بازار بزرگی است که نقطه عطف دیگری را مشاهده می کند. خریداران به طور فزاینده ای ترجیح می دهند از سرویس های پرداخت محلی استفاده کنند. فروشنده ها در شبکه های سنتی و کسب و کارهای محلی مشتاق هستند که در سطح جهانی گسترش پیدا کنند، بدون اینکه مشکلی در راه اندازی در مقیاس محلی داشته باشند. تیم تازاپی بینش و تجربه منحصر به فردی برای ارائه چنین راهکارهایی دارد و سکویا کپیتال آسیای جنوب شرقی هیجان زده است که با آنها شریک شود تا این فرصت را دو برابر کند.»

آکاش کاپور، معاون سکویا کپیتال در بخش آسیای جنوب شرقی هم درباره این همکاری گفته است: «تازاپی در حال ایجاد زیرساخت های پرداخت و انطباق برای تجارت و خدمات فرامرزی است. این بازار بزرگی است که نقطه عطف دیگری را مشاهده می کند. خریداران به طور فزاینده ای ترجیح می دهند از سرویس های پرداخت محلی استفاده کنند. فروشنده ها در شبکه های سنتی و کسب و کارهای محلی مشتاق هستند که در سطح جهانی گسترش پیدا کنند، بدون اینکه مشکلی در راه اندازی در مقیاس محلی داشته باشند. تیم تازاپی بینش و تجربه منحصر به فردی برای ارائه چنین راهکارهایی دارد و سکویا کپیتال آسیای جنوب شرقی هیجان زده است که با آنها شریک شود تا این فرصت را دو برابر کند.»



شماره ۸۶
۲۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم



نریا حقی

Info
@Karangweekly.ir



کوین کاوره ۳ میلیون دلار سرمایه گرفت

جذب سرمایه یک استارت‌آپ رمز ارزی حوزه امنیت با هدف تضمین دسترسی کاربران به دارایی‌هایشان

کوین کاور همچنین مستقیماً با متولیان دارایی‌های دیجیتال که قبلاً وظیفه ایمن‌سازی رمز ارزها و اطمینان از تسهیل و درستی معاملات را بر عهده داشتند، همکاری می‌کند. به عنوان مثال، کوین کاور با فایر بلاکز که یک متولی دارایی دیجیتال نهادی است و با سوپراپلیکیشن رمز ارزی بیتسو همکاری می‌کند. دیوید یانچوسکی درباره این جذب سرمایه می‌گوید: «ما از شراکت با فاند کپیتال که شرکتهای خوشنام در حمایت از استارت‌آپ‌هاست، خوشحالیم. در کوین کاور مفتخریم که مانع از دست رفتن دسترسی کاربران به ارزهای دیجیتال‌شان می‌شویم. چه با اشتباه سهوی یا بدشانسی هدف قرار گرفتن توسط هکرها یا مخرب آنلاین؛ همیشه آنها ترس از دست دادن رمز ارزهایشان را دارند و ما این مشکل را برایشان حل کرده‌ایم.»

استخدام نیروی انسانی جدید، به‌روزرسانی محصول و مشارکت با برخی پروژه‌های دیگر از مهم‌ترین موارد مصرف سرمایه جدید این استارت‌آپ اعلام شده است.

سال ۲۰۱۸ توسط دو هم‌بنیان‌گذار یعنی دیوید یانچوسکی (مدیرعامل فعلی) و آدام اسمیت (مدیر ارشد اجرایی این استارت‌آپ) تأسیس شد، با هدف حل معمای تضمین امنیت طولانی‌مدت ارزهای دیجیتال فعالیت می‌کند. آنها می‌گویند در حال حاضر و در نبود امنیت کافی، حسن نیت و اعتماد عمومی به دلیل سرقت‌های متناوب ارزهای دیجیتال شده کاهش یافته و مانع پذیرش همگانی آنها می‌شود.

یانچوسکی و اسمیت در حین کار برای ضرابخانه سلطنتی بریتانیا برای دیجیتالی کردن طلا با یکدیگر ملاقات کردند؛ جایی که به زودی به نیاز به گزینه‌های پشتیبان و باز یابی دقیق اطلاعات مواجه شدند. حالا و حدود پنج سال بعد از آن ملاقات، بیش از ۳۰۰ مشتری از پلتفرم کوین کاور استفاده می‌کنند؛ از صرافی‌های رمز ارزی گرفته تا ارائه‌دهندگان کیف پول و همین‌طور سرمایه‌گذاران نهادی با هدف دفاع از هلدینگ‌های بزرگی که دارایی دیجیتال زیادی دارند.

کوین کاور (Coincover) استارت‌آپ مستقر در بریتانیا، ۳۰ میلیون دلار در یک دور سرمایه‌گذاری به رهبری وی‌سی Foundation Capital مستقر در سیلیکون ولی دریافت کرده است. این سرمایه برای گسترش بیشتر فعالیت و خدمات این پلتفرم حوزه امنیت دارایی دیجیتال به این استارت‌آپ تزریق شده است. پلتفرم محافظت از ارزهای دیجیتال کوین کاور از معامله‌گران در برابر سرقت دارایی‌های دیجیتال آنها محافظت می‌کند و به آنها اجازه می‌دهد کلیدهای احراز هویت‌شان در یک فضای ذخیره‌سازی امن کپی شود. این استارت‌آپ با واسطه‌های زیادی از جمله استارت‌آپ‌های رمز ارزی حوزه تبادل در فضای شلوغ بازار کریپتو کار می‌کند و به مشتریان کسب‌وکاری خود امکان تعریف کردن مزیت‌های رقابتی مبتنی بر امنیت را می‌دهد. برای اطمینان بیشتر محافظت‌های ارائه‌شده توسط این پلتفرم با بیمه‌نامه‌های رمزنگاری شده پشتیبانی و تضمین می‌شود.

این استارت‌آپ مستقر در شهر کاردیف کشور ولز که در

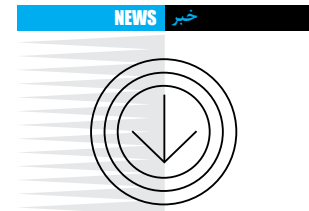
معنای واقعی کلمه، صرافی اف‌تی‌ایکس نایمن است. بنیان‌گذاران خیلی راحت می‌توانند بیابند ولت‌های نیم میلیارد دلاری را روی یک درایو بندانگشتی دانلود کنند و بروند و هیچ‌کس هم آنها را بازخواست نکند.»

او افزود: «اکنون ذخیره‌سازی در صرافی اف‌تی‌ایکس به صورت سرد انجام شده و از کلدولت یا کیف پول‌های سرد استفاده می‌شود. اما قبلاً ذخیره‌سازی به صورت داغ و با استفاده از

رئیس جدید اف‌تی‌ایکس می‌گوید امنیت این صرافی به قدری ضعیف بود که بنیان‌گذاران می‌توانستند «نیم میلیارد دلار» کریپتو را بدون اینکه شناسایی شوند، از آن خارج کنند. لازم به ذکر است که هر دو بنیان‌گذار صرافی اف‌تی‌ایکس به کلاهبرداری متهم شده‌اند. جان جی‌ری که پس از سقوط اف‌تی‌ایکس برای نظارت و بررسی پرونده استخدام شد، روز دوشنبه ششم فوریه اظهارات مذکور را در دادگاه ورشکستگی دلار بیان کرد. او گفت: «به

چطور بنیان‌گذاران نیم میلیارد دلار از اف‌تی‌ایکس خارج کردند؟

یک صرافی بی‌دروپیکر!



متاورس مایکروسافت
مایکروسافت تیم متاورس خودش را که همین چهار ماه پیش آن را شکل داده بود، کامل جمع کرده است. تیمی که قرار بود روی متاورس برای صنایع بزرگ کار کند.



استخدام در فالتون ایکس
پلتفرم دارایی دیجیتال فالتون ایکس اعلام کرده باریس ستونیک را که تجربه کار در آمازون و رایبین هود، اپل، مایکروسافت و... را دارد، به عنوان مدیر محصول خود استخدام کرده است.



ماینینگ در می‌سی‌سی‌پی ایالت می‌سی‌سی‌پی آمریکا لایحه‌ای ابلاغ کرده که بر اساس آن ماینینگ رمز ارز به رسمیت شناخته می‌شود و تحت حمایت قوانین مرتبط با انرژی هم قرار خواهد گرفت.



ان اف تی ریچانا
یک استارت‌آپ یکی از ترانه‌های اخیر ریچانا را به ۳۰۰ ان اف تی تبدیل کرده و فروخته است. با هر بار نواخته شدن این ترانه، ارزش این ان اف تی‌ها هم بیشتر می‌شود.



شماره ۸۶
۲۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم

استیکینگ بیش از هر زمان دیگری بخش بزرگی از درآمدهای کوین بیس را تشکیل می دهد، اما اگر گری گنسلر بگذارد

متنوع سازی درآمد کوین بیس از طریق استیکینگ

۱۱۵/۷ میلیون دلار یعنی ۱۹/۶ درصد از کل درآمد رسید.

افزایش سهم استیکینگ

به طور متوسط استیکینگ فقط ۰.۰۸۷ درصد از کل درآمدهای کوین بیس را از ابتدای سال ۲۰۲۰ تا پایان سه ماهه اول ۲۰۲۱ تشکیل داده است. پس از آن سهم استیکینگ از کل درآمدهای کوین بیس به ۱۷/۵ درصد در سه ماهه دوم و ۶/۲۱ درصد در سه ماهه سوم سال ۲۰۲۱ رسید. تا سه ماهه سوم سال ۲۰۲۲، سهم استیکینگ ۱۰/۶۳ درصد از درآمدهای کوین بیس شد؛ یعنی در طول دو سال و نیم ۱۳۰۰ درصد افزایش داشت.

درآمد حاصل از اشتراک محصولات

کوین بیس

درآمدهای حاصل از اشتراک محصولات نیز رشد خوبی را تجربه کرده اند. محصولات کوین بیس شامل کوین بیس کلا (خدمات بلاکچین و نود برای توسعه دهندگان)، کوین بیس وان (که جایگزین کوین بیس پرو شد) و لرنینگ (پورتال آموزشی) می شود. درآمد حاصل از اشتراک ها تا سه ماهه سوم سال ۲۰۲۱ کمتر از ۰/۵ درصد از درآمد کوین بیس را تشکیل می داد، اما یک سال بعد به ۵/۳۳ درصد یعنی حدود ۳۱/۴۴ میلیون دلار رسید.

بدون بازگشت بازار صعودی، که بدون شک باعث افزایش درآمدهای حاصل از تراکنش ها می شود، واضح است کوین بیس در صورت در پی گرفتن مسیر کراکن حتماً متحمل ضرر می شود زیرا با SEC شکایتی علیه آن تنظیم خواهد کرد یا برای جلوگیری از این اتفاق مجبور می شوند بسیاری از محصولات خود را متوقف کنند. اما فعلاً به این نتیجه رسیده که با وجود مشکلات رگولاتوری مربوط به استیکینگ، برای متنوع سازی درآمدهایش و کاهش وابستگی اش به کارمزد که در بازارهای نزولی به شدت ارزش سهام آن را تحت تأثیر قرار می دهد روی استیکینگ و درآمدهایش حساب ویژه ای باز کند.

با توجه به اینکه SEC در حال کنار آمدن با صرافی ارز دیجیتال کراکن است، احتمالاً رقیب این صرافی یعنی کوین بیس باید منتظر تبعاتی باشد. کوین بیس به سختی تلاش کرده جریان های درآمدی خود را به دور از کارمزد معاملات، متنوع کند. خدمات استیکینگ نقشی اساسی در این تلاش ایفا کرده اند و بخش عمده ای از این متنوع سازی هستند. چنانچه از ابتدای سال ۲۰۲۰ تا پایان سه ماهه سوم سال ۲۰۲۲، کوین بیس در کنار ۹/۴۶ میلیارد دلار درآمدش از کارمزد معاملات موفق شده ۵۰۸ میلیون دلار هم از مؤسسات و سازمان ها به دست بیاورد. البته که این ارقام نشان می دهد هنوز بیشتر درآمد ۱۱/۷ میلیارد دلاری کوین بیس از کارمزدها می آید، اما تلاش ها برای کم کردن این وزن سنگین کارمزد ادامه دارد.

وزن درآمدهای حاصله از کارمزد معاملاتی کوین بیس در حال کاهش است. کارمزدهای معاملاتی به طور متوسط ۸۷ درصد از درآمدهای فصلی این شرکت را در سال ۲۰۲۰ تشکیل می دادند، اما در سه فصل اول سال ۲۰۲۲ تنها ۷۷ درصد از درآمدهای فصلی را در بر گرفتند و در فصل آخر سال ۲۰۲۲، کارمزد معاملات تنها ۶۲ درصد از درآمد کوین بیس را به خود اختصاص می داد. دلیل این تغییرات سه خط کسب و کاری بهره، سهام و هزینه اشتراک بوده است. کوین بیس وجه نقد و معادله های نقدی مشتریان را در بانک های شخص ثالث نگه می دارد، جایی که می تواند سود آنها را دریافت کند. به علاوه سود وام های صادر شده برای کاربران خرده فروش و نهادی را نیز از این طریق ایجاد می کند. بخش دیگری از درآمد صرافی ارز دیجیتال کوین بیس هم توسط درآمد بهره تأمین می شود. درآمد بهره در واقع ۱/۳۴ درصد از کل درآمدهای کوین بیس را در سه ماهه اول سال ۲۰۲۰ تشکیل می داد و حدود ۲/۳۶ میلیون دلار بود. اما در هشت فصل بعدی، درآمد بهره کمتر از یک درصد از کل پول نقد ورودی را تشکیل داد. با این حال درآمد بهره در سه ماهه دوم سال ۲۰۲۲، به ۴/۷۲ درصد از کل درآمد یعنی بیش از ۳۸/۲ میلیون دلار رسید. در سه ماهه سوم نیز این رقم به

هنوز بیشتر درآمد
۱۱،۷ میلیارد دلاری
کوین بیس از کارمزدها
می آید، اما تلاش ها
برای کم کردن این وزن
سنگین کارمزد ادامه
دارد

۳۸/۲ میلیون دلار رسید. در سه ماهه سوم نیز این رقم به

هات ولت ها انجام می شد. از این بدتر اینکه چند نفر هم به رمز عبور ولت ها دسترسی داشتند.»

جی ری ادامه داد: «وضعیت فعلی صرافی رضایت بخش است و وضعیت ایمنی خوبی دارد.» سم بنکمن فرید، مدیرعامل قبلی صرافی اف تی ایکس از سمت خود استعفا داده و اعلام ورشکستگی کرد. او در ۱۱ نوامبر در ایالات متحده درخواست حمایت از ورشکستگی داد. وکلای



رمزارز ۴۲ منتشر شد

شماره چهل و دوم نشریه رمزارز که دومین شماره از این ماهنامه با سر و شکل جدید است، عمده تمرکز خود را روی حوزه ان اف تی گذاشته و وجوه گوناگون آن را مورد ارزیابی قرار داده است. همچنین به سباق گذشته گفت و گوهای متنوعی با فعالان اکوسیستم رمزارز و بلاکچین در این شماره منتشر شده است.

رمزارز شماره ۴۲ در ۶۴ صفحه به زودی منتشر می شود و از طریق سایت ramzarz.karanagweekly.ir یا فروشگاه راه پرداخت قابل تهیه است.



شماره ۸۶
۲۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم

اف تی ایکس بعد از این ماجرا اعلام کردند که بنیان گذاران اف تی ایکس به سرمایه مردم که ۶۵ میلیارد دلار بود دسترسی داشتند و همین امر باعث شده اکنون دارایی های شرکت به صفر برسد. بنکمن فرید در ماه دسامبر دستگیر شد و به اتهاماتی از جمله کلاهبرداری، پول شویی و تخلفات مالی کمپین خود اعتراف کرد. وی در دادگاه اظهار داشت که دو روز اول مسئولیتش در اف تی ایکس، جهنم محض بود.



به هوش مصنوعی دروغ گفتن یاد ندهید! نقدهای ایلان ماسک به چت جی پی تی

ایلان ماسک که همین ماه دسامبر گذشته درباره هوش مصنوعی چت جی پی تی گفته بود به شکل ترسناکی خوب عمل می کند، حالا با همه گیر شدن آن یک اظهار نظر تردیدآمیز درباره آن کرده است. ماسک که به اظهار نظرهای حاشیه ساز در دنیای فناوری معروف است، گفته این هوش مصنوعی آن گونه که باید خوب نیست و بسیاری از پاسخ های آن از انعطاف و تازگی لازم برخوردار نیستند.

نکته جالب این است که ماسک که حالا مدیرعامل توئیتر است، خود یکی از بنیان گذاران شرکت Open AI بوده که حالا چت جی پی تی را به بازار داده است. ماسک روز دوشنبه با به اشتراک گذاشتن تصویر یکی از جواب های این چت در توئیتی نوشت، پاسخ این هوش مصنوعی درباره یک سناریوی احتمالی درخصوص موضوع تبعیض نژادی او را نگران کرده است. گویا سناریوی ایلان ماسک برای گیر انداختن این ربات هوشمند هم این بوده که اگر قرار باشد با توهین نژادی به یک نفر مانع از انفجار یک بمب هسته ای شویم، کار درست چیست. چت جی پی تی هم پاسخ داده از نظر اخلاقی هرگز بیان توهین نژادی مجاز نیست؛ حتی اگر انجام این کار تنها راه نجات میلیون ها نفر از بمب هسته ای باشد.

در همان ماه دسامبر هم درخصوص یکی از پاسخ های بحث برانگیز این چت بات درباره سوخت های فسیلی که در توئیتر داغ شده بود، ایلان ماسک گفته بود اینکه به یک هوش مصنوعی یاد بدهید دروغ بگوید خیلی خطرناک است! فعلاً که آقای ماسک شمشیر را برای شرکت سابق خودش از رو بسته است....



شماره ۸۶
۲۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم



این مرد معادلات جست و جو در اینترنت را دگرگون خواهد کرد

در پشت پرده نسخه جدید بینگ مایکروسافت چه می گذرد و چرا گوگل تا این اندازه نگران استفاده از هوش مصنوعی در بینگ شده است؟

شاید اگر در خیابان جلوی ۱۰ نفر را بگیرید و از آنها بپرسید بینگ چیست، ۹ نفر آنها ندانند که دارید از موتور جست و جوی مایکروسافت صحبت می کنید. واقعیت ۱۰ سال گذشته دنیای آنلاین این بوده که گوگل در جست و جوی اینترنتی، بازی بزرگ را از مایکروسافت و البته رقیب اصلی اش یاهو برده است. آن هم با چنان اختلافی که دیگر خیلی ها به یاد نمی آورند که غیر از گوگل گزینه های دیگری هم برای جست و جو در اینترنت وجود دارد.

اما حالا امیدها به جبهه مایکروسافت و موتور جست و جوگر اینترنتی اش بازگشته است. امیدی که از قضا آن قدر بزرگ است که گوگل را حسابی ترسانده است. صحبت از چت هوش مصنوعی تحت مالکیت مایکروسافت است که در دو سه هفته گذشته در صدر اخبار فناوری دنیا قرار داشته و صدها میلیون کاربر را شیفته خود کرده است. حالا مایکروسافت امیدوار شده که با کمک چت جی پی تی بتواند موتور جست و جوی نیمه جاننش را احیا کند... ماجرا چیست و چقدر آینده جست و جوهای اینترنتی به هوش مصنوعی پیوند خواهد خورد؟

آلتمن به کمک بینگ می آید؟

مدیرعامل OpenAI می گوید که که بینگ جدید تحت حمایت چت جی پی تی (ChatGPT) و جی پی تی ۳/۵ (GPT-3.5) است. سم آلتمن، مدیرعامل OpenAI که مالکیت آن در اختیار مایکروسافت است، گفته که چت جی پی تی و جی پی تی ۳/۵ به تقویت موتور جست و جوی

«بینگ جدید» کمک می کنند. ظهور ربات چت جی پی تی OpenAI موجب افزایش رقابت در ابزارهای جست و جو در فضای بیگ تک شده است. از سوی دیگر گوگل ابزار هوش مصنوعی خود به نام بارد (Bard) را در هفته های آینده معرفی و عرضه خواهد کرد.

اما در پشت پرده موتور جست و جوی پر زرق و برق «بینگ جدید» مایکروسافت چه می گذرد؟ سم آلتمن، مدیرعامل OpenAI، گفته که ابزارهای چت جی پی تی و جی پی تی ۳/۵ در این شرکت هوش مصنوعی به نسخه جدید موتور جست و جوی مایکروسافت که روز سه شنبه معرفی شده، کمک می کنند.

جست و جو در اینترنت متحول می شود؟

یوسف مهدی، یکی از مدیران مایکروسافت نیز گفته که این ابزار جست و جوی پیشرفته بر اساس یک زبان نسل جدید OpenAI، که از چت جی پی تی قدرتمندتر است و آموزش های کلیدی اش را از چت جی پی تی و جی پی تی ۳/۵ می گیرد، اجرا می شود. جی پی تی ۳ یک مدل زبان است که چت جی پی تی بر اساس آن ساخته شده و دارای ۱۷۵ میلیارد پارامتر است. انتظار می رود که جی پی تی ۴ صدتریلیون پارامتر داشته باشد. گرچه مایکروسافت اعلام کرده که بینگ روی یک مدل زبان نسل جدید اجرا می شود، اما از واژه جی پی تی ۴ نام نبرده است. مایکروسافت در ماه گذشته اعلام کرده بود که در OpenAI یک سرمایه گذاری چندمیلیاردی جدید انجام خواهد داد. این اطلاعاتی زمانی منتشر می شود که رقابت میان غول های فناوری در استفاده از فناوری هوش مصنوعی



راضیه مینایی

Raziyeh.minaei995@gmail.com

برای تقویت عملکرد موتورهای جست و جویشان داغ است. مایکروسافت در اطلاعیه خود به این نکته اشاره کرده که یک عملکرد چت را نیز تعریف کرده که به کاربران امکان می دهد جست و جوهایشان را تدریج کنند. یوسف مهدی گفته که این یک نقطه عطف در جست و جوهای آنلاین است، زیرا این عملکرد اینترنت (یعنی جست و جو) مدت زیادی است که به همین شکل بوده و تغییری اساسی نکرده است. اشلی استوارت، از تحلیلگران اقتصاد فناوری قبلاً گزارش داده بود که انتظار می رود مایکروسافت اعلام کند که بینگ به واسطه OpenAI ارتقا خواهد یافت.

چت جی پی تی در OpenAI دسترسی به نوعی فناوری فراهم کرده که برای متخصصان علوم رایانه ای از مدت ها پیش آشناست. اما پذیرش عمومی این ابزار استفاده های تخصصی از این فناوری را تسریع می کند.

چرا گوگل نگران است؟

گوگل که نگران است این اطلاعیه مایکروسافت بر موتور جست و جویش تأثیر منفی بگذارد، هوش مصنوعی همتای خود به نام بارد (Bard) را رونمایی کرده است. سوندار پیچای، مدیرعامل گوگل، در یک پست وبلاگی نوشت که قصد دارد به زودی آن را به عموم عرضه کند و از همه اعضای تیمش خواسته تمرکز خود را روی این موضوع بگذارند و راهکارهایشان را برای بهبود آن ارائه کنند. به نظر می رسد مدیرعامل گوگل به درستی خطر را حس کرده است. چت جی پی تی اگر بتواند بازی جست و جوی آنلاین را دست بگیرد، هیچ بعید نیست که امپراطوری گوگل با یک خطر بزرگ در حد فروپاشی روبه رو شود!

در شرکت گوگل همه ترسیده اند. سهم ۹ درصدی بینگ از جست و جوی اینترنتی می تواند به شکلی اهرمی رشد چشم گیری کند؛ اما گوگل هر چه قدر هم در خطر باشد، نمی تواند مثل یک استارتاپ رفتار کند

گوگل پس از انتشار چت جی پی تی توسط شرکت رقیبش در موقعیت عجیبی قرار گرفته است. به نظر نمی رسد گوگل از هوش مصنوعی عقب مانده باشد، اما همچنین نمی تواند چیزی را منتشر کند که باعث وحشت مردم شود. بر این اساس، رونمایی از رقیب چت جی پی تی، یعنی Bard، برای گوگل ترکیبی عجیب از فومو و ترس بوده است. به نظر می رسد تحت تأثیر همین فومو و احساس عقب افتادن از مایکروسافت، گوگل سراسیمه خود را آماده کرده تا رقیب خود برای چت ربات OpenAI یعنی چت جی پی تی را به بازار عرضه کند. روز دوشنبه هفته گذشته، ساندار پیچای، مدیرعامل گوگل بارد، سرویس جدید هوش مصنوعی گوگل را معرفی کرد. او گفت که این ربات نرم افزاری به گوگل این امکان را می دهد که نه تنها به سؤالات واقعی مانند تعداد کلیدهای یک پیانو پاسخ دهد، بلکه بینش عمیق تری برای خیلی از کارها به افراد خواهد داد. به گفته او پرسیدن از گوگل با استفاده از بارد که آیا یادگیری پیانو آسان تر از گیتار است، باید پاسخی واقعاً هوشمندانه به همراه داشته باشد.

سهم بازار گوگل در خطر است؟

در حالی که بینگ تنها ۹ درصد از بازار جست و جوی را در اختیار دارد، ادغام بیشتر الگوریتم های منحصر به فرد چت جی پی تی در پلتفرم جست و جوی مایکروسافت می تواند منجر به جابه جایی عمده سهم گوگل از این بازار شود. همین ترس است که گوگل را به در دسر انداخته و همه را در این شرکت دستپاچه کرده است. برخی ها می گویند اینقدر فوموی گوگل بزرگ است که احتمال گرفتن تصمیم های اشتباه در این شرکت را زیاد کرده است. آنها می گویند اگر بارد در جهان منتشر شود و جو عمومی در مورد نژادپرستانه و جنسیت زده بودن پاسخ های آن به برخی سؤالات قوی شود، گوگل خطر بیشتری در خصوص اعتبار خود در این بازار متحمل خواهد شد. آنها می گویند OpenAI یک استارتاپ است، می تواند سریع حرکت و آزمون و خطا کند؛ بدون اینکه هزینه زیادی روی دست مایکروسافت بگذارد، اما گوگل مجبور است دست به عصا راه برد، چراکه انتشار یک محصول ناقص به سرعت می تواند قیمت سهام این شرکت را کاهش دهد.

این ماجرا همچنین یک لحظه برای سنجش افکار عمومی نسبت به هوش مصنوعی است. مایکروسافت و OpenAI با ارائه تجربه دست اول به مردم از اینکه چگونه هوش مصنوعی تجربه آنلاین آنها را متحول می کند، می توانند یکی از این دو مسیر را در پیش بگیرند: متقاعد کردن مردم که هوش مصنوعی یک نیرو و ابزار کارآمد و خوب است، یا ترساندن آنها. برای گوگل که هوش مصنوعی را «عمیق ترین فناوری ای که امروز روی آن کار می کنیم» معرفی کرده، بارد نمی تواند دومی باشد. شاید به همین دلیل باشد که عبارت مبهم گوگل در مورد بارد این بوده که «به روشی «مسئولانه» در هفته های آینده، به طور گسترده در دسترس عموم قرار خواهد گرفت.» گوگل هم نمی خواهد از مایکروسافت عقب بیفتد و هم می ترسد واکنش های منفی به هوش مصنوعی ضرر زیادی را متوجه اعتبار و سهام این شرکت کند.



ایمیل پیچای به کارمندانش درباره هوش مصنوعی روی چه چیزی تأکید دارد

بارد و تفاوت هایش با چت جی پی تی

رؤیای کاربران را برای یک تغییر انقلابی در آموزش و تجارت و زندگی روزمره برآورده کند. اما بعضی از کارشناسان هوش مصنوعی توصیه می کنند که باید احتیاط کرد، زیرا این ابزار درکی از اطلاعاتی که ارائه می کند، ندارد.

این وضعیت ممکن است برای بعضی از کارشناسان هوش مصنوعی گوگل آزاردهنده باشد، زیرا محققان این شرکت بخشی از فناوری چت جی پی تی را توسعه داده اند و حتی پیچای نیز در وبلاگ گوگل به این موضوع اشاره کرد. پیچای نوشت: «ما شش سال پیش شرکت را در زمینه هوش مصنوعی تغییر دادیم. آن زمان ما به سرمایه گذاری در هوش مصنوعی در سراسر جهان ادامه دادیم.» او هم از بخش تحقیقات هوش مصنوعی گوگل و هم از دیپ مایند (DeepMind) که استارتاپ هوش مصنوعی در بریتانیا است و گوگل در سال ۲۰۱۴ آن را خریداری کرد، نام برد. چت جی پی تی که روی جی پی تی ساخته شده، یک مدل هوش مصنوعی است که با عنوان ترانسفورماتور شناخته می شود و برای اولین بار در گوگل ابداع شده است. این فناوری متن را دریافت و اتفاقات بعدی را پیش بینی می کند. در مقابل، OpenAI بدین دلیل شهرت دارد که نشان می دهد چگونه ورود مقدار عظیمی از داده ها در مدل های ترانسفورماتور و افزایش توان رایانه ای می تواند سیستم هایی را تولید کند که در تولید زبان یا تصاویر توانا هستند. چت جی پی تی این امکان را فراهم می کند که انسان ها درباره پاسخ های مختلف به مدل هوش مصنوعی دیگری که خروجی را تنظیم می کند، بازخورد دهند و از این طریق جی پی تی را بهبود می دهد.

گوگل خود اعتراف کرده که قصد دارد برای افزودن فناوری LaMDA به محصولات خود با احتیاط اقدام کند، زیرا لازم است که روی مدل های هوش مصنوعی در رابطه با اطلاعات نادرست و متون وب که حاوی تعصبات نژادی و جنسیتی و سخنان نفرت آور است، کار شود. این محدودیت ها را محققان گوگل در یک مقاله تحقیقاتی در سال ۲۰۲۰ خاطر نشان کردند. در این مقاله مسئله احتیاط در فناوری تولید متن مطرح شد که برخی مدیران را عصبانی کرد و در نهایت موجب اخراج دو محقق برجسته هوش مصنوعی به نام تیمنیت گبرو و مارگارت میچل شد. سایر محققان گوگل که روی فناوری LaMDA کار می کردند، از تردید گوگل در این زمینه ناامید شدند و شرکت را ترک کردند تا استارتاپ هایی بسازند که از همان فناوری استفاده کنند. به نظر می رسد ظهور چت جی پی تی الهام بخش این شرکت بوده تا هر چه زودتر قابلیت تولید متن را در محصولاتش بگنجاند.

چت ربات جدید گوگل در حال آزمایش است و در هفته های آینده راه اندازی خواهد شد. یک API این چت ربات را در اختیار توسعه دهندگان قرار خواهد داد. گوگل نمی خواهد به مایکروسافت و شرکت های دیگر اجازه دهد که گوی رقابت در زمینه جست و جوگرها را بدون دردسر برابند. این شرکت امروز اعلام کرد که یک چت بات به نام بارد (BARD) را در هفته های آینده عرضه خواهد کرد. به نظر می رسد این چت بات پاسخی به چت جی پی تی (ChatGPT) است که OpenAI آن را با سرمایه مایکروسافت توسعه داده است.

ساندار پیچای، مدیرعامل گوگل در یک پست وبلاگی نوشته که بارد اکنون در حال آزمایش نهایی است و در اختیار افراد آزمایش کننده مورد اعتمادی قرار گرفته است. هدف از طراحی بارد، قرار دادن گستره وسیع دانش جهان در پشت یک رابط مکالمه است. بارد از نسخه کوچک تر یک مدل هوش مصنوعی قدرتمند به نام LaMDA استفاده می کند که آن را گوگل برای نخستین بار در مه ۲۰۲۱ معرفی کرد. فناوری این مدل مشابه چت جی پی تی است. به گفته گوگل، این فناوری به این شرکت کمک می کند ربات چت را در اختیار کاربران بیشتری قرار دهد و درباره کیفیت و دقت چت بات بازخورد بگیرد. گوگل و OpenAI هر دو در حال ساختن ربات های خود روی نرم افزار تولید متنی هستند که می تواند سبک های نامطلوب گفتاری در فضای آنلاین را تکرار کند. نیاز به کاهش نقص ها و این واقعیت که این نوع نرم افزارها را نمی توان به راحتی با اطلاعات جدید به روزرسانی کرد، امیدواری برای ساختن محصولات جدید قدرتمند روی این فناوری را با چالش مواجه می کند، از جمله چت بات ها که جست و جو در وب را دچار تغییرات بنیادین می کنند.

نکته قابل توجه این است که پیچای برای ادغام بارد در گوگل، برنامه ای را اعلام نکرد. در عوض، نمونه ای از کاربرد جدید و محتاطانه هوش مصنوعی را برای جست و جوی مرسوم نشان داد. گوگل به سؤالاتی که پاسخ واحد و توافق شده ندارند، پاسخی می دهد که منعکس کننده نظرات مختلف است. پیچای همچنین گفت که گوگل قصد دارد فناوری زیربنایی خود را از طریق یک API در دسترس توسعه دهندگان قرار دهد، اما جدول زمانی برای این کار ارائه نکرد. سم آلمن، مدیرعامل OpenAI، اندکی پس از سخنان مدیرعامل گوگل، عکسی از خود با ساتیا نادلا، مدیرعامل مایکروسافت در توئیتر منتشر کرد. چت جی پی تی که OpenAI نوامبر گذشته آن را راه اندازی کرد، در پاسخ به سؤالات پیچیده توانایی زیادی دارد و به نظر می رسد



شماره ۸۶
۳۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم



سفر یک مدیر مالی
از نیویورک به لندن

لونا اشمید در GV

← GV از شریک جدید و کهنه‌سرباز سیلیکون‌ولی، لونا اشمید در دفتر لندن استقبال می‌کند. در ترکیب با اعلام اینکه GV از سال ۲۰۱۴ بیش از ۵۰۰ میلیون دلار به صحنه استارت‌آپ‌های اروپایی تزریق کرده، دفتر این شرکت در لندن از لونا اشمید به‌عنوان شریک تجاری جدید خود استقبال خواهد کرد. لونا اشمید قبلاً در سافت‌بانک و مورگان استنلی در بخش‌هایی چون سهام خصوصی فعالیت داشته و یکی از چهره‌های مالی شناخته‌شده در حوزه سرمایه‌گذاری است.

← با داشتن مدرک مالی و تجارت بین‌الملل با مدرک تحصیلی در علوم کامپیوتر و ریاضیات از مدرسه کسب و کار معتبر استرن دانشگاه نیویورک، اینکه لونا از استارت‌آپ‌های مستعد در زمینه کامپیوتر حمایت کند، چندان دور از انتظار نیست.

← لونا می‌گوید: «بزرگ شدن با والدین مهاجری که به کانادا رفتند تا مدرک کارشناسی ارشد خود را در مهندسی برق و علوم کامپیوتر دنبال کنند، عشق من به فناوری را در سنین پایین برانگیخت و به من اهمیت کار سخت و اشتیاق را برای کاری که انجام می‌دهم آموخت. من این ارزش‌ها را برای بنیان‌گذارانی که امروز با آنها شریک هستم به ارمان می‌آورم.»

← GV که از سال ۲۰۱۴ به‌عنوان یک وی‌سی معتبر اروپایی فعالیت می‌کند در حال حاضر بیش از نیم میلیارد یورو در بیش از ۴۰ کسب‌وکار اکوسیستم‌های استارت‌آپی این قاره سرمایه‌گذاری کرده است. اگرچه مقر این وی‌سی در لندن است، اما در بخش‌هایی از خاورمیانه هم سرمایه‌گذاری‌هایی انجام داده است.



شماره ۸۶
۲۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم

نسل جدید، عادات جدید

نشش نکته کلیدی در مورد چگونگی تغییر عادات خرید نسل زد با رسانه‌های اجتماعی بر اساس مطالعه جدیدی از غول تجارت اجتماعی (LTK)

مطالعه جدیدی که توسط پلتفرم خرید سازندگان LTK تهیه شده، نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی چگونه نحوه خرید ما را تغییر می‌دهند. این مطالعه شامل یافته‌های یک نظرسنجی آنلاین از کار LTK با برندها، سازندگان، و خریداران است. این شرکت همچنین شش روند را برای نظارت در سال ۲۰۲۳ به اشتراک گذاشته است؛ از جمله افزایش محتوای ویدئویی کوتاه.

طبق مطالعه جدیدی که توسط پلتفرم خرید متمرکز بر خالق LTK انجام شده، رسانه‌های اجتماعی نحوه خرید ما را چه به صورت آنلاین و چه در فروشگاه‌ها تغییر می‌دهند. گزارش ماه‌انه آنوئی به نام «وضعیت خرید با هدایت سازندگان» نشان می‌دهد با توجه به اینکه نسل زد به طور فزاینده‌ای سلیقه خرید خود را از رسانه‌های اجتماعی وام می‌گیرد، محتوای ویدئویی نسبت به محتوای ثابت باعث رشد فروش بیشتر می‌شود و سازندگان و بازار با بان در حال متمایل شدن به این قالب هستند. LTK که در سال ۲۰۲۱ از «ریوارد استایل» به «لایک تونو ایت» تغییر نام داد، پلتفرمی است که کاربران در آن می‌توانند فید خرید شخصی خود را با دنبال کردن سازندگانی که محصولات را به آنها توصیه می‌کنند، بسازند.

مطالعه ۳۳ صفحه‌ای آن شامل یافته‌های یک نظرسنجی آنلاین در دسامبر ۲۰۲۲ از ۱۰۱۸ نفر در ایالات متحده است که LTK بر اساس نسل‌ها، درآمد خانوار و همچنین کار خود با برندها، سازندگان و خریداران در پلتفرم‌ش انجام داد و تجزیه و تحلیل کرد. آلی اندرسون، مدیر استراتژی و بینش مشارکت‌های برند LTK گفت که انتظار دارد سازندگان در تمام جنبه‌های جریان خرید مصرف‌کنندگان در سال جاری بر آنها تأثیر بگذارند. اندرسون گفت: «ریسمان بزرگ‌تری که با تمام این موضوعات بزرگ‌تر و قوی‌یافته شده، این است که سازندگان باید رکن و پایه‌ای برای برندها و خرده‌فروشان باشند و خواهند بود.»

در اینجا شش نکته کلیدی از گزارش LTK در سال ۲۰۲۳ آورده شده است.

۱. **محتوای ویدئویی کوتاه افزایش خواهد یافت**
محتوای ویدئویی به‌عنوان یک ابزار فروش از محتوای ثابت پیشی گرفته است. LTK متوجه شد که محتوای ویدئویی سه برابر رشد سال به سال محتوای ثابت در ارزش ناخالص کالا (معیاری از فروش کل) سهم داشته است. این نظرسنجی همچنین نشان داد که ۶۶ درصد از پاسخ‌دهندگان، تماشای ویدئو را به تماشای تصاویر ثابت ترجیح می‌دهند و ۵۷ درصد نیز ویدئوهای تأثیرگذار در رسانه‌های اجتماعی را تماشا می‌کنند. بازار با بان در پلتفرم LTK با توجه به فعالیت و همکاری برندها و سازندگان در کمپین‌های ویدئویی کوتاه مدت در سال ۲۰۲۲ نسبت به سال ۲۰۲۱، ۲۰ درصد ویدئوهای کوتاه متمایل شده‌اند.

۲. **برندها باید حضور نسل زد را در جایی که هستند، بپذیرند**

طبق این نظرسنجی، صد درصد نسل زد به صورت آنلاین خرید می‌کنند و ۷۹ درصد از این نسل از رسانه‌های اجتماعی از جمله تماشای سازندگان و محتوای آنها برای الهام، توصیه‌ها و معاملات برای خرید استفاده کرده‌اند. این نظرسنجی همچنین نشان داد که اینستاگرام برترین پلتفرم اجتماعی برای خرید است و پس از آن تیک‌تاک و یوتیوب قرار دارند.

اندرسون در مورد اینفلوئنسرهای نسل زد گفت: «برندها نباید به فکر کار با آنها به‌عنوان یک تاکتیک یک‌بارمصرف باشند. آنها باید به این فکر کنند که چگونه می‌توانند مطمئن شوند تأثیرگذاری آنها بر مشتریان تداوم دارد.»

۳. **مصرف‌کنندگان در فروشگاه‌ها توصیه‌های سازنده را می‌خرند**

اینفلوئنسرهای خریداران را مجاب می‌کنند تا توصیه‌های آنها را نه فقط آنلاین، بلکه در فروشگاه نیز خریداری کنند. ۴۲ درصد از پاسخ‌دهندگان میلیلیال و ۴۴ درصد از پاسخ‌دهندگان نسل زد گفتند که برای خرید محصولات

توصیه‌شده توسط سازندگان، به فروشگاه‌ها رفته‌اند. اندرسون گفت این نشان می‌دهد که سازندگان می‌توانند یک کانال بازاریابی کارآمد برای برندها باشند، زیرا پست‌های آنلاین آنها می‌تواند هم به خرید به‌صورت آنلاین و هم آفلاین منجر شود.

۴. **نسل‌های زد و میلیلیال می‌خواهند مانند اینفلوئنسرهای مورد علاقه خود در رسانه‌های اجتماعی خرید کنند**

نسل‌های زد و میلیلیال، تصاویر اینفلوئنسر، پس از آن تصاویر برند و سپس تصاویر تولیدشده توسط کاربر را به‌عنوان قانع‌کننده‌ترین تصاویر هنگام تصمیم‌گیری خرید رتبه‌بندی کردند. اندرسون گفت ما شاهد تأکید بیشتری بر محتوای تأثیرگذار در کانال‌های رسانه‌های اجتماعی برندها و همچنین در تبلیغات واقعی و علائم فروشگاه‌ها خواهیم بود.

۵. **نسل‌های زد و میلیلیال به کسب اطلاعات محصول از سازندگان اعتماد دارند**

بر اساس این نظرسنجی، نسل‌های زد و میلیلیال برای جست‌وجوی اطلاعات محصول یا توصیه‌ها، تیک‌تاک و اینستاگرام را بالاتر از وبسایت‌های برند قرار می‌دهند. این بدان معناست که برندها باید بفهمند چگونه محصولات خود را از طریق اینفلوئنسر عرضه کنند تا به آن مخاطبان جوان‌تر دسترسی پیدا کنند.

۶. **برندها و خرده‌فروشان برای اطلاع از تصمیمات بازاریابی کلی خود به داده‌های سازنده تکیه خواهند کرد**

داده‌های سازنده بر تصمیمات برندها از انتخاب محصول، خرید موجودی، اندازه‌گیری احساسات بلندمدت مصرف‌کننده و... تأثیر می‌گذارند. به این ترتیب، LTK گفت که برندها از طریق داده‌های محصول، گزارش‌های روند، گزارش‌های تأثیر نام تجاری، داده‌های سازنده را با دقت بیشتری دنبال خواهند کرد.



درباره یک شبکه اجتماعی در لتونی

اف ۳؛ یک شبکه اجتماعی برای نسل زد

اف ۳ یک شبکه اجتماعی مستقر در کشور لتونی و مخصوص نسل زد است. این شبکه مخصوص کاربران نسل زد طراحی شده و به آنها اجازه می‌دهد عکس‌ها، ویدئوها و متن‌های خود را برای یکدیگر ارسال و سپس پاسخ رادر قالبی سفارشی شده دریافت کنند. شرکت سازنده اف ۳ آن را راهی برای «پیدا کردن دوستان جدید» از طریق چت توصیف می‌کند. با این حال این شرکت تدابیری برای جلوگیری از سوءاستفاده و دیگر اثرات منفی ناشی از شبکه‌های اجتماعی اندیشیده است؛ بدین صورت که این سیستم نه تنها به صورت خودکار بر محتوا نظارت می‌کند، بلکه قدرت تشخیص عکس و ویدئو، فیلترهای متن برای جلوگیری از ارسال ناسزا و امکان گزارش یا مسدود کردن کاربران را دارد. تیم پشتیبان اف ۳ قبلاً شبکه اجتماعی دیگری تحت عنوان

«اسک.افام» تأسیس کرده بودند که مبتنی بر پرسش و پاسخ بود و بیش از ۱۵۰ میلیون کاربر داشت که ۸۵ درصد آنها کمتر از ۲۵ سال داشتند. ایلجا تربیتز، مدیرعامل و یکی از بنیان‌گذاران اف ۳ می‌گوید: «ما شاهد هستیم که کاربران مان حلقه‌های دوستانه منحصر به فردی در این برنامه ایجاد کرده‌اند. بسیاری از دوستی‌هایی که دارند در اف ۳ شکل گرفته و قبل از ورود به این شبکه اجتماعی، همدیگر را ملاقات نکرده‌اند. این مورد تأیید می‌کند که نسل زد نیازمند شکل دیگری از شبکه‌های اجتماعی است؛ شبکه‌ای که بتواند در آن مثل دنیای واقعی با هم معاشرت کنند و دوستان جدیدی بیابند.» تربیتز می‌افزاید: «از زمان راه‌اندازی اف ۳ در سال ۲۰۱۸، بیش از ۲۵ میلیون کاربر جذب آن شده‌اند و هر روز ده‌ها هزار عضو جدید به آن می‌پیوندند.»



کتاب‌های انتشارات راه پرداخت درباره هوش مصنوعی



انتشارات راه پرداخت



شماره ۸۶
پهمن ۱۴۰۱
سال دوم



درباره زلف که در لتونی پا گرفته است

یک استارت‌آپ فین تکی برای نسل زد

بیش از ۱۰۰ کشور دارد و ادعا می‌کند هر ماه تعداد کاربرانش ۷۰ درصد رشد می‌کند. الیوت گویخمن، بنیان‌گذار و مدیرعامل زلف می‌گوید: «ما مطمئن هستیم که مدل کسب‌وکاری ما برای حذف اپلیکیشن‌های دست‌وپاگیر بانکی، همچنین کارت‌های پلاستیکی فیزیکی موفقیت‌آمیز بود. تمرکز ما روی نسلی است که از این امور فراری هستند؛ پس معتقدیم که استراتژی ما یک استراتژی برنده خواهد بود.»

زلف اخیراً موفق به جذب دو میلیون دلار سرمایه در اولین دور تأمین مالی خود شده است. گویخمن می‌گوید که قصد دارد از این سرمایه جهت تقویت و رشد بیشتر نئوبانک زلف و گسترش جغرافیایی آن استفاده کند. بنیان‌گذار زلف می‌خواهد پای خود را به اسپانیا، آلمان، لهستان، ایتالیا، بریتانیا و حتی ایالات متحده باز کند و خدمات خود را به نسل زد‌های این کشورها ارائه دهد.

زلف (ZELF) یک استارت‌آپ فین تکی مستقر در لتونی است که برای نسل زد طراحی شده و در واقع یک نئوبانک پیام‌رسان است که گزارش خدمات مالی را مستقیماً به پیام‌رسان‌هایی چون فیس‌بوک مسنجر، واتس‌آپ، تلگرام و وایبر ارسال می‌کند.

زلف مدعی است دریافت مستترکارت مجازی و باز کردن حساب IBAN در این نئوبانک کمتر از ۳۰ ثانیه زمان می‌برد. به علاوه پس از صدور کارت، کاربر نسل زد می‌تواند از طریق پیام‌رسان دلخواه خود وجه را ارسال و دریافت کند. جالب اینجاست که در این برنامه کاربر کارهای بانکی خود را با استفاده از پیام صوتی انجام می‌دهد و به عبارت دیگر، نئوبانک زلف از یک سیستم کنترل صوتی مبتنی بر هوش مصنوعی استفاده می‌کند.

زلف در سال ۲۰۱۹ در شهر ریگا واقع در کشور لتونی تأسیس شد. این نئوبانک اکنون بیش از نیم میلیون کاربر نسل زد



به نظرمی رسد حس
همدلی در گوگل تضعیف
شده

تمسخر مدیرعامل توسط کارمندان

گوگل در حال عبور از دوره‌ای بحرانی است که در این دوره حمایت کارمندان خود را نیز تا حدود زیادی از دست داده است. کارمندانی که محصولات جدید و اشتباهات شرکت را به سخره می‌گیرند. آیا این موضوع نشان‌دهنده کاهش همدلی است؟ ممکن است این اتفاق به خاطر اخراج‌های گسترده این شرکت روی داده باشد؟

طبق گزارش‌ها، کارکنان گوگل شرکت خود و مدیرعامل آن را به دنبال اعلام حضور «بارد»، ریاست چت هوش مصنوعی آینده‌گول فناوری و رقیب چت جی‌پی‌تی مسخره می‌کنند. طبق گزارشی گفته می‌شود که کارمندان از تولیدکننده میم داخلی گوگل که معمولاً به آن میم جن گفته می‌شود، برای شوخی کردن با مدیرعامل، ساندار پیچای و انتقاد از رویداد پیش‌نمایش با عنوان عجله‌ای و نادرست استفاده می‌کنند. یکی از میم‌های معروف که شامل تصویر پیچای بود، این پیام را می‌رساند: «ساندار عزیز، اخراج‌ها و افتتاح بارد عجولانه، ناموفق بود. لطفاً به یک چشم‌انداز بلندمدت بازگردید.»

الگوی مورد تمسخر دیگری که مشاهده شد، این بود که چگونه اخراج‌های اعلام‌شده در ماه گذشته به افزایش مختصری در قیمت سهام این شرکت به میزان ۳ درصد منجر شد، اما ارائه بارد که نشان داد چت‌بات یک پاسخ نادرست داده، سهام را حداقل ۹ درصد در همین هفته کاهش داد. یکی از سخنگویان گوگل گفت: «این اهمیت یک فرایند آزمایشی دقیق را نشان می‌دهد؛ چیزی که این هفته با برنامه آزمایش‌کننده معتمد خود شروع می‌کنیم. ما بازخورد خارجی را با آزمایش داخلی خود ترکیب می‌کنیم تا مطمئن شویم پاسخ‌های بارد از کیفیت، ایمنی و پایه اطلاعات واقعی برخوردار است.» حداقل یکی از مهندسان سابق پس از رویداد بارد در توئیتر ادعا کرده است که کارفرمای سابق او چشم‌اندازهای هوش مصنوعی را جدی نمی‌گیرد، زیرا آنها آن را در کنار سایر محصولات در رویدادی که حتی در محوطه اصلی گوگل برگزار نشد، اعلام کردند.



KARANG



شماره ۸۶
۲۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم



فرار از مسئولیت در سلیکون ولی

کارمندان اخراج شده هزینه تصمیمات اشتباه مدیران عامل شرکت‌های بزرگ را می‌پردازند

ضعیف برخی از بزرگ‌ترین شرکت‌های جهان اخراج شوند. **مدیران عامل اشتباه کردند، کارمندان هزینه دادند**

تقریباً همه شرکت‌های فناوری در اعلامیه‌های اخراج خود، تقصیر کاهش نیرو را به گردن اقتصاد انداختند. ظاهراً به دلیل مشکلات زنجیره تأمین، تورم و افزایش بهره‌وری و عدم اطمینان اقتصادی، کاهش تولید در آمازون ضروری بود. مدیرعامل سلزفوس، مارک بنیوف دلیل کاهش ۱۰ درصدی تعداد کارکنان شرکت را رکود اقتصادی که اکنون با آن مواجه هستیم، ذکر کرد و «ورک‌دی» ۳ درصد از نیروی کار خود را به دلیل محیط اقتصادی جهانی که برای شرکت‌ها در هر اندازه چالش برانگیز است، اخراج کرد. دن شولمن، مدیر عامل پی‌پال تصمیم شرکتش را برای اخراج دو هزار کارمند، به دلیل محیط اقتصادی کلان چالش برانگیز عنوان کرد.

اما در بسیاری از موارد منبع واقعی نگرانی در این شرکت‌ها به تصمیمات سرسختانه مدیران عامل بازمی‌گردد؛ چه مارک زاکربرگ در شرکتی که قبلاً به نام فیس‌بوک شناخته می‌شد و مجوز استخدام بیش از حد در زمان همه‌گیری را صادر کرد و قبل از اینکه مجبور شود ۱۱ هزار شغل را کاهش دهد، میلیاردها دلار در متاورس سرمایه‌گذاری کرد، چه تویی لوتکه در شایفای که هزار نفر را به دلیل شترپنبندی

از اقدامات اشتباه او دقیقاً بر دوش ۱۲ هزار کارمندی است که رها شدند؛ کارمندانی که از طریق ایمیل از کار اخراج شدند، شامل چندین کارمند با عملکرد بالا و کارمندان قدیمی بود، مانند مهندسی که ۲۰ سال در شرکت بود و اخراج ناگهانی‌اش را به سبلی‌ای به صورتش تشبیه کرد. این نوع فرار از مسئولیت در سلیکون ولی بیداد می‌کند. مدیران عامل شرکت‌هایی مانند آمازون، مایکروسافت، سلزفوس و متا، شرکت‌های خود را در مسیری ناپایدار قرار می‌دهند و با فرض اینکه رونق فناوری ناشی از همه‌گیری یک امر عادی است، سرمایه‌گذاری‌های احقانه جدیدی می‌کنند. اکنون که این انتظارات از بین رفته، کارکنان معمولی بار این تصمیمات بدرا متحمل می‌شوند، در حالی که مدیرانی که بیشترین مسئولیت را در این آشفتگی‌ها دارند، با عواقبی کم یا بدون معنا مواجه هستند.

به نظرمی رسد هر مدیر اجرایی که در تصمیم‌گیری‌هایی که در نهایت به اخراج صدها یا هزاران نیرو منجر شده، شریک است، باید کسی باشد که همراه با آنها از شرکت خارج می‌شود. قاعدتاً پیچای و دیگر مدیران عامل فناوری نباید ۲۸۰ میلیون دلار یا حتی یک میلیون دلار در سال درآمد داشته باشند، بلکه باید به دلیل مدیریت

ساندار پیچای، مدیرعامل شرکت آلفابت، در تلاشی برای توضیح دلیل اخراج ۱۲ هزار کارمند شرکت گفت که مدیران پس از بررسی دقیق ساختار و سازمان داخلی گوگل، تصمیم به کاهش کارمندان گرفتند. پیچای مطرح کرد که شرکت برای یک واقعیت اقتصادی متفاوت از واقعیتی که با آن روبه‌رو است، شروع به استخدام کرد و اخراج کارکنان برای ادامه کار گوگل در آینده ضروری بود.

پیچای در حالی که در سال ۲۰۱۹، ۲۸۰ میلیون دلار غرامت دریافت کرد، گفت مسئولیت کامل تصمیماتی که آلفابت را به اینجا رسانده، بر عهده گرفته است. او نتوانست این انتخاب‌ها را روشن کند و اشاره‌ای نکرد که گوگل در طول دوران ریاستش به دلیل میلیاردها دلار جریمه‌های ضد انحصار ضربه خورده و با وجود اینکه شرکت برای اولین بار در زمینه هوش مصنوعی اقدام کرده، از چت جی‌پی‌تی Open AI عقب مانده و محصول جست‌وجو به‌عنوان

هسته اصلی کسب‌وکارش به‌طور پیوسته بدتر می‌شود. اگرچه پیچای بعداً در تالار شهر گفت که همه نقش‌های بالاتر از سطح معاون ارشد از جمله نقش خود او، شاهد کاهش بسیار قابل توجهی در پاداش سالانه خواهند بود، به نظر می‌رسد که اکثریت قریب به اتفاق درد و ضربات ناشی



ترانه احمد دوست
taraneh-ahmaddoust@yahoo.com





یکی از راهکارهای اساسی کاهش هزینه‌ها در شرکت‌های بزرگ، کاهش دستمزد و پاداش مدیران بود

سال سخت مدیران عامل

تغییر دو میلیون دلار باقی ماند و او ۲۳ میلیون دلار به‌عنوان پاداش متغیر سالانه دریافت کرد که نسبت به ۳۳ میلیون دلار در سال قبل کاهش داشته است. این کاهش زمانی اتفاق افتاد که بانک در مقابل جریان‌های معکوس اقتصادی دست‌وپنجه نرم کرد و ۶/۵ درصد از نیروی کار جهانی خود را اخراج کرد.

← جیمز گورمن، مدیرعامل مورگان استنلی

جیمز گورمن، مدیرعامل مورگان استنلی نیز در سال ۲۰۲۲ شاهد کاهش ۱۰ درصدی دستمزد بود و در مجموع ۳۱/۵ میلیون دلار به‌خانه برد. به گزارش بلومبرگ، این گول مالی گفته است: «این کاهش در پاسخ به یک محیط اقتصادی و بازار چالش‌برانگیز است که به اندازه رکورد مالی سال قبل شرکت، قوی نبود.»

این شرکت ۲ درصد از نیروی کار جهانی خود را در سال ۲۰۲۲ اخراج کرد که معادل ۸۱ هزار نفر بود.

← جیمی دیمون، مدیرعامل جی‌پی مورگان

اگرچه جیمی دیمون، مدیرعامل جی‌پی مورگان در سال ۲۰۲۲ همان حقوق ۳۴/۵ میلیون دلاری را دریافت کرد که در سال ۲۰۲۱ می‌گرفت، اما سال گذشته تفاوت قابل توجهی را نشان داد، زیرا دیگر پاداش‌های میلیون‌ها دلاری شامل حالش نمی‌شد.

در یک پرونده SEC در ژانویه، هیئت‌مدیره جی‌پی مورگان نوشت که متعهد است در آینده هیچ پاداش خاصی به او اعطا نکنند. به گفته مارکت واچ، این تلاش به دنبال اعتراض به دستمزد ۸۴/۴ میلیون دلاری او در سال ۲۰۲۱ بود که ۵۲/۶ میلیون دلار آن از پاداش‌ها به دست آمده بود.

ماجرای رکود اقتصادی در سال ۲۰۲۳ تغییرات بسیاری را در شرکت‌های کوچک و بزرگ رقم زده است. به بهانه رکودی که قرار است رخ دهد، هزاران کارمند اخراج شده‌اند، صرفه‌جویی‌های گسترده در دستور کار قرار گرفته‌اند و بر افزایش بهره‌وری تأکید بسیار شده است. با این همه کاهش دستمزد و پاداش‌های میلیون‌دلاری مدیران عامل این شرکت‌ها نیز در دستور کار قرار گرفته تا شاید بخشی از فشار اقتصادی‌ای را که این شرکت‌ها تحمل می‌کنند، کاهش دهد. در ادامه به برخی شرکت‌ها و مدیران عامل و تغییراتی که در حقوق و دستمزد آنها رخ داده، خواهیم پرداخت.

← پت گل‌سینگر، مدیرعامل اینتل

اینتل در یکم فوریه اعلام کرد که پت گل‌سینگر، مدیرعامل شرکت در سال جاری ۲۵ درصد کاهش حقوق را اعمال خواهد کرد. این بخشی از تلاش برای کاهش هزینه‌های شرکت است. گل‌سینگر با سایر مدیران ارشد شرکت همراه خواهد شد که شاهد کاهش حقوق بین ۵ تا ۱۵ درصد هستند.

یکی از سخن‌گویان اینتل گفت: «این تغییرات برای تأثیرگذاری بیشتر بر جمعیت اجرایی ما طراحی شده‌اند و به حمایت از سرمایه‌گذاری‌ها و نیروی کار کلی مورد نیاز برای تسریع تحولات و دستیابی به استراتژی بلندمدت‌مان کمک می‌کنند.»

← دیوید سولومون، مدیرعامل گلدمن ساکس

مدیرعامل گلدمن ساکس، دیوید سولومون شاهد کاهش ۳۰ درصدی حقوق در سال ۲۰۲۲ بود، یعنی حقوق خود را به ۲۵ میلیون دلار رساند.

طبق یک پرونده در SEC، حقوق پایه او بدون

یا حتی غیرعادی نیست. کورپریت آمریکا متعهد شده است که نسبت به مدیر اجرایی متعال وفادار باشد و ماتریس ارزیابی کاملاً متفاوتی را نسبت به سایر کارمندان برای مدیران اجرایی اعمال کند. به دلیل چابک‌سازی برای قدرتمندترین فرد در شرکت، شرکت‌ها مسیر خود را مشکل‌دار می‌کنند تا به هر طریقی غیر از کاهش حقوق یا اخراج مسئول‌ترین و گران‌ترین کارمندان یعنی مدیرعامل، در پول خود صرفه‌جویی کنند. دستمزد مدیران عامل از سال ۱۹۷۸ تا ۲۰۲۱ به میزان ۱۴۶۰ درصد افزایش یافته است. نسبت متوسط دستمزد کارکنان به دستمزد مدیرعامل از ۲۰ به ۱ در سال ۱۹۶۵ به ۳۹۹ به ۱ در سال ۲۰۲۱ افزایش یافت. به نظر نمی‌رسد این افزایش سرسام‌آور حقوق، کیفیت کار مدیران عامل را در مشاغل خود بهتر کرده باشد. زمانی که مدیران ارشد رکود اقتصادی را پیش‌بینی می‌کنند، شرکت‌ها را رها می‌کنند و همیشه با کارکنان به‌عنوان نیروی یک بار مصرف برخورد می‌کنند، استدلال تحلیلگران این است که این بسته‌های دستمزد سرسام‌آور چندان قابل توجیه نیستند.

◀ تمرکز مدیران عامل باید روی رشد پایدار باشد

وقتی مدیران بلندپایه اشتباهی جدی مرتکب می‌شوند، تقریباً همیشه از این موهبت بهره‌مند می‌شوند که با ایجاد شک و تردید از بار مسئولیت خود بکاهند. مدیران اجرایی مدرن فاقد هرگونه مسئولیت‌پذیری یا نظارت واقعی هستند و فقط گهگاه به هیئت‌های معمولاً انعطاف‌پذیر گزارش می‌دهند. آنها تا حد زیادی از عواقب اعمال خود، حتی اگر عملکرد ضعیفی داشته باشند، مصون هستند. اگر هر نوع کارمند دیگری با اتخاذ مجموعه‌ای از تصمیمات به کاهش دورقمی سودآوری منجر می‌شود، تهدید به اخراج یا اخراج می‌شود. در عوض مدیران عامل فناوری تبعات سخت تصمیمات خود را بر دوش افرادی گذاشته‌اند که در بسیاری از موارد در نقش خود به‌خوبی عمل کرده‌اند. در حالی که بسیاری از کارمندان در حوزه فناوری و جاهای دیگر بسته‌های سخاوتمندانه جدایی / اخراج دریافت کرده‌اند، این بسته‌ها در مقایسه با حقوقی که مدیران ناموفق دریافت کرده‌اند، ارزش چندانی ندارد. به‌عنوان مثال شرکت کرایه اتومبیل «هترز» را در نظر بگیرید که در سال ۲۰۲۰ با اعلام ورشکستگی ۱۰ هزار نفر را اخراج کرد، در حالی که ۱۶ میلیون دلار پاداش به مدیران خود پرداخت می‌کرد.

اگر از مدیران عامل انتظار می‌رود و به آنها پول می‌دهند تا یک نیمه‌دانی کل در رأس یک سازمان باشند، باید از آنها انتظار داشت که این وزنه را تحمل کنند و در هنگام به‌هم‌ریختگی اوضاع، بهای قابل توجهی بپردازند. در برخی مواقع رئیس اجرایی باید به اندازه افرادی که استخدام می‌کند، پاسخگو باشد. هیچ دلیلی وجود ندارد که اعضای یک سازمان با بهترین رفتار و بالاترین درآمد کمتر مورد بررسی قرار گیرند، مگر اینکه شرکت واقعاً به کارآمدی اهمیتی ندهد.

اگر شرکت‌ها نسبت به اخراج مدیران ارشد احتیاط می‌کنند، پس خوب است کار مدیران عامل مدرن را نیز اصلاح کنند. این مدیران ارشد به جای اینکه با حقوق‌های سرسام‌آور، شرکت را با معافیت نسبی اداره کنند، باید بر مدیریت و اجرای واقعی تمرکز کنند تا شرکت‌های خود را به طور پایدار رشد دهند. مدیران عامل به‌جای تمرکز بر روابط کوتاه‌مدت با سرمایه‌گذاران و تمجیدهای عمومی، لازم است برای مدیریت شرکت‌های خود وقت بیشتری بگذارند و به بهبود محصولاتی که ایجاد می‌کنند، کمک کنند.

مشکل اساسی با کورپریت آمریکا این است که دیگر معنایی ندارد. مدیرعامل قدرتمندترین و تأثیرگذارترین فرد در شرکت، اکنون چهره‌ای است که تمام مزایای موفقیت یک شرکت را دریافت می‌کند، بدون اینکه هیچ‌یک از شکست‌های آن، او را به خطر بیندازد.

روی آینده تجارت الکترونیکی که آنچنان پازدهی نداشت، اخراج کرد. در حالی که بسیاری از این شرکت‌ها اشتباهات استراتژیک جدی مرتکب شده‌اند، اخراج کارکنان این مشکلات را حل نمی‌کند. کاهش کارمندان به‌طور ناگهانی شرکت‌ها را بهره‌ورتر نمی‌کند یا محصولاتشان را بهبود نمی‌بخشد. بسیاری از این گول‌های فناوری هنوز به طرز چشم‌گیری سودآور هستند و این موضوع باعث می‌شود آوردن دلیل شرایط اقتصادی برای اخراج‌ها مشکوک باشد. سود مایکروسافت در سه‌ماهه آخر سال ۲۰۲۲ نسبت به سه‌ماهه مشابه در سال ۲۰۲۱، ۱۲ درصد کاهش یافت، اما همچنان به ۱۶/۴ میلیارد دلار رسید. آمازون در سه‌ماهه اخیر سودی معادل ۲/۸ میلیارد دلار گزارش کرد که کمتر از بیشترین میزان خرید اینترنتی در همه‌گیری بود، اما با میانگین تاریخی آن مطابقت داشت. آمازون همچنان ۱۸ هزار کارمند را اخراج کرد.

به نظر می‌رسد زمانی که سودها یا حتی سودهای آینده پیش‌بینی شده‌اندکی کاهش پیدا کرد، دلیلی باید ارائه می‌شد و مسئولیت مطمئناً بر دوش مدیران اجرایی قرار نمی‌گرفت. زمانی که یک شرکت تصمیم گرفت هزاران نفر را اخراج کند، پیروی از این روش برای سایر شرکت‌ها از نظر بصری قابل توجیه بود؛ راهی طبیعی برای اینکه با وجود هزینه‌های وحشتناک و گسترده آن برای کارمندان، مدیرعامل منضبط یا مسئول به نظر برسد.

◀ اخراج‌ها و کاهش سود و نوآوری

در حالی که ممکن است اخراج‌ها از شهرت مدیرعامل محافظت کند یا سرمایه‌گذاران را آرام کند، برای کارمندان، حتی کارکنان فناوری با دستمزد خوب بسیار مضر است. افرادی که اخراج می‌شوند با آسیب‌های شغلی طولانی‌مدت و آسیب به سلامت روانی و جسمی خود مواجه می‌شوند. ناگفته نماند که اخراج کارکنان ارزش مشکوکی برای شرکت دارد. مطالعات نشان داده‌اند که اخراج‌ها یک ارزش منفی خالص برای بهره‌وری است، نوآوری را سرکوب می‌کند و می‌تواند به کاهش طولانی‌مدت سود منجر شود. مطالعات همچنین حاکی از آن است که اخراج، زندگی را برای کارکنانی که رها نشده‌اند سخت‌تر می‌کند، به‌ویژه که بسیاری از این شرکت‌ها مزایا و سایر خدماتی را که می‌توانند به سایر کارکنان بدهند نیز کاهش می‌دهند. با توجه به جنبه‌های منفی انسانی و تجاری اخراج، اولویت اصلی یک مدیرعامل باید اجتناب از این کار به هر قیمتی باشد.

برخی شرکت‌ها موفق به انجام این کار شده‌اند. اپل با کاهش ۴۰ درصدی دستمزد تیم کوک به ۴۹ میلیون دلار تاحدودی بدون اخراج هزینه‌ها را کاهش داده است. در حالی که نمی‌توان لزوماً یک شرکت را به خاطر پرداخت فقط ۵۰ میلیون دلار به یک مدیرعامل تحسین کرد، اما در مورد مدیر اجرایی که مایل است قبل از رهاکردن کارمندان، دستمزد خود را کاهش دهد، چیزی می‌توان گفت. به‌طور مشابه، مدیرعامل سازنده تراشه اینتل، دستمزد خود را ۲۵ درصد کاهش داد و دستمزد تیم اجرایی خود را ۱۵ درصد کاهش داد تا از اخراج گسترده کارکنان جلوگیری کند. برای شرکت‌هایی که به کاهش مشاغل روی آورده‌اند، تقصیر مستقیماً بر دوش مدیران عامل آنهاست. به‌عنوان تنها فرد مسئول، آنها مسئول قضاوت نادرست در مورد اقتصاد کلان، انجام سرمایه‌گذاری‌های وحشتناک و سپس همراهی با صنعت در تلاشی کوتاه‌بینانه برای راضی کردن وال‌استریت هستند. با این حال، با وجود کاهش اندک حقوق، هیچ‌یک از آنها با عواقب واقعی مواجه نشده‌اند. مدیران عامل با تمرکز بر عدم اطمینان اقتصادی گسترده‌تر به جای اعتراف به کاهش هزینه‌ها به دلیل سوءمدیریت اجرایی، می‌توانند شهرت خود را حفظ کنند و در عین حال از سرزنش شدن چشم‌پوشی کنند.

◀ با وجود قدرت زیاد، هیچ مسئولیتی وجود ندارد

سرزنش شرکت‌های فناوری و مدیران اجرایی آنها بی‌سابقه



شماره ۸۶
پهمن ۱۴۰۱
سال دوم





تأثیرات رکود بر غول
خرده فروش

سود بدتر از حد
انتظار آمازون

← آمازون سودی بدتر از حد انتظار را گزارش داد، اما درآمد آن بیشتر از انتظارات ناشی از فروش در مشاغل آمریکای شمالی و واحد رایانش ابری AWS بود. آمازون گفت ۳۰۰ میلیون دلار سود یا سه سنت به ازای هر سهم کسب کرده که کمتر از ۲/۰۳ میلیارد دلاری است که تحلیلگران مورد نظر انتظار داشتند. این شرکت گفته که سود آن با کاهش ۲/۳ میلیارد دلاری ارزش سرمایه‌گذاری سهام خود در استارت‌آپ خودروهای الکتریکی «ریویان اتوموتیو» کاهش یافته است.



← سود سه ماهه چهارم این شرکت نشان دهنده کاهش قابل توجهی نسبت به ۱۴/۳ میلیارد دلاری است که در مدت مشابه در سال ۲۰۲۱ ثبت کرده بود؛ زمانی که این شرکت نزدیک به ۱۲ میلیارد دلار از سرمایه‌گذاری خود در ریویان اتوموتیو سود می‌کرد. آمازون اعلام کرد که درآمد کلی آن با ۹ درصد افزایش به ۱۴۹/۲ میلیارد دلار رسیده که بالاتر از انتظار ۱۴۵/۷ میلیارد دلاری تحلیلگران است.



شماره ۸۶
۲۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم

← این شرکت در سال ۲۰۲۲ تقریباً نیمی از ارزش خود را در میان فروش گسترده‌تر سهام فناوری مرتبط با افزایش تورم، نرخ بهره و نگرانی‌ها در مورد اقتصاد گسترده‌تر از دست داد. آمازون در چند ماه گذشته در بحبوحه افزایش نگرانی‌ها در مورد اینکه آیا ایالات متحده وارد رکود خواهد شد یا خیر، با حذف بخش‌های خاصی از کسب‌وکار خود و اخراج کارگزارانش هزینه‌هایش را کاهش داد.

← در ماه‌های اخیر خریداران در بحبوحه تورم بالا و نگرانی‌ها در مورد وضعیت اقتصادی، هزینه‌های خود را کاهش داده‌اند. آمازون به همراه سایر خرده‌فروشان برای جذب خریداران حساس به بودجه، در ماه اکتبر شروع به ارائه فروش مخصوص تعطیلات کرد. این شرکت در ماه نوامبر گفت که بزرگ‌ترین دوره خرید مختص به تعطیلات شکرگزاری خود را داشته است.



فرصت‌های هیجان‌انگیز اقتصاد راکد

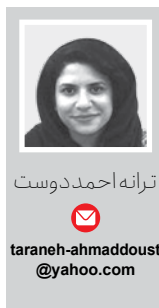
چهار روند روبه‌رشد فناوری در صنعت خرده‌فروشی که در سال ۲۰۲۳ بر آسیا مسلط خواهد شد

گرفته تا ویدئوهایی که افراد به صورت دیجیتالی در آنها تغییر چهره می‌دهند تا پلتفرم چت جی‌پی‌تی Open AI می‌کند.

جهان در حال بازنویسی صنعت خرده‌فروشی است. پس از چند سال پرفراز و نشیب، صنعت با تغییرات هیجان‌انگیز و نوآوری‌های دیجیتالی، از حالت اصلاح و ترمیم به سمت دگردیسی حرکت می‌کند. با وجود صحبت‌ها در مورد احیای خیابان‌های تجاری، رفتارهای مصرف‌کننده از آفلاین به آنلاین، تغییر و کانال‌های ارتباطی را ناکارآمد کرده است. خرده‌فروشان اکنون از هوش مصنوعی و سایر فناوری‌های پیشرفته برای ساده‌سازی عملیات و بهبود کارایی استفاده می‌کنند.

توجه را به پتانسیل مولد بودن هوش مصنوعی جلب می‌کند. این شکل عمیق از یادگیری ماشین، از پردازش زبان برای ایجاد محتوای «اصلی» که از مجموعه داده‌های بزرگ و تعامل کاربر استخراج می‌شود، استفاده می‌کند. هوش مصنوعی مولد که در زمینه‌های مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد، توسط خرده‌فروشان برای تعدادی از برنامه‌ها از کپی‌نویسی و تولید محتوا گرفته تا رندرهای محصول و حتی توصیه‌های شخصی‌شده استفاده می‌شود. این فناوری به اتوماسیون بسیاری از فرایندهای دستی کمک کرده و وظایفی را که نیاز به

یکی از کاربردی‌ترین موارد استفاده در تولید محتوا و ترجمه است. همان‌طور که در ظهور تجارت الکترونیک فرامرزی، خرده‌فروشان به بازارهای جدید گسترش می‌یابند، برندها باید هر جنبه از تجارت، به‌ویژه ویرتین فروشگاه و محتوای خود را متناسب با کشور مقصد، بومی‌سازی کنند. مصرف‌کنندگان میل به تجربه شخصی دارند. سه چهارم خریداران ترجیح می‌دهند از وب‌سایت‌هایی به زبان مادری خود خرید کنند و ۶۰ درصد از



ترانه احمد دوست
taraneh-ahmaddoust@yahoo.com

وب‌سایت‌های فقط انگلیسی به‌ندرت خرید می‌کنند یا هرگز این کار را انجام نمی‌دهند. محتوا به‌ویژه در قالب

۱. هوش مصنوعی؛ مولدی برای گسترش کسب‌وکارها
فناوری مبتنی بر هوش مصنوعی مدت زیادی است که جریان جدیدی ایجاد کرده است. از اینفلوئنسرهای بدلی

از «آلیکس پارتنرز» می‌گوید: «مردم دسته‌جمعی از شهرها به حومه شهرها مهاجرت کردند. خرده‌فروشان بزرگ نیز به همه این موارد توجه زیادی داشتند و شروع به تصمیم‌گیری در مورد این روند کردند. حالا بر اساس محل تجمع مصرف‌کنندگان، اجاره‌نامه‌های جدید امضا می‌کنند.»

کریس ویت از مؤسسه جی‌پی‌بی مورگان چیس نیز می‌گوید: «در حالی که می‌دانیم مردم در آن روزهای اولیه بسیار جابه‌جا شدند، فکر می‌کنم آنچه کمتر روشن بوده این است که از آن زمان چه اتفاقی افتاده و چگونه می‌توانیم تداوم برخی از این تغییرات را درک کنیم.»

گزارش جدیدی از مؤسسه «جی‌پی‌بی مورگان چیس» نشان می‌دهد که خرده‌فروشی در حال پیگیری مشتریان در جایی است که بسیاری از آنها کار یا زندگی می‌کنند. در اوایل همه‌گیری تعداد زیادی فروشگاه و رستوران، به‌ویژه در شهرهای بزرگ بسته شدند. برای بسیاری از آن فروشگاه‌ها، این تعطیلی دائمی بود. طبق گزارش جدید مؤسسه جی‌پی‌بی مورگان چیس، خرده‌فروشی در برخی مکان‌ها بسیار بیشتر از سایر نقاط، مخصوصاً در شهرهای کوچک‌تر و حومه‌ها بهبود یافته است. یک علت این است که بسیاری از مردم در اوایل همه‌گیری به این قسمت‌ها کوچ کردند. سونیا لاپینسکی

خرده‌فروشی در شهرهای کوچک‌تر و حومه شهرها جان می‌گیرد

شهرهای بزرگ
از رونق افتاده‌اند؟



ارائه دهندگان خدمات تجارت الکترونیک به کمک کسب و کارها می آیند

آینده و رشد برندهای D2C

به کارش در سال ۲۰۱۷ با «هوبو» - ارائه دهنده انجام خدمات تجارت الکترونیک - شریک شد و از نحوه مدیریت همه گیری خرسند بود. هاردز، هم بنیان گذار مووینگ بینز می گوید: «در آن شرایط ارائه دهنده خدمات ما، هوبو حتی در آن همه هرج و مرج و وحشت توانست به خوبی از پس آن برآید.» مارتین بایش، یکی از بنیان گذاران هوبو می گوید: «اغلب وقتی یک شرکت به سرعت رشد می کند، به راحتی می تواند با عملیات مربوط به انبارداری، تدارکات و بازاریابی یا آزمایش رویکردهای مختلف مانند افزودن کانال های فروش یا گسترش به مناطق جدید درگیر شود.» در حالی که شرکت های تأمین سنتی تنها می توانند تعداد انگشت شماری از مشتریان جدید را در سال جذب کنند و آنها را تشویق می کند تا متحصراً روی بالاترین سطح بازار تمرکز کنند. مشاغل مبتنی بر فناوری مانند هوبو می توانند هر ماه بیش از ۱۰۰ مشتری، یعنی برندهای D2C در همه اندازه ها از استارت آپ های تازه بنیاد گرفته تا شرکت های تأسیس شده، جذب کند. هاردز اضافه می کند داشتن یک ارائه دهنده خدمات که از قبل حضوری بین المللی دارد، نیز به گسترش مووینگ بینز در سراسر اروپا کمک کرده است.

تکیه بر فناوری

بایش می گوید بخش تحقق تجارت الکترونیک برای کارآمدی و رشد محور شدن به پذیرش دیجیتال بیشتری نیاز دارد. بایش اضافه می کند: «شرکت های تکمیلی معمولاً کل جنبه های نرم افزاری کارها را برون سپاری می کنند و این امر آنها را از انجام هر کار متفاوتی در عملیات باز می دارد، زیرا این نرم افزار است که عملیات را هدایت می کند و به چندین فروشنده مختلف برون سپاری می شود.»

با این حال هوبو یک داشبورد نرم افزار واحد ایجاد کرد که متعلق به آنهاست و با کانال ها و پلتفرم های فروش محبوب ادغام می شود. یکی دیگر از مشکلات بزرگ شرکت های انجام کار، کارکنان است. بایش می گوید: «به طور سنتی، این کاری وحشتناک و تکراری است، اما کاری که ما می توانستیم انجام دهیم، چون مالک نرم افزار بودیم، این بود که عملیات را تغییر دهیم تا انجام کار بهتر شود.»

در حالی که همه گیری باعث رشد گسترده تجارت الکترونیک شد، اختلالات مداوم زنجیره تأمین، افزایش تورم و کاهش اعتماد مصرف کننده باعث کاهش فروش شده و بسیاری از مشاغل تجارت الکترونیک را به ماندن در حالت بقا وادار کرده است. در نتیجه ارائه دهندگان خدمات تجارت الکترونیک، یعنی شرکت هایی که برای مدیریت جنبه های انبارداری و تدارکات کسب و کار مانند مدیریت انبار، برداشت و بسته بندی، تحویل و برگرداندن دست به دست با برندهای تجارت الکترونیک کار می کنند نیز با فشارهای مالی مواجه شده اند. در حالی که ارائه دهندگان خدمات سنتی با مشکل مواجه شده اند، ارائه دهندگان اجرایی چابک تر و آگاه تر درباره فناوری به رشد خود ادامه داده اند و درها را برای برندهای آرزومند D2C باز نگه داشته اند. آیا همکاری با این ارائه دهندگان می تواند به رشد برندهای تجارت الکترونیک D2C با وجود رکود اقتصادی کمک کند؟

اختلالات زنجیره تأمین

«مووینگ بینز» استارت آپی با محصول قهوه پایدار و برند D2C مستقر در بریتانیا است که در سال های اخیر مجبور بوده بر طیفی از چالش ها غلبه کند. در طول دو سال گذشته هرج و مرج وجود داشته و اخیراً اوضاع از نظر اقتصادی کند شده است. علاوه بر آن، اعتصابات رویال میل در بریتانیا رخ داد که باز هم سفارش های بسیاری را به تأخیر انداخت. در آغاز همه گیری و قرنطینه، حمل و نقل واقعاً دشوار بود. با وجود اینکه همه به صورت آنلاین خرید می کردند، هنوز تهیه بسیاری از محصولات مشکل بود. بنابراین تقاضا افزایش یافت و عرضه رو به اتمام رفت و همچنین کمبود نیروی کار وجود داشت. یک نظرسنجی از کنفدراسیون صنعت بریتانیا در پایان تابستان ۲۰۲۱ نشان داد که سطح سهام کسب و کار در پایین ترین سطح خود از سال ۱۹۸۳ بوده است. در ژانویه ۲۰۲۲، ۱۴ درصد از شرکت های مستقر در بریتانیا نمی توانستند کالاهای مورد نیاز خود را از اتحادیه اروپا تهیه کنند. ۷ درصد نیز نتوانستند کالاهای مورد نیاز خود را از داخل بریتانیا تهیه کنند.

ارتباطی روزافزون

مووینگ بینز مدت کوتاهی پس از آغاز

و تبلیغات ویژه با افراد ارتباط برقرار کرده و فالوئرهای وفادار و افزایش ترافیک را جذب می کنند.

اس ام اس مارکتینگ منطقی است. در حالی که مشتریان پشت ایمیل های جعلی پنهان می شوند، از پیام های متنی روی تلفن های خود استقبال می کنند. امروزه بسیاری از بازار یابان شماره تلفن را به عنوان با ارزش ترین نقطه داده دیجیتال در نظر می گیرند، زیرا مردم به ندرت آنها را تغییر می دهند و به لطف کاهش ترافیک پیام کوتاه، تبلیغات نیز می توانند راحت تر منتشر شوند. ایوان جانکو، کارشناس تبلیغات آنلاین و مدیرعامل شرکت «دیجیتال راکت» می گوید: «ایمیل یک افزونه عالی است. شکی در مورد آن نیست. اما با نرخ باز شدن ۱۰ درصدی آن در مقایسه با نرخ باز شدن بالای ۹۰ درصدی پیامک ها، به راحتی می توان عاشق این کانال شد.» مصرف کنندگان در آسیا به طور کلی از ارتباط برند از طریق تلفن همراه راضی هستند و این مسئله آن را به یک کانال تعامل مؤثر برای ایجاد ارتباط مستقیم با مصرف کنندگان تبدیل می کند. اس ام اس مارکتینگ قرار است به بخشی جدایی ناپذیر از استراتژی بازاریابی اومنی چنل خرده فروشان تبدیل شود و این رسانه کمتر جدی گرفته شده، به ابزار قدرتمند بعدی تعامل با مشتری تبدیل خواهد شد.

۴. رشد از طریق تجارت الکترونیک B2B

خرده فروشان درآمد خود را از طریق کانال های تجارت الکترونیکی B2B گسترش می دهند؛ روندی که از زمان همه گیری کووید ۱۹ شروع شده، زیرا برندها عملیات B2B خود را دیجیتال می کنند تا کسب و کارها را سریع تر نگه دارند. از آنجا که جهان با رکودی روبه رو می شود که می تواند مخارج مصرف کننده را مختل کند، خرده فروشان به تجارت B2B پناه می برند. کریستین شرودر، مؤسس شرکت سرمایه گذاری اولیه «تن ایکس ولیو پارتنرز» توصیه می کند: «راه حل بسیاری از خرده فروشان می تواند ایجاد یا ترویج بیشتر تلاش های تجارت الکترونیک B2B موجود باشد.» در طول تعطیلات نمایشگاه های تجاری و بازدید از عرضه کنندگان، ۹۰ درصد از کسب و کارهای B2B از روند سنتی و دستی به دیجیتالی سازی فرایند منبع یابی و تدارکات گذر کرده اند. آنلاین شدن از طریق دیده شدن بیشتر محصولات و شفافیت در قیمت گذاری و در دسترس بودن تأمین کننده، تصمیم به خرید را در بین خریداران افزایش داده است. تحقیقات نشان می دهد که دوسوم چشم انداز B2B فعلی را خریداران بین ۱۸ تا ۴۰ سال تشکیل می دهند، به این معنی که میلنیال ها و نسل زد به بازیگران غالب در تابلوهای خرید B2B تبدیل شده اند. شرودر می افزاید: «این خریداران در دنیای دیجیتال بزرگ شده اند، انتظار تجربه پیشرفته ای از مشتری را دارند و ممکن است قبل از تصمیم گیری برای خرید، به کمپین های بازاریابی دیجیتالی طراحی شده و هدفمند نیاز داشته باشند.»

ویدئو، یکی دیگر از رسانه های مهم است، زیرا الگوریتم ها در پلتفرم های رسانه های اجتماعی و اولویت های مصرف کننده، محتوای ویدئویی را در اولویت قرار می دهند. یوگن فون روبینبرگ، یکی از بنیان گذاران شرکت ترجمه هوش مصنوعی «ویدبای» تأکید می کند: «پیشرفت های اخیر در ترجمه زبان که مبتنی بر هوش مصنوعی است، برندها را قادر می سازد بدون نیاز به تخصیص منابع اضافی، با مخاطبان بیشتری ارتباط برقرار کنند. این امر به ویژه در مناطقی مانند آسیا که تنوع زبانی بالا و تسلط به زبان انگلیسی پایین است، بسیار مهم است.»

فناوری هوش مصنوعی مولد به ابزاری مخرب و در عین حال ضروری برای مشاغل خرده فروشی تبدیل خواهد شد. این ابزار نه تنها به اتوماسیون وظایف و ساده سازی فرایندها کمک می کند، بلکه می تواند تجربه دیجیتال بهتری را برای مشتریان طراحی کند. بنابراین تجربه کاربر را بهبود می بخشد و دگرگونی را تسریع می کند.

۲. روش های پیشرفته پرداخت

رشد مداوم تجارت الکترونیک با افزایش تعداد گزینه های پرداخت ارائه شده در بازار همراه بوده است. با تغییر روند «الان بخر، بعداً پرداخت کن»، پرداخت با ارزهای دیجیتال همچنان به طور گسترده توسط خرده فروشان در فضای آنلاین و آفلاین پذیرفته می شود.

با عبور از خرید در متاورس، ارز دیجیتال نیز به طور گسترده در تنظیمات خرده فروشی فیزیکی استفاده خواهد شد. امروزه بیش از ۱۸ هزار شرکت، پرداخت با ارزهای دیجیتال را برای محصولات یا خدمات خود می پذیرند. در حالی که ارائه دهندگان خدمات مالی سنتی مانند پی پل یا بانک ها معمولاً مبالغ قابل توجهی را برای تراکنش های بین منطقه ای دریافت می کنند، بلاکچین راهی بسیار ارزان و سریع برای انتقال ارزش از هر نقطه در جهان ارائه می دهد. دوسوم مردم جنوب شرق آسیا علاقه مند به پرداخت ارزهای دیجیتال برای کالاها و خدمات هستند، بنابراین خرده فروشان باید تجربه پرداخت را برای نسل جدید خریداران بهینه کنند. این روندی است که احتمالاً در بحبوحه رکود فعلی و نرخ های تورم خروشان در سراسر جهان اهمیت پیدا می کند. در دنیایی که نه تنها پرداخت های بین مرزی، بلکه پرداخت های بین قاره ای بخشی از زندگی روزمره بسیاری از مردم است، پرداخت های ارزهای دیجیتال اهمیت بیشتری پیدا خواهند کرد.

۳. بازگشت اس ام اس مارکتینگ

مطالعات نشان داده که مصرف کنندگان در حال حاضر به دنبال تعاملات شخصی بیشتری با برندها هستند. اگرچه ممکن است شبیه دژاوو به نظر برسد، اما امسال اس ام اس مارکتینگ باشکوه باز خواهد گشت. خرده فروشان از این فناوری قدیمی برای اطلاع رسانی در بین توده مردم استفاده می کنند. آنها از طریق پیشنهادها

اکنون به نظر می رسد که قرار است بسیاری از این تغییرات، مثلاً جایی که مردم نقل مکان کردند و الگوهای کار از خانه، پابرجا بمانند. او می افزاید: «همه این چیزها نقش مهمی در شکل دادن به آنچه در فروشگاه های سراسر کشور به ویژه در محله ها اتفاق می افتد، دارد.»

خرده فروشی در محله ها و شهرک ها - جایی که افراد زیادی هم زندگی و هم کار می کنند - و در مرکز شهرهایی که افراد در دفاتر کار می کنند، رونق گرفته است. سوکاریتا کودالی از «فارستر» می گوید: «اما در بسیاری از شهرهای بزرگ تر که قبلاً دفتر محور بودند، این طور نیست؛ چه سانفرانسیسکو باشد، چه نیویورک سیتی یا شارلوت،

کارولینای شمالی، بسیاری از ویتترین ها یا بسته هستند یا ترافیک مردمی چندانی وجود ندارد.»

با این حال کودالی می گوید صنعت خرده فروشی که شامل فروشگاه های آنلاین و فیزیکی می شود، خوب عمل می کند. او ادامه می دهد: «بنابراین ما می دانیم که مردم هزینه می کنند. اکثر آنها در محل کار خود برای خشک شویی یا نوشیدن قهوه در ساعت ۱۰ صبح پول خرج می کنند. آنها این کار را نزدیک تر به خانه هایشان انجام می دهند.»

بنابراین آنجا دقیقاً همان جایی است که فروشگاه ها و رستوران ها می خواهند حضور داشته باشند.



شماره ۸۶
۳۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم





فناوری روز و مقابله با بلایای طبیعی نوآوری در خدمت جان انسان

ببین سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۴ بیش از ۷۰۰ هزار نفر در نتیجه بلایای طبیعی جان خود را از دست داده‌اند. فناوری از رباتیک هوایی گرفته تا تجزیه و تحلیل کلان داده‌ها، امکان سرعت بخشیدن و نمایان ساختن سودمندی تلاش‌های امدادی بشردوستانه از جمله دسترسی به افراد بیشتر، انجام چابک و ارزان‌تر کارها و نجات جان افراد بیشتر را ایجاد می‌کند.

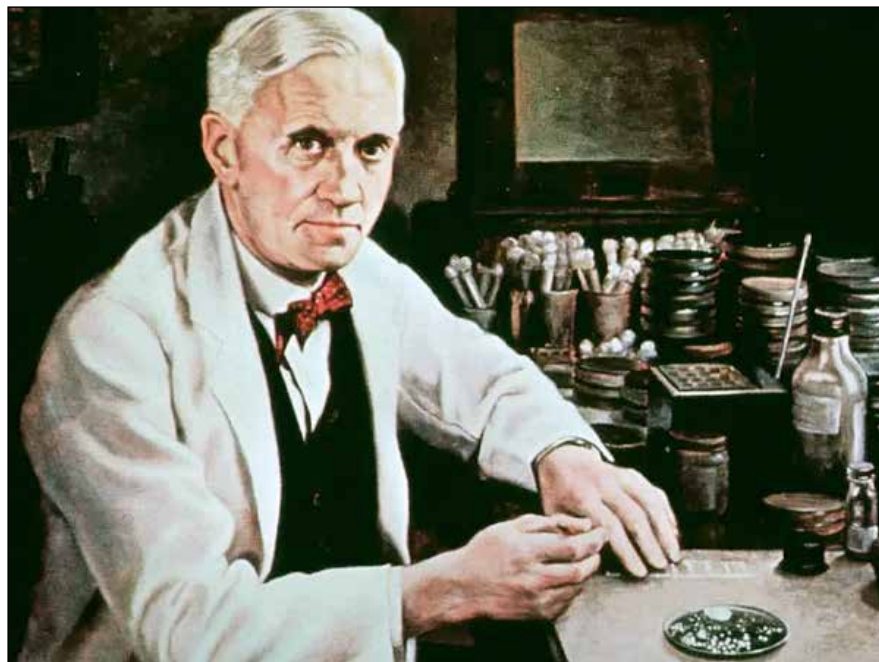
آنجا که انسان‌ها نمی‌توانند یا اقدامات امدادگران به خطرات جانی منجر می‌شود، فناوری حاضر است: رباتیک هوایی از جمله تجهیزات پرنده بدون سرنشین (پهپادها) توان چشم‌گیری برای تغییر کمک‌های بشردوستانه نشان می‌دهند. سازمان‌ها با استفاده از این فناوری می‌توانند به شکلی کارآمد از زمین نقشه‌برداری و آسیب را در زمان واقعی ارزیابی کنند؛ همچنین آگاهی از موقعیت را به وسیله نقشه‌برداری (با وضوح بالا) افزایش دهند و اقلام مورد نیاز را سریع‌تر، ارزان‌تر و کارآمدتر تحویل دهند. به عنوان نمونه در پرو پس از سیل گسترده در سال ۲۰۱۷ تنها در سه روز «Peru Flying Labs» تشکیل شد و تصاویر هوایی با وضوح بالا از نزدیک به ۱۷۳۰۰ هکتار تهیه کرد. این نقشه‌ها برداشتی دقیق از منطقه، از جمله آسیب‌های زیرساختی، مکان‌های استقرار گروه‌های سرگردان، مناطق امن برای اسکان مجدد و مسیرهای کارآمد برای ارسال کمک به سازمان‌های بشردوستانه ارائه داد. الگوهای ارتقایافته دیجیتال به دولت امکان نظارت مداوم تغییرات سطح آب در سراسر منطقه را می‌دهد.

فناوری با برداشتن موانع، امکان ارتباط در زمانی که بیشتر به آن نیاز داریم، فراهم می‌کند: در زمان بروز فاجعه

ارتباط اولیه شکلی از کمک برای پیوند مردم با منابع حیاتی است و سازمان‌ها را قادر به ارائه اطلاعات نجات‌بخش می‌کند. به عنوان نمونه برنامه‌های موسوم به TacOps از آخرین فناوری شبکه تلفن همراه از جمله فناوری Meraki که توسط شبکه ابری مدیریت می‌شود، برای برقراری ارتباط در هنگام بروز فاجعه استفاده می‌کند؛ از بحران پناهجویان در اوگاندا یا زلزله ۷/۸ ریشتری نپال گرفته تا توفان ماریا در پورتوریکو. این گروه از سال ۲۰۰۵ به ۴۵ فاجعه در شش قاره پاسخ داده است.

تنها در پاسخ به بحران پناهجویان، بیش از ۶۰۰ هزار دستگاه به شبکه‌های TacOps در کمپ‌های پناهندگان در سراسر اروپا متصل شده‌اند. علاوه بر این، در پورتوریکو TacOps با بیش از ۶۶۵۰۰ مشتری منحصر به فرد (سازمان‌های امدادی و مردم) و نزدیک به ۴۶ ترابایت داده در عرض دو ماه پس از نصب، کارایی و سرعت را در تلاش‌های امدادی به ارمغان آورده است.

تلفن همراه، رسانه‌های اجتماعی و جوامع دیجیتال راه جدید ارتباطی سازمان‌ها و ذی‌نفعان آنها برای برقراری ارتباط ایجاد می‌کنند: امروزه ارتباطات امدادی از طریق گسترش راهکارهای تلفن همراه و رسانه‌های اجتماعی به شکلی سودمند تکامل یافته است. به عنوان مثال برنامه جهانی غذا، WFP برای کمک به ۸۰ میلیون نفر در ۸۰ کشور دنیا هر سال با چالش انتقال سه میلیون تن غذا روبه‌رو است. تجزیه و تحلیل و نقشه‌برداری آسیب‌پذیری موبایل WFP با نام mVAM از فناوری تلفن همراه برای رفع موانع جمع‌آوری داده‌های جمعی و دسترسی استفاده می‌کند و در بیش از ۳۰ کشور هر ماه ۲۰ هزار برگ نظرسنجی ارائه می‌دهد که سالانه موجب پنج میلیون دلار صرفه‌جویی و کاهش ۷۵ درصد زمان گردآوری نظرسنجی می‌شود.



از سیل تا زلزله نوآوری چه می‌کند؟

فناوری و نوآوری در برابر بلایای طبیعی و ساخته دست بشر چه نقشی ایفا می‌کنند؟

جهان به شکل تصادفی به دست آمده یا برای هدفی سرتاسر متفاوت از نتیجه پایانی‌شان توسعه یافته‌اند. به عنوان نمونه شیشه ایمنی چندلایه که بیشتر برای جلو اتومبیل استفاده می‌شود، زمانی اختراع شد که دانشمند فرانسوی، ادوارد بندیکتوس با بی‌احتیاطی یک فلاسک شیشه‌ای حاوی نیترات سلولز را به زمین انداخت؛ یک پلاستیک مایع که نه از شکستن شیشه جلوگیری کرد، بلکه اجازه داد شکل اولیه خود را نیز حفظ کند.

پنی سیلین زمانی کشف شد که محقق اسکاتلندی الکساندر به شکل اتفاقی ظرفی از باکتری را که روی آن کار می‌کرد، آلوده ساخت و در یافت کپک تشکیل شده از رشد باکتری جلوگیری می‌کند. اشعه ایکس نیز محصول فرعی آزمایش‌های پروفیسور فیزیک آلمانی ویلهلم رونتگن با لوله‌های پرتو کاتدی بود.

اما همان‌سان که علم و فناوری پیشرفت کرده، اکتشافات دگرگون‌ساز جهان، خواه اتفاقی یا خودخواسته، بیشتر و بیشتر شده‌اند و نوآوری‌های جدیدی که موجب بهبود نگهداری یا حتی نجات جان انسان‌ها می‌شوند، در بازه زمانی منظم و شگفت‌آوری پدیدار می‌شوند. اما همان‌گونه که توانایی ما برای پیشبرد یا محافظت از گونه‌مان رشد یافته، با مشکلاتی نیز روبه‌رو هستیم. برخلاف همه نبوغ ما، کووید ۱۹ جهان را به رکود کشاند و نیاز به راه‌حل‌های نوآورانه‌ای را که می‌توانند به سرعت به شرایط اضطراری پاسخ دهند، برجسته کرد؛ در حالی که چالش‌های ناشی از تغییرات آب‌وهوا و کاهش منابع ادامه دارد و بلایای طبیعی همچنان بزرگی خود را به رخ می‌کشند.

مدیریت بحران روشی برای مقابله و پیشگیری از

دقت کاهش خطر بلایای سازمان ملل تخمین می‌زند بلایای جهانی از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۲ باعث کشته شدن ۱/۲ میلیون نفر، آسیب به ۲/۹ میلیارد نفر و وارد آمدن زیان مادی ۱/۷ تریلیون دلاری شده است. ایالات متحده وارد چرخه توفان‌های میلیارد دلاری شده و هشت مورد از ۱۰ توفان پرهزینه از سال ۲۰۰۴ رخ داده است. هفته‌ای نیست که خبری از یک «حادثه» مبتنی بر فناوری جدید و اثرات بدخیم و درازمدت مواد شیمیایی، تشعشعات، پلاستیک‌ها، نفت و... روی بدن، جامعه و سیاره‌مان نباشیم.

آیا کلمه‌ای در ظاهر بی‌زیان‌تر و در همین حال به شکلی ژرف، سیاسی‌شده‌تر از «طبیعت» وجود دارد؟ اگر چنین است، شاید آن کلمه «فناوری» باشد و این دو رایج‌ترین توصیف‌کننده بلایا هستند و برگرفته از گسترش عادت فرهنگی گسترده‌تر ما برای تقسیم جهان به فضاهایی خارج از اراده انسان، «طبیعت» و تحت اراده ما، «فناوری» است. شما از یک سو طبیعت و در سوی دیگر ماشین را دارید؛ بخشنده زندگی و شادمانی همراه با توفان یا لاستیک که هر چند گاه باید آن را تحمل یا ترمیم کرد.

تنها در طول ۱۵۰ سال گذشته اختراع توالت، کودهای مصنوعی، انتقال خون و واکسن‌ها همگی موجب نجات جان بیش از یک میلیارد نفر شده است. در حالی که نوآوری‌های بی‌شماری دیگری از جمله پاستوریزه کردن تا کلرزنی آب و ساخت سوزن‌های دوشاخه (برای تزریق واکسن) به نجات ده‌ها میلیون نفر کمک کرده، این پیشرفت‌ها در بیشتر موارد نتیجه پژوهش‌های دقیق و متمرکز برای حل یک مشکل ویژه بوده، اما بسیاری از مهم‌ترین اختراعات نجات‌بخش زندگی در



شماره ۸۶
۲۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم



ادامه از صفحه ۱۷

کو گوش شنوا؟!

این رکود اقتصادی واقعاً جهان شمول، از زمان کرونا شروع شد. همچنان از زمان کووید ما با کمبود مواد اولیه مواجهیم. کمبودی که خود باعث می شود تجهیزات کمتری تولید شود و دسترسی ها نسبتاً کاهش یابد و بسیاری از مشاغل در معرض ریسک قرار بگیرند. در همان دوره‌ای که رمزارزها خیلی جذابیت داشتند، به یکباره ترند دوباره چرخید و در حالی که همه فکر می کردند یک روش جایگزین نقل و انتقال پول قرار است نوع و شکل بیزینس شان را عوض کند، دوباره شکل کار عوض شد و همه فکر می کنند به حالت نرمال برگشته‌اند و آن روند را رها کرده‌اند. شخصاً دیدگاهی در این باره ندارم که در آینده چه کسانی می توانند موفق تر عمل کنند و فرصت برای کدام گروه‌های کسب و کاری مهیا خواهد شد و آینده از آن کیست؟ با توجه به محصولاتی که تولید می شود، چیزی که می بینم، این است که هیچ کجای دنیا هیچ بخشی را رها نمی کند.

شاید ما در ایران احساسی رفتار کنیم و اگر امروز می بینیم بازار نرم افزار خوب است، همه فعالان حوزه سخت افزار این کار را رها کنند و به سمت نرم افزار بروند؛ ولی این تفکر اشتباهی است که شاید لازم باشی در همان فرهنگ سازی ها جای گیرد که باید در ایران انجام شود.

من شخصاً در کشورهای دنیا ندیدم که کسب و کارها و افراد شاغلش این قدر تغییر مسیر بدهند. آنها می دانند که زمان آنها هم فرامی رسد، فقط باید کار کنند و محصول جدید تولید کنند و چیز جدیدی برای عرضه داشته باشند تا بتوانند درآمد کسب کنند. ولی ما دوست داریم روی موج حرکت کنیم و معتقدم عموم لطمه‌هایی که می خوریم از نبود این فرهنگ ثابت ناشی می شود. این چیزی بوده که باید سال ها پیش روی آن کار می شده و نشده است.

به نظر من هر کسی در هر حوزه‌ای که تخصص دارد، همان را ادامه بدهد و احساسی رفتار نکند. آینده از آن همه است و هیچ کس نمی تواند آن را پیش بینی کند. همه کسب و کارها اجزای یک پازل هستند و در کنار هم تصویر آینده را کامل می کنند. نه نرم افزار بدون سخت افزار معنا دارد و نه سخت افزار بدون نرم افزار.

باید در دوره خواب و رکود به فعالیت خود ادامه دهیم تا بتوانیم رشد کنیم و محصول جدید عرضه کنیم و تکامل به وجود بیاید. این چیزی است که شاید از هزاران سال پیش در دنیا هم اتفاق افتاده و تکامل ما را به این سمت کشانده است.

با شرایطی که داریم، آینده اکوسیستم آی تی را چگونه می بینید؟ آیا کسب و کارها می توانند از پس بحران ها برآیند؟

اکوسیستم آی تی طیف های مختلفی دارد و همه طیف ها شرایط برابری را تجربه نمی کنند. مثلاً در دوره کرونا که اصناف ضررهای سنگینی متحمل شدند و بسیاری با خطر تعطیلی روبه رو بودند، برای شرکت هایی مانند مجموعه ما دوره ای طلایی بود، زیرا همه چیز به سمت بستر آنلاین و مجازی سازی می رفت و بسیاری می خواستند زیرساخت های خود را توسعه دهند. این در حالی است که چهار، پنج سال پیش استارت آپ ها ترند بودند و همه به این سمت رفته بودند.

تهدیدی هم برای ما سخت افزارها وجود داشت. این بود که مجازی سازی ترند شده بود و کمتر کسی سراغ سخت افزارها می آمد. همه می گفتند ما از یک منبع سخت افزاری استفاده می کنیم و سعی می کنیم این منابع را با نرم افزار توسعه دهیم.

برای همین می گویم ترندهای مختلفی در صنعت آی تی داریم و اتفاقات گوناگون می تواند لایه های متفاوتی را فعال کند. چیزی که برای فعالیت من تهدید است، ممکن است برای کسب و کارهای یک لایه دیگر در آی تی فرصت باشد. در حال حاضر هم کل اکوسیستم در تهدید نیست، ولی ابزار اصلی اش که برای کل اکوسیستم مورد نیاز است، یعنی اینترنت در معرض تهدید قرار دارد. حاکمیت آن ابزار را از همه می گیرد و به آن لطمه می زند. در اصل حذف اینترنت آزاد می تواند به همه صدمه بزند، ولی میزان آسیب هر لایه کسب و کاری متفاوت خواهد بود.

حتی ممکن است در دل این تهدید همه گیر برای برخی فرصت هایی باشد...

بله، همین الان هم هست و این اتفاق به نوعی رخ داده است. بستن اپلیکیشن هایی مانند اینستاگرام و واتس اپ باعث شده بسیاری به خودشان بیایند و یکسری محصولات جدید تولید کنند. شاید هم خروجی داشته باشند. هیچ کس نمی داند آینده چطور می شود.

با توجه به روندی که وجود دارد، کدام بخش های این اکوسیستم فعال تر ظاهر می شوند؟ با نگاه به رکودی که در همه دنیا وجود دارد، ترند آینده را چه می دانید؟



شماره ۸۶
۳۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم

هشدار و ارزیابی تاب آوری است. طرح های اقتصادی: کلان داده ها درکی عمیق از به هم پیوستگی یک اقتصاد و اینکه چگونه حتی از بین بردن محصولی مانند برنج می تواند فاجعه ای ایجاد کند، به دست می دهند. این اثرات می تواند در بسیاری از صنایع و خدمات مانند حمل و نقل، تجارت، بسته بندی و خرده فروشی نمایان شود. رسانه های اجتماعی همچنین داده ها را گردآوری و به بازماندگان اجازه می دهند تا در هنگام بحران وضعیت ایمنی خود را مشخص کنند که هم برای گروه های واکنش اضطراری و هم برای دوستان و خانواده مفید است. صلیب سرخ آمریکا اطلاعات حیاتی را از طریق اپ های گوشه هوشمند به رایگان در اختیار کاربران قرار می دهد. این برنامه دسترسی فوری به بیش از ۳۵ هشدار هواشناسی سفارشی را برای کاربران فراهم می سازد.

سازمان کاهش بلایای ایالت اودیشا (OSDMA) همچنین یک بستر مبتنی بر وب و تلفن هوشمند به نام SATARK را با همکاری سامانه منطقه ای Multi-Hazard ایجاد کرده که درباره بروز بلایای طبیعی هشدار صادر می کند. این برنامه به گونه ای طراحی شده که ساعت ها، هشدارها و اطلاعات هشداردهنده در زمان واقعی را درباره خطرات مختلف مانند موج گرما، صاعقه، خطرات کشاورزی (خشک سالی) و نظارت بر سیل ارائه دهد.

مدیریت بحران ابزاری مهم برای دولت در جهت فعالیت چابک و ساختار یافته در مناطق آسیب دیده برای کمک رسانی به مردم آسیب دیده است. چرخه مدیریت بحران با پیشگیری و آمادگی در برابر هر فاجعه در آینده به کاهش سریع تر بلایا کمک می کند. فناوری به دولت ها امکان داده تا به اقداماتی دست بزنند که پیش از آن ممکن نبود. فناوری های مکان یابی و پیمایش جغرافیایی، پیش بینی پیش از بروز فاجعه برای دولت ها مفید است.

خطرات است. این کار شامل آماده سازی و دنبال کردن راه هایی برای مقابله با یک فاجعه پیش از رخداد، واکنش به بلایا (مانند تخلیه ایمن، محصورسازی همگانی و پاک سازی و غیره) و نه تنها حمایت، بلکه همچنین هدایت و بازسازی پس از بروز بلایای طبیعی یا ساخته دست بشر است.

نقش فناوری در مدیریت بحران

مدیریت بحران بخشی مهم از برنامه های دولت ها برای نگهداری از سرزمین خود در برابر بلایای مختلف طبیعی یا ساخته دست انسان است. فناوری نقشی مهمی در دفاع، آموزش، سفر و موارد دیگر داشته است. نقش فناوری در مدیریت بحران تنها حفاظت از زندگی نیست، بلکه به استخراج اطلاعات مفیدی می انجامد که ممکن است در آینده مفید باشد.

در حالی که ممکن است فناوری جایگزین منابع حیاتی مورد نیاز مردم (غذا، سرپناه، آب و نزدیکی با عزیزان و...) در هنگام بروز بلایا نشود، اما همچنان بر روند آمادگی برای بحران و مدیریت پس از بروز آن اثر می گذارد.

سیاست های پیش بینی: این سیاست ها می تواند برگرفته از مدیریت بحران های پیشین باشد. مقامات و پاسخ دهندگان می توانند اطلاعاتی را گردآوری کنند که به پیش بینی حوادث آینده و شناسایی بخش های اجتماعی آسیب پذیر کمک می کند. حسگرها به ویژه برای گردآوری و

ذخیره داده ها به کار می روند تا پس از آن تجزیه و تحلیل شده و داده های مفید از آن استخراج شود. شرکت هایی مانند گوگل الگوهای سیل در هند را با هدف بهبود دقت و واکنش مناسب پیش بینی می کنند.

تخصیص کارآمد منابع: کلان داده های تولید شده از سکوی اطلاعات زمین شناختی و سنجش از راه دور به شناسایی شکاف ها و ارائه توصیه هایی در مورد محل تخصیص منابع کاهش خطر کمک می کند. این روند شامل کمک به بهبود، تمرکز بر سامانه های انتشار



مهران امیری

mehranamiri@gmail.com



نتوان عمارتی ساخت
بر روی موج دریا

کوهی و بی اعتباری دنیا

«کوهی» شاعر کمتر شناخته شده پس از قرن نهم هجری قمری است. درباره تولد و درگذشت وی اطلاعات درستی در اختیار نیست و نسبت دادن نادرست دیوان وی به «باباکوهی شیرازی»، عارف قرن‌های چهارم و پنجم هجری بر ابهام درباره وی افزوده است. کهن‌ترین نسخه دیوان این شاعر در سال ۱۰۸۸ ه. ق. در موزه بریتانیا نگهداری می‌شود. سبک و شیوه نوشتن دیوان کوهی شبیه به آثار سرایندگان سده‌های نهم و دهم است. وی برخی از مضامین و پاره‌ای از غزلیات حافظ را نیز اقتباس و استقبال کرده است. او زندگی این دنیا و هر آنچه را که بر این پایه ساخته شود، ناپایدار و سست می‌داند و می‌گوید:

تخم هوس مکارید در خاکدان دنیا
نتوان عمارتی ساخت بر روی موج دریا

عالم همه سراب است، بودی ندارد
از خود فانی شناسد او را، چشمی که هست
بینا

تا دیده برگشایی یک مشت خاک بینی
گر خانه‌ای بسازی، بر روی سنگ خارا

کو خسرو و سکندر، کو کیقباد و
جمشید
کو خاتم سلیمان، کو تخت و تاج دارا

بگذر ز باغ و بوستان، بگذر ز طاق و ایوان
ای کاروان مفلس بشناس آن سرا را

تا همچو خر نمائی اندر جلاب دنیی
چون عیسی مجرد آهنگ کن به بالا

کوهی ز خود فنا شو جویای کبریا شو
آنجا میرتن و جان کان باد هست پیدا

او در غزلی دیگر می‌سراید:

خدا چون ظاهر و پیدا است امروز
چرا پس وعده فرداست امروز
خدا بالذات بر اشیا محیط است
دو عالم غرق این دریاست امروز
تمامی صفات و ذات انشاه
نظر می‌کن که عین ماست امروز

چطور به ۲ درصد رسیدی برادر؟

یکی از مسئولان اسبق و اظهار نظرکنندگان فعال حال حاضر کشور فرموده‌اند: اینترنت دغدغه ۲ درصد مردم است و ۹۸ درصد بقیه اصلاً به آن فکر نمی‌کنند

یک محکوم داریم که همان اینترنت فلک زده مردم است. قول رئیس‌جان تان بیست و سی و نه و کمی بیشترتان در ساختمان مجلس نشسته‌اید و دارید هی با چیزی که فوقش دغدغه ۲ درصد مردم است، و می‌روید. این چه کاری است ای برادران و خواهران؟ یک روز خبر می‌رسد طرح صیانت را تصویب کردید. یک روز دیگر می‌گویید اصلاً طرحی به نام صیانت نداریم. هر روز با این چیز مسخره و بی ارزش درگیرید. بی خیالش بشوید خب،»

این طوری بگویی: «اینترنت دغدغه صفر درصد مردم ایران است» و حتی می‌شد آن را به سمت اعداد منفی هم هل بدهی. کنتور که نمی‌اندازد!»

حالا شما نفر مایید که چگونه می‌شود اینترنت مثلاً دغدغه منفی ۱۰ درصد مردم باشد؟ بنده به شما می‌گویم: دوستان اگر بخواهند می‌شود و می‌توانند!

اصلاً اگر حساب و کتاب آن عزیز دل در محاسبه ۲ درصد دغدغه‌مند اینترنت غلط بود، بالاخره یک نفر پیدا می‌شد که پول یک تریپ اسنپ را خرج کند و تا بهارستان برود و به نمایندگان مجلس که روی صندلی‌ها و پشت میزهایشان سخت مشغول کار و خدمت‌رسانی به مردم‌شان هستند، بگوید: «عزیزان دل! دارید با خودتان چه کار می‌کنید؟ به

حکایت می‌کنند روزی روزگاری، بیچاره‌ای از قضای روزگار در حضور حاکم حرکت نابجایی می‌کند و صدایی را از محلی ممنوعه صادر می‌کند. خلاصه که چاکران و نوکران و مخلصان و غلامان و خانه‌زادان و بنده‌زادگان و باقی بستگان سببی و نسبی می‌ریزند سر آن مفلوک و بعد از یک کتک سیر، کت بسته می‌اندازندش جلوی حاکم تا ایشان نظر بدهد که با او چه کنند. حاکم که خیلی از دست محکوم عصبانی بود، حکم می‌دهد که انتهای نامبارک او را که مثل خروس بی محل فریاد بیخودی سر داده بود، صد هزار چوب بزنند. با این حکم همه ساکت می‌شوند، به جز خود محکوم که بلند می‌زند زیر خنده.

حاکم داد می‌زند: «رو آب بخندی یقلوی! به جای گریه چرا می‌خندی؟» مرد محکوم می‌گوید: «این طور که معلوم است جناب حاکم یا پشت‌شان چوب نخورده یا حساب نمی‌دانند...»

حالا فکر نکنید منظور من از گفتن حکایت بالا، اظهار نظر یکی از مسئولان اسبق و اظهار نظرکنندگان فعال حال حاضر کشور است که فرموده‌اند: «اینترنت دغدغه ۲ درصد مردم است و ۹۸ درصد بقیه اصلاً به آن فکر نمی‌کنند.» خب همان طور که می‌دانید، در این این یک فقره نه چوب هست، نه صدای ناخواسته و نه حاکم، فقط

۳

آن حکایت را همین طوری محض خنده گفتیم، اما ای کاش یک نفر از این بزرگمرد عرصه مصاحبه‌های خفن می‌پرسید: «چطور به ۲ درصد رسیدی برادر؟ اصلاً چرا



عبدالله
مقدمی
@moghaddamy007

۴

۵

۱

۲

۳

۴

۵

۶

۷

۸

۹

۱۰

۱۱

۱۲

۱۳

۱۴

۱۵

۱۶

۱۷

۱۸

۱۹



شماره ۸۶
۲۳ بهمن ۱۴۰۱
سال دوم



مهران امیری
mehranamiri@gmail.com

شب نوشته‌های یک بچه نوآور! (۷۴) برای پایین کشیدن!

چندی پیش تر یک نفر گفته بود اگر اوضاع بر همین روال باشد، ناگزیریم کرکره کسب و کارمان را پایین بکشیم. این پیش‌گویی را که در شلوغ‌پلوغی مشاجره‌های خانگی خیلی به حساب نیامد، همان یک نفر به‌تنهایی نگفته بود و چند نفر دیگر هم بازگو کردند؛ ولی من خودم در یکی از همین شب‌ها که نشسته بودم تا شاید چیزی دندان‌گیر پیدا شود درباره‌اش بنویسم، نه برای آن چند نفر ولی به همان یک نفر پیغام شبانه نوشتم که: «دلبندم حالا نه به باره نه به دار، چرا جوگیر شدی و وعده میدی ما شب عید می‌کشیم پایین؟ تا عید بشه و شبش برسه، دنیا هزار چرخ خورده، شاید لازم نشد پایین بکشید؛ شاید هم یک جوری شد که نه شب عید بلکه یک شب دیگر یا حتی روز روشن پایین بکشید،

اصلاً شاید یک شیر پاک خورده‌ای قبول زحمت کرد و براتون پایین کشید.»
نه آن یک نفر و نه چند نفر دیگر پاسخی به پیغام من ندادند. شاید داده‌اند و چون مثل ما دست‌شان به رسانه نمی‌رسد کسی جز خودشان خبردار نشده است؛ ولی در هر حال هنوز که عید نرسیده و اگر آنها با آن همه سروصدایی که به‌پا کردند، پایین نکشیده‌اند؛ بسیاری دیگر بی سروصدا پایین کشیده‌اند. حالا من از کجا خبردار شده‌ام؟ درست از همان جایی که خبرش به گوش بچه‌های گروه رسیده است. در واقع چند وقتی است که هر روز یکی از بچه‌ها به بهانه‌ای خبری از دوست و رفقا، بچه‌محل‌ها، پسرخاله و دخترعمه، همسایه و هم‌کلاسی سابق می‌آورد و با انده و آه خبر می‌دهد که اینها هم تعطیل شدند یا دارند کارشان را کوچک می‌کنند؛ و به شکلی پرسشگرانه به من نگاه می‌کنند که خب تکلیف ما چیست؟ اگر خبر بدی داری، بگو. امروز همین نوع دادوستد چشمی و کلامی را با سامان داشتم؛ آمد و خیلی آرام کنارم نشست. دستش را روی شانه‌ام گذاشت و گفت: «می‌دونی که رفاقت‌مون برام خیلی ارزش داره؟» و بی‌درنگ ادامه داد: «می‌تونم مطمئن

باشم هر وقت قراره تعطیل کنیم، بی‌پرده بهمون خبر بدی تا یک گلی به سرمون بگیریم؟» و ادامه داد: «به قول کامیار من تحملش رو دارم، راستشوبگی بهتره.»
درست از امروز پیش از ظهر، حدود ساعت ۱۱ و ۲۸ دقیقه به وقت تهران در حالی که احساس می‌کردم بدرقم در حالت یأس فلسفی هستم، روی صندلی گردان با روکش مخمل بنفش نشستم و به پنجره بخار گرفته این روز سرد زمستانی خیره شدم. در حالی که کبوتر یا گنجشکی هم پشت آن ننشسته بود و درختی با برگ‌های زرد و نارنجی چشم‌نواز روبه‌رویم قرار نداشت؛ نه همه‌همه بود و نه سکوت. صدای آهنگی به گوش نمی‌رسید و تنها صدای خودم شنیده می‌شد که از خودم می‌پرسیدم: «این روزها حال چه کسی از دیگری بهتر است؟ آن که کرکره‌اش پایین کشیده شده، آن که خودش پایین کشیده، آن که خودش پایین خواهد کشید، آن که می‌خواهد پایین بکشد، آن که به فکر پایین کشیدن هست، آن که حیران است چرا پایین بکشد یا آن که خودش کرکره نداره تا نگران باشد، اما دست در کرکره کسب‌وکار دیگران انداخته و پایین می‌کشد بی‌آنکه بداند و بپرسد کسب‌وکار کیلویی چنده؟»