



آینده روی کدام زیرساخت بنا می‌شود؟

۳ گفت‌وگوی مجزا با شورش مرادی، محمدحسین کاشی و رامین آذری
درباره چالش‌ها و فرصت‌های زیرساخت دیجیتال کشور



خبر
NEWS

بایدهای تنظیم‌گری صنعت پرداخت

روایت ۱۶ فعال صنعت
پرداخت از چالش‌ها، الزامات
و آینده تنظیم‌گری

۴



گزارش
REPORT

اینستاگرام و زیست آنلاین ایرانی‌ها

آمار مرکز پژوهش‌های
مجلس منتشر شد

۱۱

۶

قوه مقننه هوش مصنوعی!

قادی، پلتفرم تبدیل قوانین برای
هوش مصنوعی را راه‌اندازی می‌کند



تحلیل
ANALYSIS

ایران و چالش دوگانه زیرساخت دیجیتال

۲



گزارش
REPORT

فریب تبلیغات طلای آنلاین را نخورید

هشدار کارشناسان
نسبت به کاربران

۶

۳

پاتک یوتیوب به درآمد یوتیوبرهای ایرانی



ایستاده بین فرسودگی امروز و تحولات فردا

ایران و چالش دوگانه زیرساخت دیجیتال

جهان در آستانه دگرگونی بنیادین در حوزه زیرساخت‌های دیجیتال قرار دارد. دیتاسنترهای نسل آینده دیگر صرفاً اتاق‌هایی پر از سرور نیستند؛ آن‌ها در حال تغییر استانداردهای معماری، مهندسی ساختمان و حتی شبکه‌های انرژی هستند. افزایش نیاز به قدرت پردازشی برای هوش مصنوعی و محاسبات پیچیده، ابعاد رک‌ها و سرورها را چنان افزایش داده که برخی کارشناسان از ضرورت بازنگری در ارتفاع ساختمان‌ها، ظرفیت آسانسورها و حتی سازه‌های باربر سخن می‌گویند.

خبری می‌خواندم درباره اینکه آمریکایی‌ها دارند به این فکر می‌کنند که باید اندازه آسانسورهای ساختمان‌های آینده را متناسب با چنین تحولاتی تغییر دهند! فکرش را بکنید آن‌ها دارند به چه چیزهایی فکر می‌کنند و ما کجا ایستاده‌ایم.

پیام روشن است. صنعت نسل پنجم که بر پایه این تحولات شکل می‌گیرد نیازمند زیرساختی است که با معیارهای امروز فاصله‌ای چشمگیر دارد. حالا که ما با معیارهای درست امروز جهان فاصله داریم دچار یک فاصله نمایی خواهیم شد. فاصله‌ای که از یک جایی نمی‌شود آن را جبران کرد.

ایران در موقعیتی دوگانه و پیچیده قرار دارد. در حالی که جهان برای صنعت ۵ و نسل جدید دیتاسنترها برنامه‌ریزی می‌کند، ما هنوز با چالش‌های پایه‌ای دست و پنجه نرم می‌کنیم. فرسودگی تجهیزات، عقب‌ماندگی

در استانداردهای ساخت و مشکلات زیربنایی، واقعیتی‌هایی هستند که نمی‌توان از کنار آن‌ها گذشت. در گفت‌وگو با یکی از کارشناسان این حوزه به موضوعی اشاره شد که شبیه همان دغدغه آسانسور آمریکایی‌هاست اما از زاویه‌ای دیگر! اینکه ساختمان یکی از دیتاسنترهای کشور به دلیل آب‌های زهکشی نشده و سنگینی تجهیزات فرونشست کرده است. داستانی که تصویری تلخ از این شکاف را نشان می‌دهد. چگونه می‌توان انتظار داشت زیرساخت‌های مختلف کشور برای تجهیزات سنگین‌تر و پرمصرف‌تر آینده آماده باشد؟ حالا بماند ما اصولاً برای تامین این تجهیزات و دسترسی به آن‌ها دچار مشکلات عدیده هستیم.

این دوگانگی چالشی راهبردی است. در رویدادهای و گفتگوهای تخصصی مانند دومین رویداد زیرساخت دیجیتال که ۱۶ دی‌ماه برگزار می‌شود ناگزیر به بحث درباره نیازهای فوری و مشکلات موجود هستیم، اما نباید این ضرورت امروز، دید ما را نسبت به افق‌های فردا محدود کند. سرمایه‌گذاری‌های کلان جهانی در این حوزه، تحولات سریع فناوری و انتظارات اقتصاد دیجیتال، همه حکایت از آینده‌ای دارند که با سرعتی باورنکردنی در حال شکل‌گیری است. ما باید هم‌زمان دو مسیر را طی کنیم. رفع عقب‌ماندگی‌های موجود و آمادگی برای تحولات آتی. این یعنی بازنگری در استانداردهای تامین این تجهیزات و زیرساخت‌ها، توجه به زیرساخت‌های انرژی، آموزش متخصصان آگاه به تحولات جهانی و برنامه‌ریزی بلندمدت. شکاف بین واقعیت امروز ما و الزامات فردا دارد روزه روز بیشتر می‌شود.

دومین رویداد زیرساخت دیجیتال ایران ۱۶ دی برگزار می‌شود

گردهمایی فعالان فناوری

دیتاسنترها و شبکه در برابر تهدیدهای فناورانه، توسعه تعامل میان تولیدکنندگان و سیاست‌گذاران، مرور تجربه‌های موفق جهانی و ترسیم نقشه راه زیرساخت کشور برگزار می‌شود. محورهای اصلی این دوره شامل تاب‌آوری زیرساخت در برابر تهدیدهای سایبری، آینده دیتاسنترها، امنیت سخت‌افزار، زیرساخت‌های ابری، چالش‌های تأمین و رگولاتوری، زیرساخت‌های بانکی و مالی و آموزش نیروی انسانی است. بخش‌های رویداد نیز شامل کنفرانس اصلی با سخنرانی‌ها و پنل‌های تخصصی، نمایشگاه زیرساخت دیجیتال، جایزه زیرساخت دیجیتال و نشست‌های شبکه‌سازی و تعاملات صنفی خواهد بود. علاقه‌مندان می‌توانند برای اطلاعات بیشتر به وب‌سایت digitalinfrastructure.ir مراجعه کرده و برای مشارکت در نمایشگاه با شماره ۰۲۱۴۴۴۳۹۶۶ تماس بگیرند.



امید مطهری فربراهیت تجربه و تاب‌آوری در برنامه نویسی تاکید کرد

افتتاح سیزدهمین ماراتون برنامه‌نویسی موبایل

و اشتباه کردن برای افراد تأکید کرد و گفت که موفقیت تنها با تحصیل و نمره بالا حاصل نمی‌شود. او افزود که دانش دانشگاهی مفید است اما کافی نیست و لازم است که برنامه‌نویسان با نگاه چندبعدی بازار و اکوسیستم فناوری اطلاعات را نیز بشناسند. مطهری فر همچنین تأکید کرد که دارایی‌های با ارزش باید به صورت open source در دسترس قرار گیرند و اکوسیستم فناوری اطلاعات باید فضای اشتراک دانش و یادگیری از طریق تجربه و خطا را فراهم کند. این ماراتون فرصتی برای تقویت مهارت‌های برنامه‌نویسی، توسعه نگاه تجاری و شبکه‌سازی میان فعالان حوزه فناوری فراهم می‌کند و به عنوان یکی از مهم‌ترین رویدادهای ملی برنامه‌نویسی شناخته می‌شود.



شماره ۱۸۷
۳۰ آذر ۱۴۰۴
سال پنجم

آیین افتتاح سیزدهمین ماراتون برنامه‌نویسی تلفن همراه کشور روز ۲۷ آذر ۱۴۰۴ در دانشگاه صنعتی شریف برگزار شد. این رقابت با هدف شناسایی استعدادهای برتر در حوزه برنامه‌نویسی و معرفی آن‌ها به بازار کار، توسط گروه فناوری اطلاعات شریف و مرکز نوآوری فناوری اطلاعات دانشگاه صنعتی شریف و با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برگزار می‌شود. این ماراتون از سال ۱۳۹۰ تاکنون به‌صورت ملی و با حضور گسترده برنامه‌نویسان حرفه‌ای از سراسر کشور و همکاری مجموعه‌های خصوصی و دولتی برگزار شده است. امید مطهری فر، مدیر فنی بخش منابع بانکداری متمرکز داتین، در سخنرانی خود بر اهمیت ایجاد فضای یادگیری



فعالیت بدون اختلال پایا و ساتنا
بلوبانک اعلام کرد سامانه‌های پایا و ساتنا مطابق روال سابق و با رعایت قوانین بانک مرکزی فعال هستند. تمامی انتقالات بین بانکی بدون اختلال انجام می‌شود.



تغییر سرپرست شرکت ملی
انفورماتیک

با پایان دوره تصدی علیرضا ماهیار، هیئت‌مدیره شرکت ملی انفورماتیک جعفر مرتضویان را به‌عنوان سرپرست تا زمان انتخاب مدیرعامل جدید منصوب کرد و از خدمات ماهیار قدردانی شد.



راه‌اندازی سامانه نوبت‌دهی
اینترنتی

معاون درمان وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی از راه‌اندازی سامانه متمرکز نوبت‌دهی اینترنتی خدمات سرپایی مراکز درمانی دولتی از اول دی‌ماه ۱۴۰۴ با هدف سامان‌دهی نوبت‌ها خبر داد.



افزایش هزینه واردات موبایل
هزینه واردات موبایل مسافری با افزایش نرخ محاسبه ارز از حدود ۷۰ هزار تومان به ۱۰۷ هزار تومان، حدود ۳۰ میلیون تومان بالارفت که می‌تواند به تشدید رکود بازار منجر شود.



شماره ۱۸۷
۳۰ آذر ۱۴۰۴
سال پنجم



می‌گوید. انتشارات راه‌پرداخت با انتشار این کتاب فرصتی فراهم کرده است تا علاقه‌مندان بتوانند هوش مصنوعی را نه فقط به‌عنوان یک فناوری، بلکه به‌عنوان پدیده‌ای که زندگی انسان‌ها را تغییر می‌دهد، بررسی کنند. این کتاب برای پژوهشگران، متخصصان و عموم خوانندگان که می‌خواهند درک عمیق‌تری از این حوزه داشته باشند، کاربردی است. علاقه‌مندان می‌توانند برای تهیه کتاب به فروشگاه راه‌پرداخت مراجعه کنند.

و مهم پیرامون این فناوری را با چارچوب‌های فکری روشن جایگزین کند تا فهم آن برای عموم مردم و متخصصان آسان‌تر شود. کتاب به پرسش‌های کلیدی درباره هوش مصنوعی پاسخ می‌دهد، از جمله اینکه چه فرصت‌هایی این فناوری فراهم می‌کند و چه تهدیدهایی ممکن است به همراه داشته باشد. ساسکیند علاوه بر تحلیل علمی، تأثیرات اجتماعی، انسانی و اخلاقی هوش مصنوعی را نیز مورد توجه قرار داده و از گذشته تا آینده این فناوری سخن

نگاهی به فرصت‌ها، محدودیت‌ها و پیامدهای هوش مصنوعی

کتاب «چگونه درباره هوش مصنوعی بپندیشیم» منتشر شد

کتاب «چگونه درباره هوش مصنوعی بپندیشیم» با حمایت شرکت داتا و توسط انتشارات راه‌پرداخت منتشر شد. این اثر نوشته ریچارد ساسکیند، نویسنده و سخنران برجسته بریتانیایی است و توسط مهدی مهدلو و محمدعلی فائضی‌راد به فارسی ترجمه شده است. ساسکیند در این کتاب با زبانی ساده تاریخ، توانایی‌ها، محدودیت‌ها و پیامدهای اجتماعی و اخلاقی هوش مصنوعی را بررسی می‌کند. او تلاش دارد مفاهیم پیچیده

آپدیت جدید الگوریتم یوتیوب، بازدیدهای باآی‌پی ایرانی را کم ارزش می‌داند

افت درآمد یوتیوبرهای فارسی

براساس گزارش‌ها، درآمد یوتیوبرهای فارسی‌زبان طی هفته‌های اخیر با کاهش شدید مواجه شده و در برخی موارد تا ۸۰ درصد افت کرده است. علت اصلی این ریزش، به‌روزرسانی جدید الگوریتم‌های یوتیوب اعلام شده که ترافیک ورودی از کاربران ایرانی با استفاده از وی‌پی‌ان را به‌عنوان ترافیک کم‌ارزش برای تبلیغ‌دهندگان شناسایی می‌کند.

چهره‌های شناخته‌شده در یوتیوب با انتشار ویدیوهای این موضوع را تأیید کرده و عنوان کرده‌اند که درآمدشان

به یک‌پنجم یا حتی یک‌دهم سطح قبلی کاهش یافته است. یوتیوب با اعمال محدودیت‌های جدید بر موقعیت جغرافیایی کاربران، بازدیدهایی که از ایران و با تغییر آی‌پی صورت می‌گیرد را در اولویت پایین نمایش تبلیغات قرار داده است، موضوعی که مدل درآمدی بسیاری از کانال‌ها را با چالش جدی مواجه کرده است. کارشناسان و فعالان حوزه تولید محتوا معتقدند این تغییرات ممکن است تولیدکنندگان فارسی‌زبان را به سمت جذب اسپانسرهای مستقیم، همکاری با

باهدف یکپارچه‌سازی تجربه خرید آنلاین و حضوری

فروشگاه مشترک دیجی کالا و همراه اول افتتاح شد



هر دو فضا حفظ کند. دیباجی با اشاره به تجربه همراه اول در ارائه خدمات حضوری به بیش از ۱۰۰ میلیون مشترک و نقش دیجی کالا در دسترسی به میلیون‌ها کالا و شفافیت اطلاعات، گفت هم‌نشینی این دو تجربه می‌تواند مدل یکپارچه خرید را به سایر شهرهای کشور منتقل کند. مسعود طباطبایی، مدیرعامل دیجی کالا، افتتاح فروشگاه مشترک را گامی مهم در توسعه حضور فیزیکی برندها و ارتقای تجربه حضوری مشتریان دانست و افزود ایجاد نقاط تماس جدید، اعتمادسازی و ارائه تجربه‌ای ساده‌تر و مطمئن‌تر هدف اصلی این پروژه است. فروشگاه مشترک دیجی کالا و همراه اول در قلب بازار دیجیتال تهران، نزدیک چارسو و علاالدین افتتاح شده و قرار است توسعه آن در سراسر کشور ادامه یابد.

فروشگاه حضوری مشترک دیجی کالا و همراه اول در خیابان جمهوری تهران افتتاح شد. به گفته مدیران دو مجموعه، این فروشگاه صرفاً یک شعبه جدید نیست و هدف آن نزدیک‌تر کردن تجربه خرید آنلاین و آفلاین و بازتعریف همکاری‌های مشترک میان دو برند است. این پروژه نقطه آغاز توسعه فروشگاه‌های حضوری مشترک در سراسر کشور محسوب می‌شود. سید یاسر دیباجی، عضو هیات مدیره دیجی کالا و مدیر کل راهبرد همراه اول، افتتاح این فروشگاه را پاسخی به شکاف تجربه آنلاین و آفلاین مشتریان توصیف کرد. فروشگاه مشترک تلاش دارد تجربه یکپارچه‌ای از خرید حضوری و دیجیتال ایجاد کند و حق انتخاب، دسترسی به اطلاعات کامل، قیمت منصفانه و اعتماد را هم‌زمان در



گام جدید عربستان برای
گسترش تأمین مالی
توسعه‌ای

مسیر تازه رشد عربستان

بانک بنگاه‌های کوچک و متوسط عربستان اعلام کرد که توافق نامه‌های تأمین مالی توسعه‌ای به ارزش ۸۰۱ میلیون دلار را با گروهی از مؤسسات مالی محلی و منطقه‌ای امضا کرده است؛ اقدامی که با هدف گسترش دسترسی به منابع مالی برای بنگاه‌های کوچک و متوسط در سراسر عربستان انجام شده است.

به گفته این بانک، این توافق نامه‌ها برای افزایش جریان تأمین مالی به بنگاه‌های کوچک و متوسط از طریق حمایت از برنامه‌های اعطای تسهیلات، تضمین‌های اعتباری و راهکارهای تخصصی تأمین مالی طراحی شده‌اند. این ابتکار، کسب‌وکارهای فعال در بخش‌های اولویت‌دار از جمله صنعت، خدمات و فعالیت‌های اقتصادی نوظهور را هدف قرار می‌دهد.

بانک بنگاه‌های کوچک و متوسط عربستان اعلام کرد که این توافق نامه‌ها بخشی از مأموریت این بانک برای رفع شکاف‌های تأمین مالی پیش‌روی بنگاه‌های کوچک و متوسط و تقویت نقش بخش خصوصی در رشد اقتصادی است. این بانک در کنار وام‌دهندگان تجاری و شرکای توسعه‌ای فعالیت می‌کند تا ریسک را کاهش دهد و دسترسی به اعتبار را برای کسب‌وکارها در مراحل مختلف رشد بهبود بخشد.

تعهدات جدید تأمین مالی با اهداف چشم‌انداز ۲۰۳۰ عربستان سعودی همسو است؛ اهدافی که گسترش بنگاه‌های کوچک و متوسط را به عنوان محرکی برای ایجاد اشتغال، تنوع بخشی و توسعه اقتصادی غیرنفتی در اولویت قرار می‌دهد. بنگاه‌های کوچک و متوسط در حال حاضر سهم روبه‌رشدی از اشتغال و تولید بخش خصوصی در عربستان را به خود اختصاص می‌دهند. بانک بنگاه‌های کوچک و متوسط عربستان با هدف ارائه حمایت مالی هدفمند، خدمات مشاوره‌ای و مشارکت‌هایی تأسیس شده است که به کسب‌وکارها امکان می‌دهد به صورت پایدار مقیاس فعالیت خود را افزایش دهند و در بازار محلی و منطقه‌ای رقابت‌پذیرتر شوند.



شماره ۱۸۷
آذر ۱۴۰۴
سال پنجم



باید‌های تنظیم‌گری صنعت پرداخت



روایت ۱۶ فعال صنعت پرداخت از چالش‌ها، الزامات و آینده تنظیم‌گری

مدیران و فعالان صنعت پرداخت در یک جمع‌بندی مشترک در رویداد رگ‌میت تأکید دارند که مسیر تنظیم‌گری این صنعت به نقطه‌ای رسیده که ادامه آن با ابزارها و نگاه‌های سنتی ممکن نیست. از نظارت داده‌محور و هوشمند گرفته تا نقش پررنگ بخش خصوصی، بومی‌سازی الگوهای جهانی و ضرورت شکل‌گیری اکوسیستم رگ‌تک، این دیدگاه‌ها نشان می‌دهد آینده صنعت پرداخت در گرو تنظیم‌گری‌ای است که هم‌زمان اعتماد بسازد، ریسک را مدیریت کند و مانع نوآوری نشود.

◀ تنظیم‌گر هیچ راهی جز حرکت به سمت نظارت هوشمند و داده‌محور ندارد

نوش‌آفرین مؤمن واقعی، معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی با تأکید بر غیرقابل بازگشت بودن تحول نظارت گفت «نظارت سنتی دیگر پاسخگوی کسب‌وکارهای فناورانه نیست» و تنظیم‌گر ناچار است به سمت نظارت هوشمند و داده‌محور حرکت کند. به گفته او، پیچیده‌تر شدن قوانین پس از بحران ۲۰۰۸ و ظهور فناوری‌ها و مدل‌های جدید کسب‌وکار، زیرساخت‌های نظارتی قدیمی را ناکارآمد کرده و امروز مهار ریسک‌های سیستمی در اکوسیستم متنوع مالی، تنها با اتکا به داده، فناوری، حمایت و سرمایه‌گذاری مشارکتی ممکن است.

◀ تجربه آزمایشگاه کشف قلب شرکت شاپرک

امیرحسین شبیری، مدیرعامل شاپرک با تأکید بر غیرممکن بودن تنظیم‌گری سنتی در شبکه پرداخت گفت «کشف قلب بدون ابزارهای هوشمند و همکاری

بین‌دستگاهی ممکن نیست» و توضیح داد شاپرک با تکیه بر داده، تحلیل شبکه‌ای و هوش مصنوعی توانسته پایانه‌های متخلف خارج از کشور را شناسایی کند؛ مسیری که به گفته او با دقت ۸۲ درصدی کشف و مسدودسازی بیش از ۳۲۰۰ دستگاه همراه بوده و تنها با مشارکت نهادهای نظارتی و انتظامی به نتیجه رسیده است. مدیرعامل شاپرک یکی از نخستین تجربه‌های آزمایشگاه کشف قلب را شناسایی دستگاه‌های کارت‌خوان فعال در خارج از کشور عنوان کرد و گفت: «برای نخستین بار با سرخ‌هایی مواجه شدیم که نشان می‌داد برخی پایانه‌های فروش ایران در کشورهایی مانند کانادا، عراق، ترکیه و امارات فعال هستند». به گفته او، این موضوع نه تنها چالش فنی، بلکه مسئله‌ای حاکمیتی بود و اعتراض نهادهای پولی کشورهای میزبان را به دنبال داشت. او تأکید کرد همین تمرکز جغرافیایی و تکرار الگوها، یکی از شاخص‌های کلیدی در شناسایی شبکه‌های سازمان‌یافته تخلف و قلب در شبکه پرداخت بوده است.

◀ استفاده از هوش مصنوعی در حوزه رگ‌تک دیگر یک انتخاب نیست

احسان ترکمن، مدیرعامل شرکت پرداخت الکترونیک سامان (سپ) تأکید کرد «پارادایم‌های نظارتی گذشته دیگر پاسخگوی تهدیدات امروز نیستند» و افزود اگر همه الزامات مقرراتی از ابتدا بر کسب‌وکارها تحمیل شود، نوآوری عملاً متوقف می‌شود. به گفته او، استفاده از هوش مصنوعی امروز یک استاندارد جهانی است و «بیش از ۹۰ درصد افزایش کشف قلب» را به همراه داشته و صنعت پرداخت ناچار است از نظارت واکنشی به سمت نظارت پیشگیرانه و داده‌محور حرکت کند.

◀ آینده نوآوری مالی در سایه قانون‌گذاری مدرن

آرش لریستانی، مدیرعامل فن‌آواکارت با ترسیم مسیر تحول خدمات مالی از بانکداری سنتی تا اوپن‌فایننس، تأکید کرد آینده نوآوری مالی تنها در سایه قانون‌گذاری مدرن، نامرئی و داده‌محور شکل می‌گیرد؛ اما هم‌زمان هشدار داد



حمایت گوگل از نوآوری در منطقه منا

شتاب با سرعت گوگلی

گوگل بار دیگر با تمرکز بر توسعه اکوسیستم نوآوری منطقه، ثبت‌نام دوره ۲۰۲۶ شتاب‌دهنده گوگل برای استارت‌آپ‌ها در خاورمیانه و شمال آفریقا را آغاز کرده است؛ برنامه‌ای که بدون دریافت سهام، استارت‌آپ‌های مستعد مرحله بذری تا سری ای را برای ورود به مقیاس‌پذیری جدی آماده می‌کند.

این شتاب‌دهنده به‌طور ویژه استارت‌آپ‌هایی را هدف قرار می‌دهد که علاوه بر برخورداری از کشش واقعی در بازار، از بنیان فنی قدرتمند نیز برخوردار باشند؛ به‌خصوص تیم‌هایی که در حوزه هوش مصنوعی و یادگیری ماشین فعالیت می‌کنند. انتظار می‌رود شرکت‌های منتخب دارای مدل رشد شفاف، بازار هدف قابل توجه و تیم رهبری فنی درگیر و متعهد باشند؛ تیمی که بتواند زمان و انرژی لازم را به جلسات کلیدی برنامه اختصاص دهد. در هر دوره، حدود ۱۰ تا ۱۵ استارت‌آپ از کشورهای خاورمیانه، شمال آفریقا، ترکیه و بازارهای همجوار گرد هم می‌آیند. در طول برنامه، بنیان‌گذاران به‌صورت نزدیک با مهندسان گوگل، متخصصان محصول و منتورهای باتجربه صنعت همکاری می‌کنند تا چالش‌های فنی و تجاری خود را به‌صورت عملیاتی حل کنند. ساختار برنامه ترکیبی از جلسات آنلاین و حضوری است و منتورینگ فردی، کارگاه‌های گروهی و پروژه‌های فشرده هدفمند را در بر می‌گیرد. در کنار مباحث فنی، موضوعاتی مانند طراحی محصول، جذب و حفظ مشتری و مهارت‌های رهبری بنیان‌گذاران نیز به‌طور عمیق بررسی می‌شود.

استارت‌آپ‌های پذیرفته‌شده، علاوه بر بهره‌مندی از حمایت بدون واگذاری سهام، به‌شبکه جهانی متخصصان گوگل دسترسی پیدا می‌کنند. همچنین امکان دریافت اعتبار گوگل کلود، دسترسی زودهنگام به برخی ابزارهای هوش مصنوعی گوگل و استفاده کوتاه‌مدت از کلود پی‌تی‌یو‌ها برای تسریع تحقیق و توسعه، بخشی از مزایای این برنامه به‌شمار می‌رود.



است که «انطباق‌پذیری بیشتری با قوانین» ایجاد می‌کنند. فاطمیان تأکید کرد: «ارزش افزوده رگ‌تک‌ها این است که تطبیق با مقررات را به‌صورت سرویس ارائه می‌دهند»

بومی‌سازی هوشمندانه الگوهای موفق جهانی

حسین طاهری، معاون فنی شرکت به‌پرداخت ملت در تشریح نگاه شرکت‌های بانکی و پرداختی به رگ‌تک گفت: «بانک‌ها و شرکت‌های پرداخت معمولاً ترجیح می‌دهند با یک شرکت بالغ همکاری کنند؛ شرکتی که حدود عملیاتش مشخص باشد و خروجی‌های شفاف و قابل ارزیابی ارائه دهد تا بتوان بر اساس آن تصمیم‌گیری کرد.» او با اشاره به نقش هوش مصنوعی افزود: «در حوزه‌هایی که تصمیم‌گیری به هوش مصنوعی سپرده می‌شود، پاسخ‌ها ذاتاً غیرقطعی هستند و همین موضوع، حساسیت نهادهای مالی را برای مدیریت ریسک و اتکا به نتایج افزایش می‌دهد.»

حسین اسلامی، عضو هیئت‌مدیره نصر تهران و مدیرعامل رمیس با تأکید بر نقش بخش خصوصی در اقتصاد دیجیتال گفت: «پیشران اصلی اقتصاد دیجیتال، بخش خصوصی است و دولت در این فضا بیش از هر چیز باید نقش نظارتی ایفا کند.» او معتقد است شکل‌گیری گفت‌وگوی نوآورانه میان رگولاتور و بدنه بخش خصوصی یک ضرورت است و توضیح داد: «تازمانی که یک مسئله مشخص برای کسب‌وکارها حل نشود، آنها تمایلی به پرداخت ندارند؛ به همین دلیل ما عملاً به سمت مدل‌های کارمزدمحور رفته‌ایم.» اسلامی با اشاره به سطح بلوغ فعلی بازار افزود: «در شرایط کنونی، حتی شرکت‌های رگ‌تک هم هنوز جایگاه تثبیت‌شده‌ای در تشکلهای ندارند و فعلاً مدل کارمزدمحور می‌تواند اقتصادی‌ترین گزینه باشد.»

آینده رگ‌تک در حرکت به سمت پایش مستمر

هاشم راز، معاون فناوری اطلاعات و ارتباطات پرداخت الکترونیک سپهر با اشاره به مسیر تکامل فناوری‌های نو گفت: «هر فناوری نوآورانه‌ای در ابتدا لوکس و حتی فانتزی به‌نظر می‌رسد، اما در مسیر بلوغ خود به یک ابزار مفید و در نهایت به ابزاری اجتناب‌ناپذیر تبدیل می‌شود.» او توضیح داد رگ‌تک از حدود سال ۲۰۰۸ به‌صورت جدی وارد ادبیات جهانی شده و امروز نیز «در حال عبور از مرحله لوکس بودن و حرکت به سمت یک ابزار کارآمد و عملیاتی برای کسب‌وکارهاست.» به گفته راز، مدل همکاری رگ‌تک‌ها با صنایع می‌تواند در دو محور اصلی معنا پیدا کند: «نخست، پذیرش این واقعیت که ریسک بخشی جدایی‌ناپذیر از کسب‌وکار است و دوم، کمک به بهبود فرآیندهای چاپک» او تأکید کرد: «رگ‌تک باید با نگاه تسهیل‌گرانه و همراه، وارد تعامل با کسب‌وکارها شود.»

شاپرک از رگ‌تک نامه رونمایی کرد

شاپرک با رونمایی از نخستین گزارش تخصصی رگ‌تک، تلاش کرده است روایتی تازه از تنظیم‌گری نوین در صنعت پرداخت ارائه دهد؛ روایتی که به‌گفته آزاده باقری، معاون راهبرد و نوآوری شاپرک، بدون شکل‌گیری یک اکوسیستم واقعی رگ‌تک به نتیجه نمی‌رسد و نیازمند هم‌نوایی هوشمندانه میان نوآوری، نظارت و بومی‌سازی است. آزاده باقری، معاون راهبرد و نوآوری شاپرک با تأکید بر لزوم توازن میان نوآوری و تنظیم‌گری گفت «تنظیم‌گری بدون نوآوری کند است و نوآوری بدون تنظیم‌گری پرریسک» و توضیح داد رگ‌تک پاسخی جهانی برای مدیریت این تعارض است. به گفته او، تنظیم‌گری هوشمند تنها زمانی معنا پیدا می‌کند که بر بستر اکوسیستم، ذهنیت مشترک و بومی‌سازی شکل بگیرد؛ از همین رو شاپرک با تدوین نخستین گزارش تخصصی رگ‌تک و ترسیم نقشه‌باز یگران این حوزه، تلاش کرده گامی عملی برای شکل‌گیری اکوسیستم رگ‌تک در صنعت خدمات مالی کشور بردارد.

مفاهیم پرداخت، ساختار شبکه پرداخت و الزامات بومی داخل کشور است.»

رگ‌تک باید در خدمت شرکت‌ها باشد نه حاکمیت

علی کمندی، عضو هیئت علمی دانشگاه تهران با تأکید بر نقش بنیادین داده در تصمیم‌سازی گفت: «وقتی داده نداشته باشیم، نه می‌توانیم تصمیم بگیریم و نه اساساً کاری از پیش ببریم.» او با اشاره به اینکه «داده باز امروز به یکی از برنامه‌های راهبردی کشورها تبدیل شده»، تصریح کرد در سطح ملی، زیرساخت‌های اشتراک‌گذاری داده هنوز شکل نگرفته است. به گفته کمندی، رویکردهای غالب امنیتی و سیاسی، مسیر سیاست‌های پیشگیرانه را معکوس کرده‌اند. او تأکید کرد: «ما از نظر دانش فنی کمبودی نداریم، مشکل اصلی نبود دیتا، نبود پروتکل و زیرساخت و غلبه نگاه محافظه‌کارانه است؛ در حالی که همه داده‌ها ذاتاً امنیتی نیستند.» به باور او، پیش‌نیاز توسعه رگ‌تک، وجود قوانین پایدار و شفاف است؛ قوانینی که مشخص کنند شرکت‌ها «چگونه باید الزامات را رعایت کنند». او تأکید کرد: «رگ‌تک باید در خدمت شرکت‌ها باشد، نه حاکمیت.»

ناظر نباید عامل باشد

مهدی احمدی، مدیرعامل و عضو هیئت‌مدیره شرکت رایان هم‌افزا با تأکید بر اصول بنیادین بازار گفت: «ناظر نباید عامل باشد؛ قاعده بازی باید رعایت شود.» او توضیح داد بازار منطق و قواعد مشخصی دارد و یکی از مهم‌ترین آن‌ها، کاهش هزینه‌های مبادلاتی است. به گفته احمدی، ناظر نباید خودش به یک هزینه مبادلاتی تبدیل شود. و اگر قرار است رگ‌تک شکل بگیرد، باید به ایجاد فضای رقابتی واقعی برای بازیگران کمک کند. او تأکید کرد رعایت همین اصل، «اولین و مهم‌ترین گام برای عبور از نظارت سنتی به نظارت فناوریانه» است. احمدی یکی از چالش‌های حکمرانی را تمایل نهادهای ناظر به ایفای نقش عامل دانست و گفت: «هر کسی در این هارمونی نقش خودش را دارد؛ ناظر باید نظارت کند، نه چیز دیگر.»

آینده تنظیم‌گری نیازمند یک «تغییر پارادایم»

رضا باقری اصل، رئیس مرکز تحول دیجیتال و فناوری در سخنرانی‌ای با موضوع رگ‌تک تأکید کرد که در بحث رگ‌تک و تنظیم‌گری پلتفرم‌ها، تمرکز صرف بر تقابل میان «رگولاتور» و «پلتفرم» کافی نیست و باید به مسئولیت‌ها و خدماتی که تنظیم‌گری بر عهده دارد توجه شود؛ از جمله حفاظت از منافع عمومی، ایجاد توازن در بازار، صیانت از رقابت و جلوگیری از انحصار. او در جمع‌بندی سخنان خود گفت: «آینده تنظیم‌گری نیازمند یک «تغییر پارادایم» است؛ تغییری که در آن، داده‌ها و فرآیندهای سنتی به ابزار خلق ارزش، اعتبارسنجی‌های نوین و تصمیم‌سازی هوشمند تبدیل شوند.» به گفته او، کاهش شکاف میان پلتفرم‌ها و رگولاتورها تنها در صورتی ممکن است که استراتژی مشخص، سرمایه‌گذاری بر استعدادها، اولویت‌دهی به زیرساخت داده و تلفیق نظارت فناوریانه با نظارت انسانی و اخلاقی به‌صورت هم‌زمان دنبال شود.

نوآوری رگ‌تک، انطباق‌پذیری بیشتری با قوانین است در دیگر نشست‌های تخصصی با حضور مهدی فاطمیان، مدیرعامل زیبال؛ حسین طاهری، معاون فنی شرکت به‌پرداخت ملت؛ حسین اسلامی، عضو هیئت‌مدیره نصر تهران و مدیرعامل رمیس و هاشم راز، معاون فناوری اطلاعات و ارتباطات پرداخت الکترونیک سپهر مدل‌های کسب‌وکار رگ‌تک در ایران بررسی شد. مهدی فاطمیان، مدیرعامل زیبال در تشریح وضعیت فعلی حوزه رگ‌تک گفت: «رگ‌تک الان تا حدی یک کالای لوکس محسوب می‌شود.» او توضیح داد نوآوری اصلی کسب‌وکارهای رگ‌تک الزاماً در فناوری پیچیده نیست، بلکه در توانایی ارائه سرویس‌هایی

تنظیم‌گری‌ای که فاقد مدل تجاری باشد، نه تنها نوآوری را تقویت نمی‌کند، بلکه آن را به مفهومی کم‌اثر و غیرقابل تداوم تبدیل خواهد کرد.

گذار بانک ملت به شناسایی پویای ریسک مشتری

سیدمحمدحسین محمودی، معاون فناوری بانک ملت با تأکید بر فاصله میان مقررات‌گذاری و اجرای مقررات گفت «چالش اصلی مبارزه با پول‌شویی دقیقاً در مرحله اجراست» و توضیح داد رویکردهای سنتی دیگر پاسخگوی پیچیدگی جرایم مالی نیستند. به گفته او، بانک ملت با گذار به شناسایی پویای ریسک مشتری و تکیه بر داده، تحلیل رفتاری و همکاری با بازیگران رگ‌تک، تلاش کرده تصمیم‌گیری‌های ضدپول‌شویی را هوشمند، لحظه‌ای و متناسب با سطح ریسک هر مشتری انجام دهد؛ مسیری که بدون ابزارهای فناوریانه و همکاری نهادی عملاً ممکن نیست.

اکوسیستم رگ‌تک باید با توجه به نقش‌ها و نهادها ساخته شود

در نشست تخصصی با حضور مجتبی یوسفی نژاد، معاون نظارت شرکت شاپرک؛ میثم رجبی، مدیرعامل شرکت رادین؛ حسین رضایی، قائم مقام شرکت پرداخت نوین آرین؛ علی کمندی، هیئت علمی دانشگاه تهران و مهدی احمدی، مدیرعامل و عضو هیئت‌مدیره شرکت رایان هم‌افزا چالش‌های توسعه و شناسایی راهکارها در حوزه رگ‌تک بررسی شد. مجتبی یوسفی نژاد، معاون نظارت شرکت شاپرک در این نشست با طرح این پرسش که «آیا می‌توان نوآوری را بر دولت‌ها بار کرد؟» تأکید کرد دولت‌ها در ذات خود مظهر «ثبات، حفظ وضع موجود و ساختار موجود» هستند و انتظار نوآوری از دولت، انتظاری بیجا است. یوسفی نژاد همچنین با رد این ایده که اکوسیستم باید توسط حاکمیت ساخته شود، توضیح داد که نقش حاکمیت در اکوسیستم نوآوری، ایجاد بستر، شفاف‌سازی قواعد و انجام تنظیم‌گری میان بازیگران است و «این تنها انتظاری است که می‌توان از حاکمیت داشت».

حرکت از دولت کنترل‌گر به دولت تنظیم‌گر

میثم رجبی، مدیرعامل شرکت رادین در سخنرانی خود گفت: «ما اکوسیستم رگ‌تک نداریم؛ ما امروز پارک رگ‌تک داریم.» او تأکید کرد رگ‌تک مفهومی برخاسته از اقتصاد و بازار لیبرال است، در حالی که در ایران دولت رویکردی مداخله‌گرایانه دارد. به گفته رجبی، «اگر دولت در برخی حوزه‌ها قیمت، عرضه یا تقاضا را کنترل نمی‌کند، نه به این دلیل که نمی‌خواهد، بلکه به این دلیل است که منابع و توانایی کافی برای کنترل ندارد.» او افزود نبود بازار آزاد در برخی بخش‌ها نیز بیش از آنکه تصمیم آگاهانه باشد، ناشی از محدودیت منابع حاکمیت است. رجبی پیش‌نیاز شکل‌گیری اکوسیستم واقعی رگ‌تک در ایران را «تغییر پارادایم دولت» دانست و تصریح کرد: «پیش‌نیاز شکل‌گیری اکوسیستم رگ‌تک در ایران حرکت از دولت کنترل‌گر به دولت تنظیم‌گر است.»

حسین رضایی، قائم مقام شرکت پرداخت نوین آرین در سخنرانی خود با اشاره به نقش مقررات در توسعه رگ‌تک گفت: «قوانین بازدارنده نیستند؛ در بسیاری از موارد کمک‌کننده‌اند، اما در برخی حوزه‌ها به شفافیت بیشتر و اصلاح مسیر نیاز داریم.» او تأکید کرد چالش اصلی نه وجود قانون، بلکه نحوه اجرا و میزان انطباق آن با واقعیت‌های صنعت پرداخت است.

رضایی با تمرکز بر الزامات ورود رگ‌تک‌ها به صنعت پرداخت تصریح کرد: «اگر یک رگ‌تک می‌خواهد وارد صنعت پی‌اس‌پی شود، باید این صنعت را عمیقاً بشناسد.» او تأکید کرد: «موفقیت رگ‌تک در ایران منوط به درک کامل از



قادی، پلتفرم تبدیل قوانین
برای هوش مصنوعی را
راه اندازی می کند

قوه مقننه هوش مصنوعی!

استارتاپ مستقر در دبی قادی، با جذب سرمایه پیش شتابدهی توانسته مسیر ساخت نخستین پلتفرم بومی تطبیق مقررات برای عصر هوش مصنوعی در خاورمیانه را هموار کند. هدف این پلتفرم آن است که قوانین، مقررات و اسناد سیاست گذاری را به قالبی تبدیل کند که برای ماشین قابل درک باشد؛ قالبی که بتواند به طور خودکار تشخیص دهد یک سازمان تا چه حد با چارچوب های قانونی مطابقت دارد.

قادی می گوید با پیچیده تر شدن فضای قانون گذاری و توسعه فناوری، سازمان ها بیش از گذشته نیاز دارند فرایندهای تطبیق مقررات را سریع، دقیق و قابل اعتماد پیش ببرند. به همین دلیل، این پلتفرم از عامل های هوش مصنوعی استفاده می کند تا متن قوانین، چارچوب های نظارتی و اسناد رسمی را پردازش کرده و امکان انجام بررسی های خودکار را فراهم کند؛ فرآیندی که می تواند نقش بررسی های دستی و زمان بر حقوقی را کاهش دهد. به گفته شرکت، این کار باعث کم شدن بار اداری، کوتاه تر شدن زمان تأیید و کاهش خطای انسانی می شود.

پس از جذب سرمایه، قادی قصد دارد توسعه محصول را سرعت بخشد و اجرای آزمایشی پلتفرم را با نهادهای دولتی و شرکت های تحت نظارت آغاز کند. هم زمان، بسیاری از دولت های خاورمیانه در حال بازنگری قوانین مرتبط با هوش مصنوعی، امنیت داده و خدمات دیجیتال هستند و این موضوع تقاضا برای زیرساخت های فناوری نظارتی را بیشتر کرده است.

قادی خود را بخشی از نسل تازه استارت آپ های رگ تک منطقه می داند؛ شرکت هایی که ابزارهایی سازگار با قوانین و سازوکارهای حکمرانی محلی می سازند. هدف نهایی این شرکت ایجاد چارچوبی مقیاس پذیر برای حکمرانی دیجیتال است؛ چارچوبی که متن های حقوقی را به منطق قابل اجرا تبدیل کرده و امکان اعمال یکسان آن را در نهادهای مختلف فراهم می کند.



شماره ۱۸۷
۳۰ آذر ۱۴۰۴
سال پنجم



فریب تبلیغات طلای آنلاین را نخورید

هشدار کارشناسان نسبت به بازی های تبلیغاتی پلتفرم های فروش اینترنتی طلا

بازار طلا در ایران همواره یکی از اصلی ترین ابزارهای حفظ ارزش دارایی در دوره های تورم، نااطمینانی و بی ثباتی اقتصادی بوده است. در سال های اخیر و هم زمان با رشد فناوری های مالی، پلتفرم های آنلاین خرید و فروش طلا نیز در کشور گسترش یافته اند. این پلتفرم ها با وعده هایی مانند امکان خرید خرد، حذف نیاز به نگهداری فیزیکی طلا و دسترسی آسان، توانسته اند توجه بخش قابل توجهی از سرمایه گذاران خرد را به خود جلب کنند. با این حال، نبود چارچوب های شفاف نظارتی و حقوقی، نگرانی های متعددی را درباره امنیت سرمایه گذاری در این بسترها ایجاد کرده است. در همین راستا، نشست به میزبانی هفته نامه «تازه های اقتصاد» و با حضور محمدصادق علیپور، کارشناس مسائل اقتصادی و مدرس دانشگاه، و پیام الیاس کردی، تحلیلگر مالی و مدرس بازار سرمایه، برگزار شد و ابعاد مختلف این موضوع مورد بررسی قرار گرفت.

ریشه تقاضا برای طلای آنلاین کجاست؟

محمدصادق علیپور در پاسخ به این پرسش که مهم ترین ریسک ها و چالش های فروش آنلاین طلا چیست، توضیح داد که برای تحلیل این موضوع باید ابتدا به ریشه های شکل گیری تقاضا در بازار طلا توجه کرد. به گفته او، اقتصاد ایران با حجم بالایی از نقدینگی مواجه است که تا خردادماه به حدود ۱۱ هزار همت رسیده و پیش بینی می شود این رقم باز هم

افزایش یابد. در چنین شرایطی، بسته شدن یا رکود بازارهای موازی مانند مسکن، باعث شده مردم برای حفظ ارزش پول خود در برابر تورم ۳۲ تا ۴۰ درصدی به دنبال گزینه های جایگزین باشند. علیپور افزود که طلا در چنین فضایی یکی از طبیعی ترین انتخاب هاست و پلتفرم های آنلاین نیز با استفاده از ابزارهای هوش تجاری و تبلیغات گسترده، در حال جذب این نقدینگی هستند. او تصریح کرد:

«وقتی مسیرهای سنتی سرمایه گذاری یا بسته شده یا بازدهی لازم را ندارد، طبیعی است که مردم به سمت طلا حرکت کنند؛ حالا چه به شکل فیزیکی و چه آنلاین.»

خالی فروشی؛ مهم ترین نقطه ضعف

علیپور در ادامه تأکید کرد که چالش اصلی سرمایه گذاری در پلتفرم های آنلاین طلا، عدم مشاهده



گرین مَتر تجارت آلومینیوم را با زیر تعریف می کند

یک تجارت فلزی

می کند و به تسهیل تصمیم گیری فعالان این حوزه کمک می کند.

گسترش خدمات از ذخیره سازی تا ورود به امارات

در ادامه این مسیر، گرین مَتر با معرفی راهکار فروشگاه هوشمند در مصر، دامنه فعالیت خود را فراتر از آلومینیوم گسترش داد و به یکی از نیازهای فوری بازار پاسخ گفت. این راهکار که در ابتدا بر خرید و ذخیره سازی آلومینیوم متمرکز بود، اکنون امکان ذخیره سازی انعطاف پذیر، امن و مبتنی بر فناوری را برای افراد و کسب و کارها در اندازه های مختلف فراهم می کند. فروشگاه هوشمند، با بهره گیری از زیر ساخت های تثبیت شده گرین مَتر، دسترسی به کالاها را در هر زمان ممکن می سازد و با باز تعریف سهولت و کارایی، خلأ قابل توجهی را در حوزه لجستیک پوشش می دهد. پس از این موفقیت در بازار مصر، گرین مَتر گام مهم دیگری برداشت و به طور رسمی فعالیت خود را در امارات متحده عربی آغاز کرد.

این پلتفرم در این بازار جدید، بستری برای خرید و فروش ضایعات ارائه می دهد و با ایفای نقش تسهیل گر، از راهکارهای پرداخت پیشرفته و بدون پیچیدگی استفاده می کند؛ راهکارهایی که به ویژه برای افرادی که برای نخستین بار وارد حوزه معامله گری می شوند، دسترسی پذیر است.

تداوم تکامل گرین مَتر، چه از طریق ورود راهبردی به امارات و چه با تمرکز بر ذخیره سازی در دسترس، جایگاه این شرکت را به عنوان یکی از نوآوران پیشرو در بخش زنجیره تأمین و لجستیک منطقه تثبیت کرده و چشم اندازی روشن برای گسترش بیشتر آن در آینده ترسیم می کند.

گرین مَتر در حال باز تعریف تجارت فلزی است که نقشی کلیدی در پیشبرد نوآوری در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا ایفا می کند. این پلتفرم که پس از تجربه ای موفق در بازار مصر وارد مرحله تازه ای از رشد شده، اکنون برنامه گسترش فعالیت خود به امارات متحده عربی را در دستور کار قرار داده و بستری تخصصی را برای معامله گران و فعالانی که به دنبال خرید و فروش ضایعات هستند، فراهم کرده است. تمرکز این پلتفرم بر ایجاد شفافیت و ساختارمند کردن فرآیندهای معاملاتی، آن را به بازیگری متمایز در این حوزه تبدیل کرده است. در فضای پرچالش و رقابتی بازار جهانی کالاها، آلومینیوم جایگاه خود را به عنوان یکی از فلزات حیاتی تثبیت کرده است. این فلز نقشی محوری در حوزه هایی مانند ساخت وساز پایدار، حمل و نقل مدرن و توسعه زیر ساخت ها دارد. با این حال، فرآیند خرید، فروش و ذخیره سازی امن آلومینیوم همواره با پیچیدگی ها و ریسک های متعددی همراه بوده است. گرین مَتر در سال ۲۰۲۳ با هدف پاسخ به همین چالش ها تأسیس شد و تلاش کرد راهکاری یکپارچه برای مدیریت این دارایی ارزشمند ارائه دهد.

بازار دیجیتال شفاف و ایجاد اعتماد

گرین مَتر با تکیه بر یک بازار دیجیتال شفاف، به سرعت به یکی از راهکارهای قابل اتکا برای مدیریت دارایی های آلومینیومی در خاورمیانه تبدیل شد. این پلتفرم با اتصال خریداران، فروشندگان و معامله گران به شرکای معتبر و منابع تأیید شده، سطح تازه ای از اعتماد، اطمینان و بهره وری را وارد تجارت منطقه ای کرده است. چنین رویکردی در بازاری که ریسک و عدم شفافیت می تواند هزینه زا باشد، نقشی تعیین کننده ایفا

دارد، اما در مورد پلتفرم های طلا، همین ذخیره سازی می تواند به انبساط پولی منجر شود. او توضیح داد که پلتفرم ها ممکن است با اتکا به این ذخایر از سیستم بانکی وام بگیرند و نقدینگی جدید خلق کنند، بدون آنکه تضمین روشنی برای بازگشت این منابع وجود داشته باشد. علیپور هشدار داد: «بعضی از این شروط، اگر درست اجرا نشود، حتی می تواند ریسک ورشکستگی را بیشتر کند.» او پرسید که در صورت بروز بحران، آیا دارایی های پلتفرم ها برای جبران خسارت مالباختگان کفایت خواهد کرد یا خیر. او با یادآوری تجربه مؤسسات مالی و اعتباری گذشته گفت حتی نهادهایی که مجوز رسمی داشتند نیز نتوانستند پاسخگوی سپرده گذاران باشند و همین تجربه ها باعث شده نگرانی ها درباره پلتفرم های طلا جدی تر شود.

نقش بیمه و شفافیت اطلاعات

علیپور همچنین به نقش صنعت بیمه اشاره کرد و توضیح داد که اگر بیمه گران حاضر به پوشش ریسک این معاملات نباشند، نمی توان انتظار داشت خانوارها با اطمینان وارد این بازار شوند. به گفته او، مردم امروز آورده ریالی خود را وارد بازاری می کنند که کالای آن را نمی بینند و این مسئله ریسک سرمایه گذاری را دوچندان می کند.

در تکمیل این بحث، پیام الیاس کردی گفت که برخی از شروط بانک مرکزی هم اکنون در بعضی پلتفرم ها اجرا می شود، اما مسئله اصلی همچنان شفافیت است. او تأکید کرد: «افشای اطلاعات باید زیر نظر یک نهاد مشخص باشد؛ این که خود پلتفرم ها بگویند همه چیز شفاف است، کافی نیست.»

او پیشنهاد داد سازوکاری مشابه بازار سرمایه ایجاد شود تا پلتفرم ها گزارش های مالی منظم و دوره ای منتشر کنند. الیاس کردی همچنین به اختلاف کارمزد خرید و فروش میان پلتفرم ها اشاره کرد و گفت این اختلاف ها یکی دیگر از نشانه های نبود استاندارد مشخص در این بازار است.

مسئول تنظیم گری کیست؟

در ادامه نشست، علیپور در پاسخ به این پرسش که کدام نهاد باید مسئولیت تنظیم گری را بر عهده بگیرد، گفت تعدد نهادهای ذی ربط باعث پاسکاری مسئولیت می شود. او توضیح داد که در کشورهای صنعتی معمولاً یک یا دو نهاد مسئولیت نهایی را دارند، اما در ایران هنوز مشخص نیست در صورت بروز بحران، کدام نهاد پاسخگو خواهد بود.

الیاس کردی نیز در این زمینه افزود که ابتدا باید روشن شود آیا در پلتفرم های آنلاین طلا، معامله کالا انجام می شود یا اوراق مبتنی بر کالا. او تأکید کرد که بورس رقیب جدی این پلتفرم هاست و ابزارهایی با شفافیت بالا و کارمزد پایین ارائه می دهد.

هشدار پایانی به سرمایه گذاران خرد

در بخش پایانی نشست، محمدصادق علیپور در توصیه به کاربران این پلتفرم ها گفت که در شرایط نبود نظارت کافی، صرف هشدار دادن به مردم کافی نیست. او تأکید کرد: «تجربه نشان داده وقتی مسئولیت ها پاسکاری می شود، در نهایت این مردم هستند که ضرر می کنند.» به گفته او، کاربران باید با احتیاط و با سرمایه محدود وارد این بازار شوند. پیام الیاس کردی نیز در جمع بندی سخنان خود گفت آسان ترین راه همیشه بهترین راه نیست. او با اشاره به تجربه مؤسسات مالی گذشته افزود که تبلیغات گسترده پلتفرم ها مردم را به سمت آن ها سوق می دهد، در حالی که هدف اصلی مردم تنها حفظ ارزش دارایی هایشان است، نه پذیرش ریسک های پنهان.

کالای ذاتی و واقعی است. به گفته علیپور، در خرید آنلاین طلا، خریدار عملاً کالای فیزیکی را نمی بیند و معامله به نوعی به شکل خالی فروشی انجام می شود. او توضیح داد که همین موضوع باعث می شود تقاضای بالقوه به صورت غیرواقعی افزایش پیدا کند و در ادامه، مسائل حقوقی پیچیده ای به وجود آید.

علیپور با طرح یک پرسش اساسی گفت: «اگر روزی مشکلی برای پلتفرم پیش بیاید، خریدار چطور می خواهد به طلای خودش دسترسی پیدا کند؟» او افزود که در حالی که طلای فیزیکی به راحتی قابل نقد شدن است، در خرید آنلاین چنین تضمینی وجود ندارد و همین موضوع ریسک سرمایه گذاری را بالا می برد. او همچنین به رشد چشمگیر تبلیغات این پلتفرم ها، حتی در رسانه های خارج از کشور، اشاره کرد و گفت افزایش حجم فعالیت بدون نظارت کافی، ریسک سیستماتیک ایجاد می کند. به گفته او، در چنین شرایطی نهادهایی مانند بانک مرکزی، قوه قضائیه و دادستانی ناچار به ورود برای راستی آزمایی می شوند و این ورود معمولاً زمانی اتفاق می افتد که بخش قابل توجهی از ریسک به مردم منتقل شده است.

چرا مردم به این پلتفرم ها اعتماد می کنند؟

در ادامه نشست، پیام الیاس کردی در تشریح چرایی استقبال مردم از پلتفرم های فروش آنلاین طلا توضیح داد که رفتار مردم در شرایط فعلی اقتصادی کاملاً قابل درک است. او با اشاره به بازدهی حدود ۵۹ درصدی طلا در سال گذشته و رشد قابل توجه نرخ دلار گفت ترکیب این دو عامل، طلا را به یکی از جذاب ترین بازارهای سرمایه گذاری تبدیل کرده است. الیاس کردی تأکید کرد: «مردم دنبال سفته بازی عجیب و غریب نیستند؛ آن ها فقط می خواهند ارزش دارایی شان حفظ شود.» او افزود که اگرچه در گذشته خرید فیزیکی طلا رایج تر بوده، اما امروز روش های مجازی نیز مطرح شده اند و پلتفرم ها مدعی اند به نیازهای جدید پاسخ می دهند. با این حال، به گفته او، این پاسخ ساده لزوماً پاسخ بهینه نیست و ریسک های خاص خود را دارد.

تعدد نهادهای ناظر؛ سردرگمی مشتریان

الیاس کردی با مقایسه وضعیت ایران با بازارهای مالی پیشرفته توضیح داد که در بسیاری از کشورها نهایتاً یک یا دو نهاد تنظیم گر مسئول فروش طلا هستند، اما در ایران نام حدود ۲۰ نهاد در ارتباط با پلتفرم های آنلاین طلا مطرح می شود. او گفت این تعدد نهادها باعث می شود در زمان بروز اختلاف یا بحران، مشتری نداند باید به کجا مراجعه کند. الیاس کردی همچنین به نبود بازار رسمی ۲۴ ساعته طلا در ایران اشاره کرد و افزود: «در حالی که ما بازار ۲۴ ساعته طلا نداریم، بعضی پلتفرم ها شبانه روزی فعال اند و همین خودش محل سؤال است.» او گفت یکی دیگر از چالش های مهم، حواله های طلاست که اغلب به نام خود مشتری صادر نمی شود و در صورت بروز مشکل برای پلتفرم، ریسک بزرگی متوجه خریدار خواهد بود. وی همچنین افزود که در موضوع انحصار وراثت نیز وضعیت دارایی افراد در پلتفرم های آنلاین شفاف نیست و این موضوع می تواند برای وراثت مشکلات جدی ایجاد کند؛ در حالی که در مورد طلای فیزیکی یا صندوق های طلا، تکلیف دارایی کاملاً روشن است.

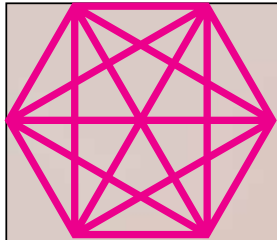
شروط بانک مرکزی؛ کافی یا پرریسک؟

محمدصادق علیپور در بخش دیگری از نشست، در ارزیابی شروط اعلام شده از سوی بانک مرکزی برای فعالیت پلتفرم های فروش آنلاین طلا گفت که ذخیره سازی پشتوانه سابقه ای طولانی در نظام پولی



شماره ۱۸۷
۳۰ آذر ۱۴۰۴
سال پنجم





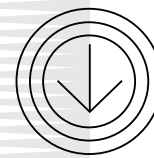
زیر ساخت دیجیتال کیمیای صنایع

بررسی چالش‌ها و فرصت‌های توسعه زیرساخت دیجیتال در
گفت‌وگو با رامین آذری به بهانه رویداد زیرساخت دیجیتال

در یک سلسله گفت‌وگو و با نزدیک شدن به دومین رویداد تخصصی زیرساخت دیجیتال ایران که در ۱۶ دی ماه ۱۴۰۴ برگزار خواهد شد، با فعالان و کارشناسان حوزه سخت‌افزار و زیرساخت دیجیتال، به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های کشور پرداخته‌ایم. در اولین گفت‌وگو با رامین آذری درباره مهم‌ترین نیازهای فعالان این حوزه، تخییرات نیازهای سخت‌افزاری در دهه گذشته و اهمیت زیرساخت دیجیتال برای توسعه اقتصاد و صنایع مختلف، به ویژه کشاورزی گفت‌وگو کردیم. آذری معتقد است که محدودیت دسترسی به فناوری‌های نوین، ضعف حکمرانی، ناپایداری انرژی و نبود استانداردهای ملی، بزرگ‌ترین موانع توسعه زیرساخت دیجیتال کشور هستند و تنها با سیاست‌گذاری هوشمند و نقش فعال بخش خصوصی می‌توان جهش واقعی در اقتصاد دیجیتال و تحول صنایع ایجاد کرد.



شماره ۱۸۷
۳۰ آذر ۱۴۰۴
سال پنجم



ایروالکس، در حال ساخت یک پلتفرم برای بانکداری جهانی است

بانکداری جهانی یکپارچه می‌شود؟

قانونی و توانایی‌های محلی خود را در ۱۲ بازار جدید از جمله فرانسه، هلند، اسرائیل، کانادا، کره، ژاپن، نیوزیلند، مالزی، ویتنام، برزیل، مکزیک و امارات گسترش داد. لی فیکسل از ادیشن نیز تأکید کرد که ایروالکس بازیرساخت مالی جهانی، نرم‌افزار و توانمندی‌های هوش مصنوعی خود در حال بازطراحی چشم‌انداز بانکداری کسب‌وکار است و موقعیتی منحصر به فرد برای حل مشکلات سیستم‌های سنتی دارد.

با ایجاد دفتر مرکزی دوم در سان‌فرانسیسکو، تیم‌های محصول، مهندسی، شراکت‌های استراتژیک و بازاریابی در مرکز نوآوری هوش مصنوعی مستقر می‌شوند. شرکت قصد دارد طی یک سال آینده تعداد کارکنان خود در آمریکا را به بیش از ۴۰۰ نفر برساند و فضای دفترش را در این شهر دو برابر کند. ایروالکس که در سال ۲۰۱۵ در استرالیا تأسیس شده، اکنون بیش از ۲ هزار کارمند دارد و برنامه‌ریزی کرده تا پایان ۲۰۲۶ نیروی انسانی خود را بیش از ۵۰ درصد افزایش دهد.

در مسیر توسعه عملیات مالی هوشمند، ایروالکس تیمی از ایجنت‌های تخصصی هوش مصنوعی ایجاد کرده است که وظایف واقعی مالی را انجام می‌دهند. این ایجنت‌ها بر پایه داده‌های رفتاری پرداخت، خزانه‌داری و هزینه، فرآیندهای چندمرحله‌ای را خودکار می‌کنند. نخستین مجموعه از این ایجنت‌ها در پلتفرم مدیریت هزینه راه‌اندازی شده و شامل ایجنت ثبت هزینه و ایجنت سیاست هزینه است که با کاهش کارهای دستی و تقویت کنترل‌ها، چرخه‌های مالی را کوتاه‌تر می‌کنند.

ایروالکس در تازه‌ترین دور تأمین مالی خود توانست ۳۳۰ میلیون دلار در سری جی جذب کند و ارزش خود را به ۸ میلیارد دلار برساند؛ رشدی نزدیک به ۳۰ درصد نسبت به سری اف. این دور به رهبری ادیشن و با مشارکت تی‌روپرایس، اکتیونت، لینگو، تو، رابین‌هود و نچرز و تی‌آی‌ای و نچرز انجام شد. هم‌زمان با این جذب سرمایه، سان‌فرانسیسکو به عنوان دومین دفتر مرکزی جهانی معرفی شد.

به گفته مدیرعامل و هم‌بنیان‌گذار شرکت، جک ژانگ، آینده بانکداری جهانی «بدون مرز، آنی و هوشمند» است و زیرساخت‌های سنتی نمی‌توانند نیازهای امروز را پوشش دهند. او تأکید کرد که ایروالکس در حال ساخت یک پلتفرم یکپارچه برای بانکداری جهانی، پرداخت، صدور صورتحساب، خزانه‌داری و مدیریت هزینه است و سرمایه جدید سرعت رشد شرکت و تقویت موقعیت آن در بازارهای کلیدی را به همراه خواهد داشت. عملکرد قوی شرکت در سال ۲۰۲۵ نیز انگیزه مهمی برای سرمایه‌گذاران بود. درآمد سالانه در اکتبر از یک میلیارد دلار عبور کرد و نسبت به سال قبل ۹۰ درصد افزایش یافت. حجم تراکنش سالانه نیز دو برابر شد و به بیش از ۲۳۵ میلیارد دلار رسید. در همین دوره، نزدیک به نیمی از مشتریان شرکت از چندین محصول آن استفاده کردند که نشان‌دهنده افزایش تناسب محصول با نیاز بازار است.

ایروالکس اکنون ۸۰ مجوز و تأییدیه در سراسر جهان دارد و به مشتریان خود امکان فعالیت در بیش از ۲۰۰ کشور و منطقه را می‌دهد. در سال ۲۰۲۵، این شرکت حضور





وقتی کارجو و کارفرما در بازار کار ناپدید می شوند

بحران شیخ استخدامی

پدیده «گوستینگ» یا ناپدید شدن ناگهانی، دیگر فقط یک رفتار حاشیه‌ای نیست و حالا به شکلی گسترده هم از سوی کارفرمایان و هم از سوی جویندگان کار دیده می‌شود؛ رفتاری که به گفته فرانکلین اشنایدر، بازار کار را به شدت متلاطم کرده است. او می‌نویسد کارفرمایان به‌طور معمول از متقاضیان می‌خواهند در چندین مصاحبه شرکت کنند و آزمون‌های زمان‌بر انجام دهند، اما پس از آن دیگر هیچ خبری از خود نمی‌دهند. در مقابل، برخی متقاضیان نیز که این فرایند دشوار را پشت سر می‌گذارند و حتی پیشنهاد شغلی را می‌پذیرند، هرگز در روز اول کاری حاضر نمی‌شوند.

بر اساس نظرسنجی اخیر شرکت گرین‌هاوس، نزدیک به دو سوم متقاضیان در ایالات متحده پس از مصاحبه تجربه گوست شدن را داشته‌اند. در همین حال، نظرسنجی سال ۲۰۲۳ سایت اینپدید نشان می‌دهد ۶۲ درصد از جویندگان کار قصد دارند در جست‌وجوهای شغلی آینده خود، کارفرمایان بالقوه را گوست کنند. این رقم در سال ۲۰۱۹ تنها ۳۷ درصد بود. استفاده از واژه گوستینگ در بررسی‌های کاربران سایت گلس‌دور در سال ۲۰۲۴ نیز تقریباً سه برابر سال ۲۰۲۰ شده است.

اشنایدر در گفت‌وگو با متقاضی‌ای به نام کلر روایت می‌کند که او هم‌زمان دو پیشنهاد شغلی را پذیرفته بود، با این نیت که فقط در یکی از آن‌ها حاضر شود. کلر توضیح می‌دهد ماه‌ها جست‌وجوی تحقیرآمیز، صدها درخواست بی‌پاسخ، برخوردهای تند مدیران با معرف‌هایش او را به این نتیجه رسانده بود که تنها شکل کنترلی که در اختیار دارد، گوست کردن کارفرمایان است. آداب اجتماعی مدت‌ها لبه‌های تیز فرایند استخدام را هموار می‌کردند و واقعیت‌های ناخوشایند رابطه نابرابر میان کارفرما و نیروی کار را پنهان نگه می‌داشتند؛ واقعیت‌هایی که حالا آشکارتر از همیشه شده‌اند.

نشده است. اگر وزارت ارتباطات و سازمان فناوری اطلاعات نگاه جامع و هدفمندی به این موضوع داشته باشند، می‌توان فصل جدیدی از شکوفایی در کشور ایجاد کرد.

سوال آخر این است که آینده حوزه زیرساخت دیجیتال را با توجه به حوزه فعالیت خودتان، که هم در کشاورزی و هم در زیرساخت فعالیت می‌کنید و تکنولوژی‌ها را دنبال می‌کنید، در سطح جهان و منطقه چگونه می‌بینید؟ با دست فرمان فعلی، چه اتفاقی برای زیرساخت دیجیتال کشور خواهد افتاد؟ پارسال در رویداد زیرساخت دیجیتال، کلیدواژه‌ای که زیاد روی آن مانور داده شد این بود که حدود ۷۰-۸۰ درصد زیرساخت فرسوده است و جالب این که چند ماه بعد خاموشی‌های برق رخ داد. آینده با دست فرمان فعلی و تغییرات لازم در حوزه زیرساخت دیجیتال کشور، به ویژه از سمت بخش خصوصی، چگونه خواهد بود؟ چه تغییر رویکرد و ذهنیتی باید در بخش خصوصی ایجاد شود و چشم‌انداز فضای بین‌الملل چگونه است؟

من حدود ۲۵ سال در حوزه فناوری اطلاعات و حدود ۲۰ سال در حوزه کشاورزی سابقه کار دارم. وقتی تصمیم گرفتم تمرکز خود را روی کشاورزی بگذارم، ابتدا فکر می‌کردم باید از آی‌تی خداحافظی کنم، اما وقتی بررسی کردم چه فناوری‌هایی از حوزه آی‌تی می‌تواند در کشاورزی استفاده شود، متوجه شدم آی‌تی ظرفیت بسیار زیادی برای کمک به کشاورزی دارد. چند نمونه از این فناوری‌ها وجود دارد که می‌توان روی آن‌ها کار کرد و بازار ایجاد کرد. در پاسخ به سوال شما، باید بگویم که من خوشبین هستم.

دلیل خوشبینی این است که هنوز توان تبدیل تهدیدها به فرصت وجود دارد. برای مثال، اکنون در حال تدوین استاندارد ملی مراکز داده هستیم و آخرین نسخه استاندارد جهانی را به استاندارد ملی تبدیل می‌کنیم. می‌توانیم از تجربیات کشورهای دیگر استفاده کنیم و متخصصین داخلی و خارج کشور نیز می‌توانند کمک کنند. بخش خصوصی هم می‌تواند با کنار گذاشتن سیاسی‌کاری و تمرکز واقعی روی کار، مسیر پیشرفت را ادامه دهد و نتایج ملموس ایجاد کند. در ایران نیز ظرفیت‌های فراوانی برای شکوفایی فناوری اطلاعات و اقتصاد دیجیتال در صنایع مختلف وجود دارد.

اگر به نمایشگاه‌ها نگاه کنید، می‌بینید که فناوری‌های نوین مبتنی بر آی‌تی در کشور عرضه می‌شوند و آخرین تکنولوژی‌های روز وارد می‌شوند. بنابراین با وجود مشکلات، خوشبین هستم و معتقدم می‌توان مسیر پیشرفت را ادامه داد. در حوزه بازار فناوری اطلاعات، اگر فعالان آی‌تی نگاه خود را از صرفاً فناوری اطلاعات به صنایع مختلف گسترش دهند، پیشرفت بیشتری امکان‌پذیر است.

برای مثال، در کشاورزی، باغ‌ها برای محافظت از خود در برابر آفات و بلایای طبیعی بیمه می‌شوند. با استفاده از تصویربرداری و الگوریتم‌ها، میزان محصول و خسارت پس از واقعه شناسایی و آنالیز می‌شود. همچنین، با تصویربرداری پهپادی و تحلیل وضعیت برگ‌ها و آفات، می‌توان زمان و حجم سموم را بهینه کرد، مصرف سم را کاهش داد و اثربخشی را افزایش داد. به طور کلی، آی‌تی می‌تواند زندگی کشاورزان، که بخش بزرگی از جامعه و شغل اصلی کشور هستند، را متحول کند. اما شرکت‌هایی که در این حوزه سرمایه‌گذاری می‌کنند هنوز بسیار کم هستند. امیدوارم این مسیر فراهم شود و بتوانیم به دستاوردهای بزرگی برسیم.

یک سوالی که مطرح می‌شود این است که اصولاً چرا این حوزه اهمیت دارد؟ گاهی موضوع را تقلیل می‌دهند و می‌گویند «فقط صحبت از چند سرور و هارد است». چه اتفاقی قرار است بیفتد؟ چه فناوری‌ای قرار است توسعه یابد؟ به نظر می‌رسد اهمیت این حوزه به درستی نه از سوی سیاست‌گذاران و نه از سوی سایر بخش‌های اقتصاد دیجیتال، اعم از صنفی یا توسعه سیستمی، درک نشده است. گاهی فعالان این حوزه احساس می‌کنند به اندازه‌ای که انرژی صرف مسائلی مثل فیلتر شدن یک سایت با تعداد کاربران محدود می‌شود، روی به‌روزرسانی و تأمین سخت‌افزارهای نوین انرژی صرف نمی‌شود و دغدغه آن‌ها بسیار کمتر است. بخشی از این مشکل نیز کم‌کاری فعالان صنف است که نتوانسته‌اند اهمیت موضوع را برای ذینفعان، نه فقط حاکمیت، بلکه مصرف‌کنندگان و شرکت‌های بزرگ تجارت الکترونیکی منتقل کنند. چرا شما فکر می‌کنید زیرساخت دیجیتال و تأمین سخت‌افزار مورد نیاز اقتصاد دیجیتال باید در کشور جدی گرفته شود؟

اگر به گزارش‌های معاونتی سازمان فناوری اطلاعات رجوع کنیم که کارش راه‌اندازی دولت الکترونیک است و سالانه گزارش می‌دهد، متوجه می‌شویم

چه تعداد سرویس در بدنه حاکمیت شناسایی شده، چه میزان از آن‌ها به سمت الکترونیکی شدن پیش رفته و چقدر باقی مانده است. بر اساس این گزارش‌ها، حدود ۷۰ درصد خدمات دولت اکنون روی بستر الکترونیک ارائه می‌شوند. برای مثال، اگر شما به سازمان ثبت، پلیس ۱۰۰ یا دفتر خدمات الکترونیک شهر مراجعه کنید و معامله‌ای بخواهید انجام دهید، اگر یکی از این سازمان‌ها سرویس پایدار نداشته باشد، فرآیند متوقف می‌شود. نتیجه این است که سیستم کند عمل می‌کند و هر کسی که بخواهد کم‌کاری خود را توجیه کند، می‌گوید «سیستم کند است». دلیل کندی سیستم عدم سرویس دهی مناسب است، که ممکن است به دلیل مشکلات سخت‌افزاری، اینترنت یا دیتا سنتر باشد.

با این حال که ۷۰ درصد خدمات دولت روی زیرساخت دیجیتال ارائه می‌شود و این زیرساخت دچار مشکل است، برخی اهمیت آن را جدی نمی‌گیرند. برای مثال، سازمان‌هایی که به تحریم‌ها حساس نیستند، برای تأمین تجهیزات مورد نیاز خود مناقصه می‌گذارند، اما شرکت‌هایی که می‌خواهند این تجهیزات را فراهم کنند، مجبور می‌شوند قوانین را دور بزنند تا کالا را تأمین کنند. نتیجه این می‌شود که سرویس‌ها به درستی ارائه نمی‌شوند.

نگاه ما نباید محدود به سرویس‌های آی‌تی باشد، چون آی‌تی صرفاً یک بازار نیست بلکه موتور محرک صنایع دیگر است. در کشاورزی و سایر صنایع، آی‌تی تحولات بزرگی ایجاد کرده است. تحریم‌ها و عقب‌ماندگی از فناوری‌های نوین یا عدم پرداختن به این حوزه‌ها باعث محدود شدن توان رقابتی کشور می‌شود. اگر دسترسی به این زیرساخت‌ها و فناوری‌ها فراهم شود، امکان جهش واقعی وجود دارد. زیرساخت دیجیتال فقط دیتا سنتر یا پهنای باند بین‌الملل نیست، بلکه گسترده‌تر است و در بسیاری از بخش‌ها هنوز ایجاد

جناب آذری با توجه به تجربه‌ای که در سال‌های گذشته در حوزه زیرساخت و تأمین داشته‌اید، فکر می‌کنید مهم‌ترین نیازی که فعالان حوزه زیرساخت دیجیتال کشور باید روی آن تمرکز کنند و باید به آن پاسخ دهند، از نگاه مجموع تجربه‌های شما چیست؟

اگر بخواهم مهم‌ترین نیاز را بیان کنم، فکر می‌کنم نبود برنامه‌ریزی بلندمدت از سوی نهادهای حاکمیتی است. ما دائماً با تغییرات روزمره قوانین، تغییر سیاست‌ها و مسائل مشابه مواجه هستیم. این موضوع باعث شده که در دسترسی به فناوری‌های نوین محدودیت داشته باشیم. به دلیل تحریم‌ها، سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت ریسک بالایی دارند و تغییرات مداوم، تصمیم‌گیری را دشوار می‌کند. در زمینه پهنای باند بین‌الملل نیز سیاست‌ها به گونه‌ای نیست که ما را به درستی هدایت کنند. در بسیاری از حوزه‌ها، استاندارد ملی تدوین نشده

و بعضاً استانداردهای موجود با یکدیگر مغایرت دارند. این وضعیت باعث می‌شود ورود به این حوزه پریسک باشد، سودآوری با سایر حوزه‌ها قابل مقایسه نباشد و نرخ مهاجرت بالا باشد. علاوه بر این، با توجه به اجرای نه‌چندان موفق کلود در کشور، شکاف عمیقی در نیروی متخصص حوزه کلود و امنیت سایبری داریم. به نظر من، بخش قابل توجهی از این مسائل با یک سیاست‌گذاری درست قابل رفع است یا حداقل می‌توان از شرایط پریسک فعلی خارج شد.

اگر بخواهید فضایی که در آن کار کرده‌اید را به چند دوره یا دسته تقسیم‌بندی کنید، تغییر نیازهای حوزه سخت‌افزار در ۱۰-۱۵ سال گذشته چگونه بوده است؟ برای مثال، در یک دوره، واردکننده تجهیزات مورد نیاز مصرف‌کننده‌ها بودیم و پی‌سی‌ها و مادربردها بسیار افزایش یافت. بعد نیاز کسب‌وکارها مطرح شد و سپس نیازهای حاکمیت شامل زیرساخت‌های استورج و پردازش. اکنون نیز بحث نیازهای هوش مصنوعی مطرح است. اگر خودتان بخواهید دسته‌بندی کنید، چه دوره‌هایی از تغییر نیازها در حوزه سخت‌افزار را می‌توانید نام ببرید؟

می‌توانم این دسته‌ها را در قالب یک جمله بیان کنم، چون این دوره‌ها خیلی گسسته و قدمت زیادی ندارند. ولی می‌توان گفت که زیرساخت دیجیتال امروز دیگر فقط با نبود دسترسی به سخت‌افزار یا مشکلات اینترنت مواجه نیست. مسائل اصلی امروز عبارتند از: محدودیت دسترسی به فناوری‌های نوین، ضعف حکمرانی، ناپایداری انرژی، نبود استانداردها و تنظیم‌گری ضعیف در این حوزه. این پنج یا شش مورد در حال حاضر مانع از آن شده‌اند که اقتصاد دیجیتال جهش لازم را داشته باشد.

هرچند در همه بخش‌ها کار انجام می‌شود، اما این اقدامات هماهنگ و هم‌راستا نیستند و هرکدام به سمت خود حرکت می‌کنند. اگر این انرژی‌ها تجمیع و به صورت هدفمند هدایت شوند، می‌توانند ما را از شرایط فعلی خارج کنند. بنابراین این پنج یا شش عامل طی ده سال گذشته بیشترین تأثیر را بر حوزه زیرساخت دیجیتال گذاشته‌اند.



شماره ۱۸۷
۳۰ آذر ۱۴۰۴
سال پنجم



سرمایه گذاری یک میلیارد
دلاری برای تحول سلامت
زنان

یک سرمایه گذاری جسورانه

در ماه مه ۲۰۲۴، ملیندا فرنچ گیتس با اعلام تعهد یک میلیارد دلاری از طریق بنیاد خیریه خود، پیوتال ونچرز، بر توانمندسازی و ارتقای صدای زنان تأکید کرد. او که سال ها فعال حقوق زنان و تأثیرگذاری اجتماعی بوده، اکنون با نگاه دقیق به آینده، پیش بینی جسورانه ای درباره وضعیت سلامت زنان در سال ۲۰۲۶ ارائه کرده است.

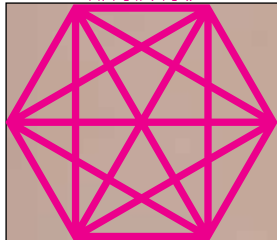
فرنچ گیتس با اشاره به اینکه سلامت زنان تاکنون «کم بودجه، کم تحقیق و کم درک شده» باقی مانده، توضیح داد که زنان در مقایسه با مردان ۲۵ درصد بیشتر از زندگی خود را در وضعیت های نامطلوب سلامتی می گذرانند. او افزود که این شرایط نتیجه سال ها بی توجهی به نیازهای ویژه زنان بوده و زمان آن رسیده که دیگر تحمل رنج زنان را متوقف کنیم.

در پست اخیر خود در لینکدین، فرنچ گیتس تأکید کرد که با سرمایه گذاری های مناسب، می توان پیشرفت در سلامت زنان را سریع تر از آنچه تصور می کنیم به دست آورد و سال ۲۰۲۶ را نقطه عطفی در این حوزه ساخت. او همچنین خاطر نشان کرد که رهبران و سازمان های نوآور در سراسر جهان با راهکارهای خلاقانه، در حال تحول و نجات زندگی زنان هستند.

از جمله دستاوردهای جدیدی که او به آنها اشاره کرد، می توان به واکسن های اچ پی وی تک دوز، روش های ساده تر پیشگیری از بارداری، آزمایش های خون برای شناسایی زودهنگام سرطان تخمدان و ابزارهای هوش مصنوعی برای کمک به پزشکان در شناسایی مشکلات سلامت زنان اشاره کرد. فرنچ گیتس با این پیش بینی، تصویری روشن از آینده ای ارائه کرد که در آن سلامت زنان نه یک مسئله فرعی، بلکه اولویت جهانی است و نوید داد که با تلاش مستمر، سال ۲۰۲۶ می تواند آغاز پایان رنج های طولانی مدت زنان باشد.



شماره ۱۸۷
۳۰ آذر ۱۴۰۴
سال پنجم



پایداری شبکه در جنگ و مسیر آینده زیرساخت دیجیتال

گفت وگو با محمد حسین کاشی، عضو هیئت مدیره شرکت ارتباطات زیرساخت

جنگ ۱۲ روزه اخیر، آزمون دشواری برای تاب آوری زیرساخت دیجیتال کشور بود. محمد حسین کاشی، عضو هیئت مدیره شرکت ارتباطات زیرساخت، در گفت وگو با کارنگ عملکرد شبکه ارتباطات کشور در این بحران را بسیار خوب ارزیابی می کند و آن را نتیجه برنامه ریزی ها و معماری سال های گذشته می داند. اما او هشدار می دهد که برای حفظ این برتری، باید به فکر شبکه های پشتیبان، مسیرهای جایگزین و حتی معماری مجدد در بخش هایی از شبکه بود. به باور کاشی، زیرساخت دیجیتال امروز ستون فقرات اقتصاد و حکمرانی دیجیتال است و همه بخش ها از حمل و نقل و انرژی تا بانکداری و ارتباطات بر دوش آن سوارند. او بر نقش کلیدی تعامل پایدار بین سیاست گذار، بخش خصوصی و توسعه دهندگان در تحقق این هدف تأکید می کند و سرمایه گذاری و تربیت نیروی انسانی را دو نیاز فوری و اساسی برای حفظ وضع موجود و حرکت به سوی توسعه می داند.

در این حوزه کار می کنند.

اگر بخواهیم به یک نکته قوت زیرساخت دیجیتال که نمره خیلی خوبی در ماجرای جنگ می گیرد اشاره کنیم، چه چیزی هست؟ و اگر بخواهیم یک درس بگیریم که باید حتماً برایش چاره ای بیندیشیم است؟

ببینید، مادر جنگ اخیر به نظرم به پایداری شبکه و استفاده مردم از سرویس هایی که در این حوزه وجود داشت، چه شبکه بانکی و چه حوزه های دیگر و نرم افزارها و سکوهایی که در این حوزه استفاده می کردند، یک نمره خوب و خیلی خوب می شود داد. با اینکه زیر سنگین ترین فشارها و حملات خارجی بودیم، شاید بتوان گفت نوع فشارها و حملاتی که ما

اگر بخواهیم برگردم به سوالی که پرسیدید: از سال قبل تا حالا، ما یک جنگ تحمیلی ۱۲ روزه داشتیم که میزان تاب آوری این شبکه به نظرم در این بازه زمانی که جنگ بود، سنجیده شد و مشخص شد که خب، نقاط قوت زیادی داریم اما باید به نقاط ضعفمان نیز دقت داشته باشیم، توجه داشته باشیم و برای بازسازی و نوسازی آن ها و احیاناً معماری مجدد در این لایه برنامه داشته باشیم تا بتوانیم شبکه ای قدرتمند و کاملاً پایدار در این حوزه داشته باشیم. این همراهی، محقق نمی شود مگر از طریق یک تعامل پایدار بین رگولاتور و سیاست گذار در این حوزه، بخش خصوصی و شبکه ای که درگیر این فضا هستند. حالا اسمش را می توان گذاشت پیمانکار یا مجموعه هایی که با ماهیت بخش خصوصی و توسعه دهنده ها و فراهم کننده های بستر نرم افزاری و سکوها

مهم ترین تغییراتی که فکر می کنید در حوزه زیرساخت دیجیتال و سخت افزارهای مورد نیاز فضای دیجیتال کشور این اواخر مشاهده کرده اید چه بوده است؟

به نظر من حوزه زیرساخت دیجیتال و زیرساخت ارتباطی کشور، اکنون مهم ترین بخش ویکی از اساسی ترین پایه های اجرای اقتصاد دیجیتال و حکمرانی در این لایه است. یعنی چه در موضوع تاب آوری، چه در فضای امنیت و چه در فضای اقتصاد دیجیتال، همه شان به نوعی به حوزه زیرساخت دیجیتال گره خورده اند. زیرساخت دیجیتال در اصل یک لایه اصلی است که تمامی سامانه های ما، چه در حوزه حمل و نقل، چه در حوزه انرژی، چه در حوزه بانکی و چه در حوزه های ارتباطی و اپراتورها، روی آن سوار شده اند.



شبکه ملی اطلاعات و چالش ۷۰ درصد محتوای داخلی

اینستاگرام و زیست آنلاین ایرانی‌ها

داخلی ضروری دانسته شده است. این گزارش بر گذار از اقتصاد ترافیک به اقتصاد محتوا تأکید می‌کند.

سلطه پلتفرم‌های خارجی

یکی از چالش‌های اصلی تحقق اهداف سیاستی شبکه ملی اطلاعات، گرایش کاربران ایرانی به سکوهای خارجی است. بررسی‌های ایسپا در سال ۱۴۰۳ نشان می‌دهد اینستاگرام با ۳۱ میلیون کاربر فعال و ۴۷ درصد سهم بازار، پربازدیدترین رسانه اجتماعی در ایران است. نسبت محتوای داخلی به خارجی در پلتفرم‌های ویدئویی داخلی، علی‌رغم رشد ۶۵ درصدی تولید محتوای اختصاصی در سال ۱۴۰۱، در سال ۱۴۰۲ به ۳۳.۳ درصد کاهش یافت و در سال ۱۴۰۳ منفی شد. میانگین نسبت محتوای داخلی به خارجی در سکوهای نمایش خانگی نیز تنها ۴.۵ درصد به ۹۵.۵ درصد است. با وجود این، خدمات محتوایی داخلی بخش مهمی از سبد مصرف کاربران ایرانی را تشکیل می‌دهند.

از تصدی‌گری به تنظیم‌گری

روند توسعه خدمات و محتوای داخلی از محدودیت‌های دسترسی به توسعه زیست‌بوم محتوایی حرکت کرده، اما هنوز در مرحله انتقال است. موفقیت این سیاست به تعادل بین امنیت فرهنگی، توسعه اقتصادی و رضایت کاربران بستگی دارد. رویکرد مثبت سیاست‌گذاری، با تمرکز بر شبکه ملی اطلاعات، حکمرانی را در سه لایه زیرساخت، پلتفرم و محتوا تعریف کرده و نشان‌دهنده گذار از اقتصاد ترافیک به اقتصاد محتوا است. اما سازوکار ناقص تقسیم درآمد بین پلتفرم‌ها و تولیدکنندگان، مانع شکل‌گیری اقتصاد محتوایی پایدار شده و تمرکز بر فروش پهنای باند و انتشار محتوای خارجی، گردش مالی غیرطبیعی در این حوزه ایجاد کرده است.

شبکه ملی اطلاعات و هدف ۷۰ درصد محتوای داخلی

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در تازه‌ترین گزارش خود درباره لایه محتوایی شبکه ملی اطلاعات هشدار داده است که دستیابی به هدف ۷۰ درصد سهم محتوای داخلی، علاوه بر نیاز به تنظیم‌گری نوین و تأمین مالی مناسب، به دلیل کمبود داده‌های شفاف و رسمی، هنوز قابل سنجش دقیق نیست. این در حالی است که آمارها نشان می‌دهد اینستاگرام با ۳۱ میلیون کاربر فعال و سهم ۴۷ درصدی از کل کاربران فضای مجازی کشور، همچنان پربیننده‌ترین شبکه اجتماعی در میان ایرانیان است.

براساس سند طرح کلان و معماری شبکه ملی اطلاعات، اهداف عملیاتی لایه محتوایی با رویکردی درون‌نگر، کاهش وابستگی به پلتفرم‌های خارجی را از طریق کسب ۷۰ درصد سهم ترافیک محتوای داخلی دنبال می‌کند. با این حال، تحقق این اهداف با چالش‌هایی نظیر بی‌توجهی به الزامات رقابت‌پذیری، ضعف در تسهیل‌گری و نبود رویه‌های مشخص برای تقسیم درآمدهای ترافیکی و درآمدزایی از تولید محتوا مواجه است.

الزامات توسعه زیست‌بوم محتوای داخلی

مرکز پژوهش‌های مجلس طراحی چارچوب‌های تنظیم‌گری نوین، تأمین مالی و مدل‌های درآمدی پایدار، تعیین استانداردهای فنی خدمات رسانه‌ای و توسعه زیرساخت‌های فنی رقابت‌پذیر را به عنوان راهکارهای سیاستی و الزامات اجرایی مطرح کرده است. برای توسعه زیست‌بوم خدمات محتوای داخلی، ایجاد چارچوب مبتنی بر تنظیم‌گری هوشمند، جلوگیری از نقض مالکیت فکری، توسعه زیرساخت‌ها، شیوه‌های نوین تأمین مالی، مشوق‌های مالیاتی، یارانه‌های تولید محتوا، راه‌اندازی سامانه رصد و پایش شاخص مصرف و حمایت از تولیدکنندگان

نیاز به شبکه و دی‌تاستر دارند. نیاز به ابزارهایی دارند که تکنولوژی جدید بتواند بهره‌وری تولیدشان را بالا ببرد.

در این مسیری که باید برویم نقش کدام بازیگران مهم‌تر است؟ یعنی از اپراتورها گرفته تا بازیگران بانکی. این وسط سیاست‌گذارها یا نهادهای سازمان‌های واسطی مثل شرکت ارتباطات زیرساخت، چه نقشی را باید پررنگ‌تر بپذیرند؟

اگر بخواهم این را در دسته‌بندی خدمتتان بدهم، نمی‌توانم بگویم فین‌تک در این فضا یا شبکه بانکی پرداخت مهم‌تر است یا شبکه اپراتوری. این دقیقاً فضایی است که هرکدام به نوعی مثل مهره‌ها و تکه‌های یک پازل، یک جزء بزرگی را کامل می‌کنند. به نظر من تقویت فضای ارتباطی و ایجاد بستر، چه در لایه ارتباطی و چه در لایه زیرساخت دیجیتال - که قطعاً بخشی از آن از شبکه ثابت و سیار ما می‌رود که شبکه بانکی هم روی همین شبکه سوار می‌شود و خدمات ارائه می‌دهد - مهم‌ترین نقطه است. یعنی هر چقدر ما شبکه سیار و ثابت و به دنبال آن شبکه زیرساخت یکپارچه و پایداری داشته باشیم، تمامی سرویس‌ها روی آن استفاده می‌کنند و خدماتشان قابل ارائه است. الان در شبکه پرداخت، به واسطه تجربه‌ای که خودم هم داشتم، ما چند میلیون پایانه فروش (پوز) داریم. بخش عمده‌ای از این پایانه‌های فروش سیار روی سیم‌کارت همین اپراتورها کار می‌کند. پس هر چقدر بتوانیم شبکه اپراتورها را چه در لایه ثابت و چه در لایه سیار تقویت کنیم، این باعث تقویت سرویس‌ها در بخش‌های مختلف می‌شود و پروژه‌هایی که کنار این‌ها تعریف می‌شود، مثل پروژه‌های مرتبط با سوخت یا یارانه و چیزهای دیگر که کنار این‌ها همگی می‌آیند و تعریف می‌شوند و لازمه این حوزه هستند.

مادر برنامه‌هایمان هست که کلیه سرویس‌ها و خدماتمان را به تدریج با مشوق‌ها و خدماتی که می‌دهیم و سرویس‌های فنی که ارائه می‌دهیم، از تهران خارج کنیم. این هم یکی از نقاط اصلی و جزو برنامه‌هایمان است که چه با همکاری بخش خصوصی و دارندگان پروانه و چه برنامه‌هایی که داخل شبکه خودمان پیش می‌بریم، سعی کردیم همان سرویس و خدماتی که در تهران در لایه ارتباطی داده می‌شود، بتوانیم در شهرهای بزرگ و در سی نقطه حضورمان در کل کلان‌شهرها و شهرهای کوچک ارائه دهیم؛ هم محتوا بتواند یک رینگ چرخشی داخل کشور داشته باشد و هم اینکه این بحث تمرکز زیاد در تهران، با پخش شدن تغییر کند.

ما ۱۶ دیماه دومین دوره رویداد زیرساخت دیجیتال را برگزار می‌کنیم. به عنوان برگزارکننده رویداد توصیه‌تان این است که روی چه محورهایی در حوزه زیرساخت دیجیتال تمرکز کنیم که اولویت بیشتری دارند؟

شاید منابع انسانی یکی از نقاط خیلی مهم باشد؛ تمرکز در این حوزه و تربیت نیرو در این حوزه اهمیت دارد. واقعاً یکی از چالش‌های شرکت‌ها همین موضوع منابع انسانی است. چه خصوصی چه دولتی. از طرفی باید با ایجاد مشوق از سمت رگولاتور یا نهادهای متولی، بتوانیم سرمایه‌گذاری بیشتری را در این حوزه جذب کنیم برای توسعه و افزایش پایداری شبکه که به نظر من در این همایش باید درباره آن صحبت شود کارهای بیشتری بکنیم. حالا امکان دارد با ورود بخشی از شبکه نظام بانکی یا بورس برای تأمین مالی در این حوزه حمایت‌هایی را تعریف کرد. خصوصاً با افزایش نرخ ارز و مشکلاتی که در این حوزه وجود دارد این امر ضروری است.

بحث بعدی هم تجمیع برخی کارها و اقدامات است. یعنی یک سری از مجموعه‌ها که می‌خواهند شبکه پشتیبان یا ایجاد کنند با هم همکاری کنند. شاید رویدادهایی نظیر رویداد شما در بخش نتورکینگ خودشان بتوانند ارتباطاتی را بسازند و هم‌افزایی‌هایی از این دست ایجاد کنند.

در این مدت تجربه کردیم، شاید کمتر کشوری با این شدت تجربه کرده باشد و توانسته باشد شبکه‌اش را در این شرایط پایدار نگه دارد. به نظر من همه کسانی که در بخش‌های مختلف اکوسیستم بودند، حالا از اپراتورها (شبکه‌های ثابت و سیار)، فراهم‌کننده‌های سرویس، پلتفرم‌ها، رگولاتور، مجموعه ارتباطات زیرساخت و جاهای دیگر، واقعاً همه پای کار بودند و در این مدت جنگ خیلی زحمت کشیدند. واقعاً باید از همه آن‌ها تشکر و قدردانی شود بابت این پایداری شبکه. اما درباره درس‌هایی که می‌توانیم از این اتفاق بگیریم، این است که به‌نظرم باید در یک سری از جاها به فکر شبکه‌های پشتیبان و مسیرهای جایگزین باشیم و شاید بعضی جاها نیاز به معماری مجدد در شبکه داشته باشیم. این را باید برای حفظ پایداری و حفظ برتری شبکه‌مان در اتفاقاتی که می‌افتد، در نظر بگیریم. این به‌نظرم مهم‌ترین درس و مهم‌ترین نکته‌ای است که برای آن بازسازی باید در نظر بگیریم.

نقش بخش خصوصی در این بازطراحی چیست؟

ببینید، توسعه شبکه و پایداری، هیچ‌وقت به این معنا نیست که دولت باید همه کار را انجام دهد. اتفاقاً بحث نوآوری، چابکی و انعطاف‌پذیری باید در بخش خصوصی باشد و بتواند از موقعیتی که رگولاتور یا حاکمیت فراهم می‌کند، استفاده کند. در واقع حاکمیت و رگولاتور در این حوزه بیشتر تسهیل‌گر، فراهم‌کننده اکوسیستم و بستر ساز خدمات جدید است. بحث‌هایی مثل منابع انسانی، لزوم سرمایه‌گذاری در این حوزه، ورود تکنولوژی‌های جدید مثل هوش مصنوعی و بیگ‌دیتا، خدمات ابری و هوشمندسازی صنعت، همه مواردی هستند که باعث می‌شود توجه بیشتری به حوزه توسعه زیرساخت‌های دیجیتال بشود و لزوم سرمایه‌گذاری در این حوزه احساس شود. همچنین به‌نظرم در لایه‌های تعرفه‌گذاری و لایه‌هایی که مرتبط با مشوق‌های سرمایه‌گذاری و حمایت‌های مالی است باید کارهای بیشتری شود تا بخش خصوصی به این حوزه جلب شود و بتواند با یک مدل اقتصادی درست هم سرمایه‌گذاری کند و هم تربیت نیرو در این حوزه داشته باشد.

اگر بخواهیم همین کیفیت فعلی زیرساخت دیجیتال کشور با وضع موجود را حفظ کنیم چه باید بکنیم و اگر نگاه توسعه‌ای داشته باشیم و بخواهیم از جهان و منطقه عقب نیفتیم نیازمند چه اقدام‌هایی هستیم؟

مهم‌ترین نیازی که اکنون داریم، بحث سرمایه‌گذاری است. در همه بخش‌ها نیاز به سرمایه‌گذاری داریم. یک اشاره بکنم؛ شبکه‌ای که در لایه ارتباطی و زیرساخت‌مان در کشور داریم، در شرکت ارتباطات زیرساخت، تقریباً در خاورمیانه بی‌نظیر است. اما کشورهای دیگر اکنون سرمایه‌گذاری می‌کنند، مسیرهای جدید باز می‌شود و این شبکه هم نیاز به نگهداری دارد. تکنولوژی عوض می‌شود، مدل‌های استفاده از خدمات و بسترهای شبکه‌های فیبری و کابلی عوض می‌شود. اما باید توجه داشت که حتماً باید در این حوزه سرمایه‌گذاری کنیم. اگر بخواهیم مقوله منابع انسانی را کنار بگذارم که حتماً یک فرآیندی دارد و مدام باید در حال تربیت نیرو باشیم - و به نظر من چه در لایه زیرساختی و چه در لایه امنیتی، تربیت نیروی امنیت سایبری و امنیت اطلاعات و نیرویی که بتواند شبکه را پایدار نگه دارد، جزو یکی از ارکان حکمرانی در حوزه سایبر باید در نظر گرفته شود - اگر این مقوله را کنار بگذاریم، بعد از مقوله منابع انسانی، مهم‌ترین مقوله بحث سرمایه‌گذاری است. چه ورود سرمایه‌های اندک از طریق روش‌های مختلف و صندوق‌های سرمایه‌گذاری، چه ورود بخش خصوصی با سرمایه‌های بزرگ‌تر و همین‌طور بستر سازی برای ورود صنایعی که هیچ ربطی به حوزه ما ندارند اما برای هوشمندسازی و استفاده از داده‌های آن صنعت،





عقب افتادگی جبران ناپذیر در انتظار ماست

هشدار شورش مرادی، فعال اقتصاد دیجیتال

شورش مرادی، از فعالان اقتصاد دیجیتال، با اشاره به «بحران بزرگ» تأمین تجهیزات سخت افزاری، هشدار می دهد امروز با پدیده بی نامی مواجهیم؛ انتظار بیش از ۲۰۰ روزه برای تخصیص ارز. به گفته او این تأخیرها باعث می شود از اهداف توسعه ای حوزه هایی مانند دولت الکترونیک، سلامت دیجیتال و هوش مصنوعی به شکل جبران ناپذیری عقب بمانیم. مرادی تأکید می کند که تجهیزات فناوری اطلاعات باید چون کالای اساسی در نظر گرفته شوند و می گوید دولتمردان امروز بیشتر از برنج و گوشت، باید به فکر توسعه زیرساخت دیجیتال باشند.

تجهیزات سخت افزاری پایه تأسیس شدند که برخی همچنان فعال مانده اند، برخی به سمت تجهیزات پیچیده تر و بنیادین تر حرکت کردند و تعداد زیادی وارد حوزه پردازش و تجهیزات زیرساختی دیتاسنتر شدند. دوره بعدی با شبکه سازی و اتصال رایانه ها مشخص شد. به تدریج نیاز واقعی به پردازش های مبتنی بر معماری کلاین-سرور احساس شد. بانک ها و شرکت ها که به دلیل ماهیت کارشان در حوزه تراکنش ها فعالیت می کردند، پیشران اصلی این تحول بودند. بانک ها با خرید تجهیزات سخت افزاری با کیفیت بالا، راه اندازی دیتاسنترها و واردات تجهیزات فعال و غیرفعال مرغوب، نقش مهمی در شکل گیری این اکوسیستم ایفا کردند. دیتاسنترهای نسل اول و دوم که در کشور به وجود آمدند، عمدتاً با تجهیزات زیرساختی فوق العاده بالا

با توجه به سابقه ای که در این فضا دارید اگر بخواهیم تاریخچه ای نگاه کنیم، ما چه دوره هایی را در حوزه سخت افزار و زیرساخت دیجیتال کشور پشت سر گذاشته ایم و الان کجا قرار داریم؟

با نگاهی به سابقه زیرساخت دیجیتال در ایران، می توان چند دوره مشخص را شناسایی کرد. در دهه هفتاد و زمان ریاست جمهوری آقای خاتمی، طرح «تکفا» به عنوان نقطه عطفی در کامپیوتریزه کردن دستگاه های دولتی و سازمان ها مطرح شد. در آن دوره، فروش رایانه های شخصی رونق فراوانی داشت و هدف اصلی جایگزینی سیستم های دستی و بایگانی سنتی با فرایندهای رایانه ای بود تا کیفیت ارائه خدمات بهبود یابد. در همین دوره، شرکت های متعددی در حوزه تأمین



شماره ۱۸۷
۳۰ آذر ۱۴۰۴
سال پنجم



کافی اوماکاسه؛ تجربه ای نوین در فرهنگ قهوه ژاپنی

نامه ای ژاپنی به کافین

سفری سه روزه در توکیو و کیوتو، چهار کافه ای تخصصی در زمینه ای اوماکاسه را تجربه کرد. این تجربه حس سرویس دهی در رستوران های لوکس سوشی را تداعی می کرد؛ جایی که شما در دستان یک کارشناس حرفه ای قرار می گیرید تا حواس شما را به تسخیر درآورد. اوماکاسه به معنای «می گذارم خودت تصمیم بگیری» است و دقیقاً چنین حسی را منتقل می کند؛ اعتماد کامل به مهارت و انتخاب استاد باریستا. هر نوشیدنی با دقتی بی نظیر آماده می شود و ترکیبی از عطر، طعم و رنگ تجربه ای منحصر به فرد می آفریند که فراتر از یک فنجان ساده است.

تاریخی غنی و اصیل

ژاپن همواره تاریخچه ای غنی در قهوه داشته است. برخی از کافه های قدیمی به نام «کیساتن» هنوز پابرجا هستند و نوستالژی روزگار قدیم را زنده می کنند. مری وایت در کتاب خود «زندگی قهوه در ژاپن» نوشته است که قهوه زمانی به عنوان دارو و محرک برای روسپیان قرن هفدهم در ناگاساکی مصرف می شد و در اوایل قرن بیستم به نوشیدنی ای رایج تبدیل شد.

او می نویسد: «گسترش صنایع قهوه جهان، در روزهای نخستین، رابطه ای نزدیکی با افزایش مصرف قهوه در ژاپن داشت.» در نهایت، کافی اوماکاسه چیزی فراتر از یک فنجان قهوه است؛ تجربه ای تمام عیار از هنر، تاریخ و فرهنگ ژاپنی که با هر جرعه، قصه ای برای گفتن دارد و حواس شما را به سفری بی نظیر می برد.

ایتالیا کاپوچینو را به جهان آورد، استرالیا فلت وایت را معرفی کرد، کوبا کافه سیتو را خلق کرد و خاورمیانه با قهوه سنتی اش، قهوه ای تاریخی را به میراث جهانی افزود. حالا نوبت ژاپن است: «کافی اوماکاسه». در فرهنگی که قهوه در آن به شکل روزافزون پیچیده و دقیق، و گاهی حتی کمی خودنمایانه شده، اوماکاسه گامی فراتر است. در این تجربه، نوشیدنی ها توسط باریستاها حرفه ای و جهانی آماده می شوند و هر سرویس با گپ و گفت دوستانه ای شبیه به مهمانداری حرفه ای همراه است. هر فنجان قهوه قصه ای دارد و تجربه ای چندحسی خلق می کند که ترکیبی از هنر، مهارت و ظرافت است.

قصه ای هر فنجان

«ما تلاش می کنیم قهوه ای نادر با داستانی پشتش پیدا کنیم.» این گفته ی هیدنوری ایزاکی، نخستین آسیایی که قهرمان مسابقات جهانی باریستا شد، نقطه ی عطفی است در فهم ژاپنی ها از قهوه. این نوشیدنی بیش از یک محرک ساده است؛ چیزی است که مردم و زمان را به هم پیوند می دهد. به گفته ی ایچی کونیموتو، که ۲۰ سال در صنعت قهوه ژاپن تجربه دارد، الهام این هنر از آیین سنتی چای ژاپنی گرفته شده است. میان غذاها و شیرینی ها بین سرو نوشیدنی ها سرو می شوند تا حال و هوای فصلی را منعکس کنند و تجربه ای چندحسی ایجاد کنند که حواس شما را به تسخیر درآورد.

سفر سه روزه به قلب قهوه ژاپنی

مت ویزر از روزنامه واشنگتن پست، در



مجهز بودند.

اما در سه چهار سال اخیر، موضوعاتی رخ داد که ماهیت همه چیز را به شکل بنیادین تحت تأثیر قرار داد. امروز با موضوعی مواجهیم که به شدت مهجور مانده و نیازمند توجه اساسی است: فقدان نگاه دقیق و درست در لایه تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری به زیرساخت مورد نیاز اقتصاد دیجیتال. نگاه غالب صرفاً بر تولید و ارائه سرویس متمرکز است، اما کمتر به این پرداخته می‌شود که یک سرویس برای طراحی و عرضه به مخاطب، به چه ساختار منسجم و یکپارچه‌ای نیاز دارد و چه زیرساخت فنی و سخت‌افزاری اعم از تجهیزات زیرساختی، سخت‌افزار و نرم‌افزار باید در اختیار داشته باشد. این حلقه مفقوده‌ای است که باید بدون تعارف و سانسور درباره آن بحث شود.

◀ اساساً چرا مقوله زیرساخت دیجیتال مهم است یا باید مهم انگاشته شود؟

دوره معاصر حتی با پنج سال گذشته نیز متفاوت است. سرویس‌های مبتنی بر فناوری اطلاعات که هر روز با آن‌ها درگیر هستیم دولت الکترونیک، سلامت الکترونیک، توسعه پایدار و سبز، و در یک‌دو سال اخیر استفاده از مدل‌های زبانی بزرگ و کاربردهای هوش مصنوعی همگی سخت‌افزار محور هستند و نیازمند تجهیزات پردازشی و محاسباتی پیچیده‌اند.

اینکه چرا باید درباره زیرساخت و اکوسیستم دیجیتال که بخشی از آن اقتصاد دیجیتال و بخشی ماهیت غیراقتصادی دارد صحبت کنیم، از این واقعیت ناشی می‌شود که امروز حتی برای کوچک‌ترین امور روزمره نیز از ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی کمک گرفته می‌شود. این نشان می‌دهد

زندگی عادی ما به شدت با فناوری اطلاعات درهم تنیده و متفاوت از چهار-پنج سال پیش است.

همان‌طور که در دوران پارینه‌سنگی نیاز به ابزار متناسب برای شکار سنگ‌های تیز، روش‌های تله‌گذاری و دنبال کردن حیوانات برای بقا وجود داشت، امروز نیز نیاز به یافتن ابزار متناسب با دوره خود داریم. ابزارهای دوره معاصر، ابزارهایی هستند که به ما در برقراری ارتباط مؤثر، تعامل انسانی با کیفیت بهتر و ارتباط دقیق‌تر و عمیق‌تر با یکدیگر بدون مرز و محدودیت مکانی کمک می‌کنند. برای این کار نیازمند ابزار هستیم: بخش بزرگی از آن تفکر و بخش دیگر ابزاری است که در به اشتراک‌گذاری این تفکر با دیگران یاری می‌رساند. یکی از مهم‌ترین این ابزارها هم زیرساخت‌های دیجیتال ما هستند.

◀ اقتصاد دیجیتال و ایکامرس کشور در ۱۵ سال گذشته رشد زیادی داشته است اگرچه هنوز جای رشد زیاد دارد. امروز اگر بخواهید از منظر نیازمندی‌های زیرساخت دیجیتال و سخت‌افزار ادامه رشد این زیست‌بوم به این فضا نگاه کنید، چه کمبودهایی وجود دارد که باید اقدام فوری برای آن انجام داد؟

در زیست‌بوم اقتصاد دیجیتال کشو چه در حوزه تجارت الکترونیک و چه فین‌تک که در ۲۰ سال گذشته

به شکل کج‌دار و مریز شکل گرفته، کسب‌وکار وجود دارد، مصرف‌کنندگان فراوانی دارد و تقریباً ۴۰ تا ۵۰ میلیون ایرانی از خدمات فروشگاه‌های آنلاین و دولت الکترونیک استفاده می‌کنند.

در حوزه تولید نرم‌افزار و ارائه سرویس، توان مهندسی خوبی برای تولید سرویس‌های منحصربه‌فرد وجود دارد. کسانی که با سرویس‌های تجارت الکترونیک خارج از کشور کار کرده‌اند، می‌دانند که در این حوزه اگر جلوتر نباشیم، عقب‌تر از نمونه‌های خارجی نیستیم. کار خوبی انجام شده و بومی‌سازی مناسبی صورت گرفته است. البته جای کار دارد و انتقادهایی نیز وجود دارد که احتمالاً در مسیر پیشرفت برطرف می‌شود و با آپدیت‌های ارائه‌شده، آینده بهتر از امروز خواهد بود اما کسی به پشت پرده نگاه نمی‌کند و امروز باید بر اهمیت پشت پرده تأکید کرد. تمام موضوعاتی که در این اکوسیستم دیجیتال چه سلامت دیجیتال، چه اقتصاد دیجیتال در لایه‌های مختلف کاربری از آن‌ها نام می‌بریم، همگی نیازمند سخت‌افزار هستند. و سخت‌افزار الزاماً فقط سرور نیست. اگر دیدگاه

ما محدود به این باشد که تجهیزات و سخت‌افزار یعنی سرور، به نیازمندی‌ها کم‌لطفی کرده‌ایم. بخشی سخت‌افزار و سرور است، بخشی سیستم‌های خنک‌کننده، بخشی تجهیزات غیرفعال، و بخشی تجهیزات قدرت و تامین انرژی الکتریکی همه در حوزه سخت‌افزار مورد نیاز دیتاسنترهایی قرار می‌گیرند که باید طراحی شوند تا توان پردازشی مناسب در اختیار اپلیکیشن‌ها قرار گیرد.

امروز با موضوعات مختلفی درگیر هستیم. در حوزه تامین تجهیزات سخت‌افزاری شامل تجهیزات قدرت، خنک‌کننده، تجهیزات مکانیکال و محاسباتی مانند سرورها، سوئیچ‌ها، روترها و فایروال‌ها،

و همچنین تجهیزات غیرفعال مانند کابل و اتصالات با یک بحران بزرگ مواجه هستیم.

واقعیت این است که تولید داخل به شکلی نیست که بتواند صددرصد نیاز را پوشش دهد. در حوزه واردات تجهیزات نیز مشکلات عدیده‌ای وجود دارد. یکی از مشکلات اساسی، موضوع تخصیص ارز است که در لایه کاربردی و اپلیکیشن بسیار نمود دارد، اما در لایه‌های بالاتر نگاه سیاست‌گذار به برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در این حوزه نیازمند تعامل بیشتر است

◀ موضوع تامین مالی این حوزه هم یک دغدغه جدی شده است گویا...

بله. امروز، در سی‌ام آذر ۱۴۰۴، با پدیده‌ای مواجهیم که نام مشخصی ندارد: انتظار بیش از ۲۰۰ روز برای تخصیص ارز. سیکل بازرگانی خارجی و واردات کالا از تامین‌کنندگان خارجی فارغ از تحریم فرایندهای مرتبط و متوالی دارد: خرید کالا، واریز پول به حساب فروشنده، بازرسی، حمل، رسیدن به گمرک، بازرسی گمرکی، انطباق با استانداردهای الزامی، آزمایش‌های آزمایشگاهی، ترخیص و نهایتاً نصب در دیتاسنتر، دفتر، سازمان یا شرکت خصوصی یا دولتی.

هر تأخیری در این زنجیره-چه برای کارت‌خوان، چه کارت فیزیکی، چه میکروچیپ روی سیم‌کارت، چه سرور یا مین فریم و تجهیزات مرتبط-باعث می‌شود

تاخیرهای زیادی در قدم‌های بعدی شارژ شود. اگر مثلاً حمل زمینی به جای ۱۴ روز، ۳۴ روز طول بکشد، این ۲۰ روز اضافه در مرحله بعدی شارژ می‌شود.

مثال واقعی: شرکتی در مناقصه شرکت کرده، تعهد تحویل سه‌ماهه داده، ۲۰۰ روز است که هنوز ارزی به او تخصیص نیافته. پس از تخصیص ارز، در فرایند ۵ تا ۲۰ روزه باید پول به حساب تامین‌کننده واریز شود، سپس کالا آزاد و فرایند حمل آغاز شود. این موضوع باعث می‌شود از اهداف و دستاوردهای تعیین‌شده در حوزه اقتصاد دیجیتال عقب بمانیم-و پاسخی هم وجود ندارد.

وقتی عقب می‌مانیم، در فضای استاتیکی نیستیم که بتوانیم انتظار داشته باشیم همه دنیا متوقف شود تا ما بتوانیم به آن‌ها نزدیک شویم. این موضوع واقعاً ضربه می‌زند و از دید فعالی که بیش از ۲۰ سال در حوزه تامین تجهیزات فعالیت مستقیم دارد، ضربه‌ای که این موضوع به کشور می‌زند جبران‌ناپذیر است. در مقطعی هستیم که نیاز به اقدام فوری و عاجل داریم.

کالای حوزه فناوری اطلاعات-آن بخشی که توان تولید داخل به آن نمی‌رسد-باید به عنوان تجهیزات زیرساختی و کالای اساسی مانند گندم، برنج، سویا و گوشت در نظر گرفته شود. زمانی که گوشت در کشور کم می‌شود، دولت خود اقدام به واردات می‌کند یا مجوز می‌دهد برای متعادل نگه‌داشتن بازار. همان فرایند توزیع گوشت، برنج، نخود، لوبیا، عدس و تخمه آفتابگردان که از کانادا وارد می‌شود، احتیاج به زیرساختی دارد که باید ایجاد شود تا بتواند سرویس ارائه دهد

ایران کشوری با ۸۵ تا ۹۰ میلیون نفر جمعیت است که در منطقه، هم به لحاظ بافت فرهنگی و هم به لحاظ اقتصادی و سبک زندگی مردم نسبت به کشورهای منطقه، از نظر جمعیت و مصرف و موارد پایه‌ای در اقتصاد دیجیتال و حتی اقتصاد کلاسیک، متفاوت و حتی یک قدم جلوتر است. نیازهای ما خیلی متفاوت با نیازهای کشوری مثل امارات متحده عربی، عمان یا کشورهای شورای همکاری خلیج فارس است.

دولتمردان و سیاستمداران امروز بیشتر از برنج، بیشتر از گوشت، بیشتر از نخود و لوبیا، باید به فکر توسعه زیرساخت اقتصاد دیجیتال در کشور باشند-چون همین اقتصاد دیجیتال کمک می‌کند بتوانند توزیع و مدیریت همان گوشتی که وارد می‌کنند را انجام دهند

◀ یک بخشی از فعالیت‌های شما در اکوسیستم مالی و بانکی کشور بوده و با نیازهای این حوزه به خوبی آشنا هستید. با مسیری که این زیست‌بوم طی کرده، فکر می‌کنید نیاز زیرساختی فوری آن در حال حاضر چیست و چقدر پاسخ‌هایی که به آن داده می‌شود درست و متناسب با آن نیاز است،

در اکوسیستم مالی و بانکی کشور، وضعیت پیچیده است و پاسخ دادن به سوالات سخت، پاسخ‌های یک‌خطی ندارد. نمی‌توان به سادگی گفت «اگر این، آنگاه آن». چنین ساده‌سازی کمکی به حل موضوع نمی‌کند.

شاید نیاز به بازنگری در طراحی‌ها و تصمیمات مدیریتی برای کل اکوسیستم اقتصاد دیجیتال نه فقط بانک و پرداخت و جود داشته باشد. یکی از آسیب‌پذیری‌های بزرگ، واردات و استفاده از تجهیزات دست‌دوم است. واردات تجهیزات دست‌دوم نمی‌تواند به طور کلی رد شود. ممکن است در موارد خاص مانند آزمایشگاه‌ها یا محیط‌های ایزوله برای تولید محصول قابل استفاده باشد. اما استفاده از تجهیزات دست‌دوم اعم از سرورها، سوئیچ‌ها یا تجهیزاتی که از فروش افتاده‌اند در دیتاسنترهای اصلی مخالفت جدی دارد



سرمایه‌گذاری بنیاد گیتس و ابوظبی برای بهبود یادگیری پایه

آموزش آینده فناوری در آفریقا

◀ ای‌دی‌کیو، سرمایه‌گذار حاکمیتی مستقر در ابوظبی و بنیاد گیتس همکاری چهار ساله‌ای به ارزش ۴۰ میلیون دلار را اعلام کردند این برنامه چهار ساله با هدف پر کردن شکاف‌های یادگیری پایه در آفریقای جنوب صحرا از هوش مصنوعی و فناوری آموزشی بهره می‌برد. رونمایی از این شراکت در حاشیه هفته مالی ابوظبی و در جریان بازدید بیل گیتس انجام شد.

◀ طبق این توافق، ای‌دی‌کیو تا سقف ۲۰ میلیون دلار در تأمین مالی مشترک مشارکت خواهد داشت. این شراکت، پلتفرم‌های یادگیری دیجیتال، فناوری‌های داده و ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی را به عنوان زیرساخت‌های اساسی آموزشی معرفی می‌کند. بودجه در دو برنامه اصلی صرف خواهد شد. برنامه اول یعنی «هوش مصنوعی برای آموزش» که در ۲۰۲۲ آغاز شد، از توسعه مدل‌های یادگیری مبتنی بر هوش مصنوعی حمایت کرده و مشاوره سیاست‌گذاری به دولت‌ها ارائه می‌دهد. برنامه دوم، صندوق «ادتک» و ای‌آی، وسیله‌ای با سرمایه‌گذاری چندجانبه است که توسط ای‌دی‌کیو و بنیاد گیتس پایه‌گذاری شده و سال آینده راه‌اندازی خواهد شد.

◀ این ابتکار با چالش‌های جدی منطقه روبه‌رو است. پیش‌بینی می‌شود تا ۲۰۵۰، یک سوم جوانان جهان در آفریقا زندگی کنند، اما در حال حاضر ۹ نفر از هر ۱۰ کودک در آفریقای جنوب صحرا تا سن ۱۰ سالگی قادر به خواندن یا ریاضیات پایه نیستند. بیش از ۹۳ درصد محصولات «ادتک» در کشورهای کم‌درآمد و متوسط شواهد اثربخشی ندارند و فقط ۴ درصد کودکان به طور منظم از این ابزارها استفاده می‌کنند. اوایل سال جاری، بنیاد گیتس ۲۴۰ میلیون دلار برای گسترش برنامه جهانی آموزش خود اختصاص داد تا به ۱۵ میلیون کودک در آفریقای جنوب صحرا و هند کمک کند.



زیرساخت INFRASTRUCTURE

شماره ۱۸۷
۳۰ آذر ۱۴۰۴
سال پنجم



فضانوردان هم سقوط می کنند

درباره شرکت پیشروی موتورولا؛ شرکتی که هر چند گام های بزرگی در جهت پیشرفت فناوری برداشت و حتی در برنامه ناسا برای سفر به ماه نیز مشارکت کرد، اما نتوانست این روند را حفظ کند

حراج بنانهادند.

پاول گالوین گرچه پیش از آن چندین بار اقدام به پایه گذاری شرکتی برای ساخت باتری کرده بود، اما این بار در کنار برادرش جوزف، راهی بدون شکست را آغاز می کرد. آن ها در برنامه شرکتی که خریداری کرده بودند، تولید دستگاه حذف باتری را دنبال کردند. این دستگاه به کاربران اجازه می داد از برق خانگی به جای باتری برای رادیوها استفاده کنند. پس از مدتی کوتاه و به دلیل پیشرفت ها در تولید رادیو، درخواستی برای محصول آن ها وجود نداشت. در همین زمان پاول گالوین متوجه شد که برخی افراد تلاش می کنند روی خودروها رادیو نصب کنند، بنابراین از مهندسان شرکت خواست تا رادیویی کوچک و ارزان طراحی کنند که قابل نصب روی خودروها باشد. نخستین مورد از این محصول که موتورولا نام گرفته بود، در سال ۱۹۳۰ به قیمت ۳۰ دلار فروخته و به سرعت با استقبال مشتریان روبه رو شد. پس از آنکه پلیس نیز برای

گرچه این روزها سفر به فضا هم اندک اندک دارد به خبری معمولی تبدیل می شود، اما هنوز مشارکت در برنامه های فضایی نشانه توان و اعتبار یک شرکت است. اگر نشانه های این مشارکت را به جای سال ۲۰۲۱ دهه های ۵۰ و ۶۰ میلادی دنبال کنیم، حتما ارزش بیشتری برای شرکتی خصوصی در نظر می گیریم که در طرح های ناسا برای فضا همکاری داشت. موتورولا یکی از همین شرکت ها است که افتخارات زیادی کسب کرده نشان حضور خود را تا فضا هم برده، اما همه این پیروزی ها نتوانست از سقوط شرکت جلوگیری کند.

رادیوی ماشینی؛ یک پیشرفت بزرگ

شکل گیری و رشد شتابان شرکتی مانند موتورولا نتیجه پشتکار و دوراندیشی بنیان گذارانش بود. برادران گالوین در سال ۱۹۲۸ شرکت خودشان به نام Galvin Manufacturing را روی بازمانده شرکت ورشکسته خریداری شده در یک



شماره ۱۸۷
۳۰ آذر ۱۴۰۴
سال پنجم

توصیه ADVISE



شرکت های بزرگ تا کجا می توانند به موفقیت خود ادامه دهند؟

پایان جاده پیروزی کجاست؟

اما از پایداری نسبی برخوردار است. در همین حال در این مرحله جریان نقدینگی شرکت افزایش یافته است. این بخش از حیات شرکت ها را به عنوان دوره بلوغ می شناسند. افول شرکت ها پس از این مرحله رخ می دهد؛ آنگاه که فروش، سود و نقدینگی رو به کاهش است و شرکت می پذیرد باید خود را آماده تغییر شرایط کند.

فهمیدن وضعیت چرخه حیات شرکت با بزرگ تر شدن و گسترش حوزه های کاری دشوارتر می شود. در همین حال سرعت گذر از یک وضعیت خوب به شرایط دشوار و خطرناک در شرکت های بزرگ با شتاب بیشتری بروز می کند. از طرف دیگر تغییرات در شرکت های بزرگ به کندی انجام می شود.

درست زمانی که نمودار تعداد کارکنان، مراکز عملیاتی، طرح های در دست اجرا و قراردادهای جاری شرکت ها رو به رشد است، باید وضعیت شرکت در چرخه حیات را بررسی کرد. بازگویی پیروزی های شرکت برای تبلیغات یا ایجاد انسجام درونی و افزایش انگیزه کارکنان مفید است، اما در بسیاری از اوقات موجب گمراهی تصمیم سازان و مدیران تصمیم گیر می شود.

در واقع سقوط بیش از همه برای شرکت های در حال گسترش که کامیابی هایی در حوزه کسب و کار خود داشته اند معنا پیدا می کند. شرکت های کوچک زیادی وارد بازار می شوند و می روند، اما بودن و ماندن یا ناکامی و رفتن شرکت های بزرگ اثرگذارتر است. سقوط شرکت هایی همچون موتورولا، نوکیا و یاهو که در تراز جهانی پیشتاز بودند نشان می دهد ناکامی های بزرگ در همان حوالی پیروزی های پرسرودا قرار گرفته و جاده پیروزی زودتر از آنچه پیش بینی شده به پایان می رسد.

ناکامی یا پیروزی شرکت ها و سازمان ها همیشه روندی یکسان و متوازن ندارد. نمودار پرفراز و نشیب حرکت شرکت ها و بالا و پایین رفتن جایگاه آنان با همه دشواری هایی که پدید می آورد، از زیبایی های دنیای کسب و کار است که درس هاس زیادی با خود دارد. گفته ای مشهور در بین صاحبان شرکت ها وجود دارد که: اگر شرکتی بیش از ۱۵ سال در بازار دوام آورده باشد، می توان آن را موفق و پایدار دانست. نمونه های بسیاری این گزاره را تأیید می کنند اما نمونه های دیگر نشان داده که حتی شرکت های بزرگی که چند دهه روی ریل پیروزی و پیشتاز بازار بوده اند هم نمی توانند با اطمینان از ادامه راه پیروزی خود صحبت کنند.

چرخه حیات شرکت ها را در چند بخش دسته بندی می کنند. نخستین بخش راه اندازی است که در این مرحله محصول یا خدماتی نو به بازار عرضه می شود. آغاز فروش در این مرحله گرچه کند است اما به تدریج بهبود خواهد یافت و گذر از آن به معنای دستیابی به روند فروش مستمر محصول یا خدمت است. کسب سود و گذر از مرحله بازگشت هزینه به معنای ورود شرکت ها به مرحله رشد است. در این مرحله فروش و حضور در بازار روی مدار افزایش قرار می گیرد، اما با ورود رقبای، محصولات یا خدمات جدید یا اشباع بازار روند رشد کاهش یافته یا متوقف می گردد. در این مرحله تکانه هایی به شرکت وارد می شود که به مدیران هشدار می دهد برای نگهداری جایگاه شرکت آسودگی خاطر برخاسته از پیروزی را کنار بگذارند.

پس از این مرحله شرکت ها وارد دوره ای می شوند که سودآوری گرچه کاهش یافته،





سومین رویداد برند کارفرمایی

برگزار شد

راه کار
کلر خالید - فناوری راه کار

برند کارفرمایی
EMPLOYER BRANDING



شماره ۱۸۷
۳۰ آذر ۱۴۰۴
سال پنجم



آن‌ها در فهرست شرکت‌های همکار ناسا برای برنامه فضایی قرار گرفتند. موتورولا تجهیزات مخابراتی لازم برای طرح ناسا موسوم به کاوشگر ۱ (Explorer ۱) را طراحی و تولید کرد و خود را عضوی از بزرگ‌ترین برنامه‌های فناوریانه حیات بشری کرد. سال‌ها پس از آن و زمانی که هنوز تصویر گام نهادن بشر روی سطح ماه هیجان‌انگیز بود، تبلیغات موتورولا روی این نکته افتخارآمیز تأکید داشت که وقتی در سال ۱۹۶۹ نیل آرمسترانگ جمله مشهور «گامی کوچک برای یک مرد و جهشی بزرگ برای بشر» را از ماه با فرستنده‌گیرنده موتورولا ارسال کرد، «موتورولا آنجا بود».

داستان سقوط

سال‌های پس از آن هم مسیر رشد برای شرکت فراهم بود و ساخت نخستین ریزپردازنده در سال ۱۹۷۴ گامی استوار برای حضور شرکت در دنیای نوین دیجیتال بود. این روند همچنان ادامه یافت و شرکت بخش‌های مختلف خود را در چند ایالت آمریکا و کانادا گسترش داد تا در سال ۱۹۹۱ نخستین نسخه کاربردی تلفن دیجیتال بر پایه شبکه سلولی GSM را معرفی کرد. این در حالی بود که تولید ریزپردازنده موتورولا سنگ بنای موفقیت‌های بعدی برای شرکت‌هایی همچون اپل، ایچ. پی، آتاری، سان و کمودور را گذاشته بود. همان‌گونه که انتظار می‌رفت، با ظهور تلفن‌های همراه، موتورولا یکی از پیشگازان این عرصه بود و نمونه‌های موفق‌تری را به بازار عرضه کرد؛ اما سال‌های پایان قرن بیستم و آغاز هزاره برای موتورولا به‌خوبی پیش‌نرفت. ظهور بازیگران چابک که نگاهی جهانی داشتند، کار را برای موتورولا دشوار کرد و کندی شرکت در ارائه محصول بر پایه فناوری 3G نیز شرکت را از جایگاه یک پیشگاز فرود آورد. به این ترتیب موتورولا، نقش آفرین برجسته دوران دیجیتال، توسط گوگل که محصول عصر فناوری اطلاعات بر پایه فناوری دیجیتال بود، خریداری شد. ناکامی موتورولا در نگهداری جایگاه شرکتی که برای چندین دهه نشانی اثرگذار در دنیای ارتباطات و دیجیتال بود و محصولاتش تا ماه هم رفت، نشان داد که فضاوردان هم سقوط می‌کنند.

خودروه‌هایش از این رادیوها استفاده کرد، تولیدات شرکت در مسیر رشد قرار گرفت.

همکاری فناوریانه با ارتش در جنگ جهانی

شرکت پس از کامیابی در نخستین محصول، مسیر طراحی و تولید تجهیزات رادیویی را دنبال کرد و در سال ۱۹۴۰ توانست نخستین نسخه از دستگاه مکالمه بی‌سیم را طراحی و تولید کند. پس از آن مرکز پژوهش خود را به سرپرستی یکی از پیشگازان رادیوهای اف. ام. و نیمه‌هادی‌ها به نام دن نوبل (Dan Noble) پایه‌گذاری کرد. این تغییرات و شروع جنگ جهانی دوم شرکت را در جایگاهی ویژه قرار داد و آن‌ها توانستند با طراحی و تولید محصولات مورد نیاز ارتش در جایگاه ۹۴ پیمانکاران همکار ارتش آمریکا قرار بگیرند.

شرکتی که برادران گالوین روی خاکستر یک تولیدکننده ورشکسته و با سرمایه ۵۶۵ دلار پایه‌گذاری کرده بودند، در دومین دهه از حیات خود به یک تولیدکننده بزرگ تبدیل شده بود که شناخت خوبی از نیازهای نوین مشتریان داشت. پیوندی که بین شناخت از بازار و پژوهش برای ساخت محصولات جدید ایجاد کرده بودند، به آن‌ها جسارت کافی داد تا در سال ۱۹۴۳ سهام شرکت را به صورت عمومی عرضه کنند. راه کامیابی برای شرکت که اینک به موتورولا تغییر نام داده بود، باز شد تا در چند دهه پس از آن یکی از پیشگازان تولید و نوآوری در زمینه ارتباطات باشد. ساخت لامپ تصویر (موسوم به لامپ اشعه کاتدی CRT) و تلفن‌های رادیویی برای خودرو از مهم‌ترین آن‌هاست. در همین دوره موتورولا که با تکیه بر مرکز پژوهش خود موفقیت‌های زیادی به دست آورده بود، حمایت از دانشگاه‌های پیشگاز آمریکا را در برنامه خود قرار داد. به این ترتیب ساختاری ایجاد شد که در کنار تلاش برای همگام شدن با فناوری و ساخت محصولات جدید، زمینه خلق فناوری را هم فراهم سازد. یکی از محصولات موتورولا در این سال تولید نخستین نسخه تجاری ترانزیستور بر پایه ژرمانیوم در سال ۱۹۵۵ بود. به این ترتیب



مهران امیری

 mehranamiri@gmail.com



دومین رویداد

زیرساخت دیجیتال

۱۶ دی ماه برگزار می شود

زیرساخت
دیجیتال

