اولین روزنامه سهامداری ایران (خبرنگاران و کارکنان)

صمت
صنعت معدن تجارت

شنبه
• ۶ آبان ۱۴۰۲
• ۱۲ ربیع‌الثانی ۱۴۴۵
• ۲۸ اکتبر ۲۰۲۳

• سال سی‌وپنجم شماره پیاپی ۳۷۵۱ • دوره جدید سال نهم شماره ۲۴۳۳ • ۱۶ صفحه • قیمت: ۱۰۰۰۰ تومان

www.smtnews.ir - http://Telegram.me/smtnews



شرکت بهینه‌سازان رژان واحد نمونه صادراتی کشور شد

صادرکننده عمده میوه و تره‌بار به بیش از ۲۰ کشور جهان

سرمقاله



رابطه معنادار توسعه با ضریب نفوذ اینترنت ۲

یادداشت‌های امروز



فناوری اطلاعات در خدمت صنعت و مردم ۴



یک شبه ره صد ساله رفتن ۶



سرمایه‌گذاری در دنیای متاورس ۹



آینده روشن هوش‌مصنوعی در ایران ۱۱

گفت‌وگو



دنیایی که در جیب ما است ۶



جادوی «وب» در جهان

اینترنت فرصتی برای پویایی اقتصاد ۳
اینترنت اشیاء آینده گریزناپذیر صنعت خودرو ۴
سهم اندک کسب‌وکارهای آنلاین از بازار ۸
متاورس، مدینه فاضله دنیای مجازی! ۹
نقش سکوهای اینترنتی در بازار مسکن ۱۰
کسب‌وکارها پشت سد فیلترینگ ۱۲
روایتی از یک سرگیجه بی‌پایان ۱۳
از «بیت‌نت» تا «اینترنت» ۱۴
جهان در تسخیر «آرپا» ۱۶



جناب آقای دکتر محمد انصاری
ریاست محترم سازمان صنعت، معدن و تجارت استان البرز

انتصاب بجا و شایسته حضرتعالی را به سمت ریاست سازمان صنعت، معدن و تجارت استان البرز که نشان از درایت و لیاقت و توانمندی شماست تبریک گفته، رجای واثق داریم کارآمدی‌های برجسته شما نویدبخش پیشرفت و توسعه صنعت استان خواهد بود.

شرکت تولیدی و بازرگانی فواد آرا (فولاد بازافکن‌پور)



جناب آقای دکتر محمد انصاری
ریاست سازمان صنعت و معدن و تجارت استان البرز

انتصاب جنابعالی را به سمت ریاست سازمان صنعت و معدن و تجارت استان البرز تبریک گفته ،امید است در سایه تاییدات الهی و با کوله باری از تجربه شما شاهد تحولات چشمگیر در صنعت البرز باشیم

شرکت کاغذ حساس نمابر مهر (امیر عصاری)

مناقصه عمومی

معدن کار باختر

شرکت معدن‌کار باختر در نظر دارد **خرید، نصب و راه‌اندازی تجهیزات سنگ‌شکن واقع در واحد شهرک (استان کردستان جاده زنجان - بیجار- سه‌راهی قجور به طرف حسن‌آباد یاسوکند - جنب روستای سراب - معدن شهرک -آقای مهندس غلامی ۰۹۱۷۸۰۳۵۸۱۴)** را از طریق مناقصه عمومی به تأمین‌کنندگان واجد شرایط واگذار نماید. از متقاضیان محترم دعوت به عمل می‌آید پس از بازدید از محل و دریافت اسناد ۲ مناقصه از سایت www.madankarbakhtar.ir و تحویل پاکت‌ها حداکثر تا ۷ روز کاری به واحد پشتیبانی -۰۹۱۸۳۱۸۹۸۲۳ آقای بابایی ۰۸۱۳۸۳۷۰۲۳۵(همدان- خیابان مهدیه، جنب بانک صادرات،کوچه توحید، بن‌بست کیانیان، درب اول از سمت راست) یا دفتر تهران (سعادت‌آباد، نرسیده به خروجی نیایش شرق، خیابان۲۶ (حق‌طلب غربی) پلاک ۴۹ ساختمان صبانور- طبقه همکف - شرکت معدن کار باختر - خانم تاجیک) اقدام فرمایند.

شرکت معدن‌کار باختر (سهامی خاص)

مناقصه عمومی

معدن کار باختر

شرکت معدن‌کار باختر در نظر دارد **عملیات تسطیح و برف‌روبی مسیرهای کارگاه خود در معدن سنگ‌آهن باباعلی (استان همدان-کیلومتر ۳۵ جاده سنندج - معدن سنگ‌آهن روستای باباعلی - مهندس عباسی ۰۹۱۹۱۳۴۹۰۲۴)** را به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید. لذا از متقاضیان محترم دعوت به عمل می‌آید پس از بازدید از محل و دریافت اسناد مناقصه از سایت www.madankarbakhtar.ir و تحویل پاکت‌ها حداکثر تا ۷ روز کاری به واحد پشتیبانی آقای بابایی ۰۹۱۸۳۱۸۹۸۲۳- ۰۸۱۳۸۳۷۰۲۳۵ (همدان- خیابان مهدیه، جنب بانک صادرات،کوچه توحید، بن‌بست کیانیان، درب اول از سمت راست) یا دفتر تهران (سعادت‌آباد، نرسیده به خروجی نیایش شرق، خیابان۲۶ (حق‌طلب غربی) پلاک ۴۹ ساختمان صبانور- طبقه همکف - شرکت معدن کار باختر - خانم تاجیک) اقدام فرمایند.

شرکت معدن‌کار باختر (سهامی خاص)

آقای مهندس علی خلیلی مدیرعامل شرکت تولیدی صنعت قیر پارسیان انرژی:

صادرکننده نمونه ملی و نگین سیاه هرمزگان



صادرات به عنوان موتور محرکه اقتصاد و رمز بقای کشورها در بازارهای جهانی نقش مهمی را در عرصه اقتصاد ایفا می کند، زیرا تقویت ظرفیت‌های تولید و ایجاد ظرفیت‌های جدید، هموار کردن راه توسعه صادرات نقش دولت را به عنوان تضمین‌کننده سرمایه‌گذاری‌های موجود و کاهش انحصار پررنگ تر می کند، که در ادامه مصاحبه‌ای با جناب آقای مهندس علی خلیلی مدیر عامل شرکت پارسیان انرژی انجام داده‌ایم که در زیر به آن می‌پردازیم:

آقای مهندس خلیلی اول در خصوص برنامه صادراتی شرکت توضیح بفرمائید؟

شرکت تولیدی صنعت قیر پارسیان انرژی با سابقه ۱۰ سال فعالیت در زمینه تولید قیر و اشتغال‌زائی بیش از ۲۰۰ نفر مستقیم و ۱۰۰۰ نفر غیر مستقیم در استان هرمزگان و در امر فروش صادراتی قیر با درجات تخصصی متفاوت در غالب محصول فاقد بسته‌بندی (فله) و همچنین محصول قیر بسته‌بندی شده بشکه، فلکسی و جامبو بگ به کشورهای حوزه شرقی قاره آفریقا، هندستان، بنگلادش، چین و امارات متحده عربی و سایر کشورها مشغول به فعالیت بوده است و اهداف برنامه‌ریزی شده و استراتژی فروش شرکت علاوه بر حفظ بازارهای فعلی، توسعه و رشد بازارهای هدف در حوزه کشورهای در حال توسعه می‌باشد.

شما در سال ۱۴۰۲ به‌عنوان صادرکننده برتر کشوری شناخته شدید. در ارتباط با این موفقیت توضیح بدهید؟

البته که شرکت قیر پارسیان انرژی به لطف پروردگار و همت همکاران برای دومین سال پیاپی به‌عنوان صادرکننده برتر و نمونه کشور به‌عنوان نماینده استان هرمزگان انتخاب شد. برنامه‌ریزی شرکت برای دستیابی به این موفقیت و حفظ جایگاه سال قبل با وجود رقیبان متفاوت و قدرتمند در دو حوزه تدوین و اجرائی شده بود. ابتدا بکارگیری نیروهای متخصص و استفاده از کادر مجرب در راستای تولید قیر باکیفیت و مرغوب و قابل رقابت با قیر مشابه سایر کشورها که باعث حفظ اهداف صادراتی گردد و در ادامه، تلاش مدیران شرکت بر این بود که در راستای مشتری مداری گام برداشته و استراتژی حفظ و جذب مشتریان جدید را در پیش بگیرد.

آقای مهندس خلیلی در مورد دستورالعمل بانک مرکزی در خصوص الزام به برگشت ارز از طریق سامانه نیما که مشکلاتی برای صادرکنندگان قیر بهمراه داشته صحبت می کنید؟

متاسفانه در دو ماه اخیر و با ابلاغ دستورالعمل جدید بازار فروش صادراتی ملتهب و دچار شوک شد و صادرکنندگان قیر محتاط شدند و اشتیاق به صادرات کم رنگ شد. در راستای بررسی و کارشناسی اشاره می‌نماید که خوراک مصرفی صنعت قیر از طریق وکیوم باتوم صنایع پالایشگاهی که در رینگ صادراتی بورس کالا و بهمراه اعلام قیمت پایه عرضه می‌شود و در رقابتی آزاد خریداران حتی تا ۲۵ درصد بالاتر از قیمت پایه خوراک اولیه شرکت‌های تولیدی قیر را تهیه می‌نمایند. رقابت ایجاد شده از طریق ساز و کار عرضه بورسی به‌عنوان سود و منفعت شرکت‌های پالایش نفتی، نصیب سهامداران آنان از جمله دولت می‌شود. حال چگونه صنایع تولیدی قیر که مواد اولیه را در بازاری رقابتی تهیه کرده و با سودی حداقلی و کلی موانع صادراتی اقدام به بازگشت ارز می‌نمایند اقدام به فروش ارز حاصل از صادرات خود با قیمت دستوری و ۲۰ درصد کمتر از بهای تمام شده در سامانه نیما نمایند؟ آیا با اجرای این ابلاغیه و حفظ سطح قیمت پایه خوراک وکیوم و منافع منتفعان اشتیاق و انگیزه‌ای برای صادرات قیر و ارزآوری باقی می‌ماند؟ به‌عنوان فعال اقتصادی انتظار دارد که مدیران کرسی‌نشین وزارتخانه‌ای و بانک مرکزی پس از بررسی‌های کارشناسی و سنجش میدانی و اصلاح موانع اجرا، اقدام به طرح مطلب و صدور ابلاغیه و دستورالعمل نمایند تا این طور صنایع مختلف خدمت‌رسان به اقتصاد کشور دچار آسیب، یأس و ناامیدی نگردد.

درخواستی که از رئیس‌جمهور و وزیر صمت برای رفع مشکلات صادرکنندگان دارید را بفرمائید؟

پس از سپاسگزاری و قدردانی نسبت به انتخاب شرکت قیر پارسیان انرژی از کلیه عوامل اجرائی و به‌عنوان صادرکننده نمونه کشوری که همزمان در حوزه تولید و صادرات مشغول به فعالیت است نظر نامبردگان را به شرایط پیش آمده طی سیاست‌های اجرائی دولت جدید در زمینه صادرات از جمله فرآورده‌های نفتی نسبت به اخذ علی‌الحساب ۲ درصد مالیات عملکرد (خروج سرمایه در گردش بخش خصوصی به نفع دولت در راستای جبران کسری بودجه) و عوارض نیم درصدی وزارت راه نسبت به ارزش اظهارنامه صادراتی و شرایط سخت‌گیرانه رفع تعهد ارزی اجرایی از سوی بانک مرکزی جلب می‌نماید. حال از آنان تقاضا دارد که با تسهیل موانع و مشکلات یاد شده، برای حوزه تولید و صادرات و همچنین ضمن پایش و کنترل مستمر رویه‌های اجرایی و نظارت آگاهانه بر تصمیمات اتخاذی دستگاه های ذیربط ضمن یاری بخش خصوصی در روزگار سخت و تاریک حاکم بر اقتصاد فعلی کشور، نسبت به برطرف کردن تفکر وجود دوگانگی از گفتار تا اجرا قدم بردارند.

دولت برای تسهیل صادرات چه برنامه‌هایی می‌تواند ارائه نماید؟

خوب پاسخ سوال کلی شما را با تفکر اقتصادی از بدنه اجرایی بخش خصوصی می‌دهم. کاهش ارزش پولی کشور در مقابل رشد حداقلی صادرات موجه نبود و عملکرد اقتصادی دولتمردان با تصمیم‌گیری‌های انقباضی همراه بوده و موجب کوچکتر شدن تراز اقتصادی ملی و توان خریداران شد. پیشنهاد دارد تا برنامه‌ریزی‌های دولت در کنار سیاست‌های باز روابط خارجه و کاهش تنش‌های سیاسی در منطقه و در راستای بودجه ای درآمدزا و انگیزشی برای اقتصاد بخش خصوصی با کاهش موانع مالیاتی و عوارضات و تسهیل در شرایط رفع تعهد ارزی همراه باشد تا از منفعت قابل دسترس و اشتغال‌زائی بهمراه، دولت نیز منتفع گردد.

در پایان اگر صحبتی دارید که بنده به آن اشاره نکردم بفرمائید؟

ضمن عرض تقدیر و تشکر از جنابعالی، آرزوی موفقیت و بهروزی برای شما، مجموعه رسانه‌ای کشور و کلیه هموطنان عزیز را از درگاه حق تعالی خواستارم.



سرمقاله

رابطه معنادار توسعه با ضریب نفوذ اینترنت



عاطفه خسروی
مدیرمسئول

شـاید این روزها، حتی پاسـخ به سـوال و تصـور زندگی بدون اینترنت دشوار باشد؛ به‌ویژه برای کسانی که وابستگی شـغلی بالایی به این فناوری دارند. در دنیای امروز بسـیاری از کسـب‌وکارها برپایه اینترنت شکل گرفته و توسعه یافتند و بازگشـت به عقب برای صاحبان این مشـاغل، غیرممکن است؛ حتی دوری راه و زندگی در غربت به مدد پیام‌رسان‌ها و تماس‌های صوتی و تصویری اینترنتی، قابل‌تحمل‌تر از قبل شده است.

در یک کلام پیشـرفت فناوری باعث شـده امروزه بیشتر کارها به‌صورت اینترنتی انجام شود و در واقع اینترنت توانسته زندگی فردی و اجتماعی افراد را تا حد زیادی تحت تاثیر قرار دهـد. اپیدمی کرونا نیز این نقـش را پررنگ‌تر از قبل کرد و وابستگی بشر در زندگی فردی و کاری به شبکه‌های اجتماعی بر بستر مجازی بیشتر از قبل شد.

حال تصور کنید یک روز از خواب بیدار شـوید و بشـنوید که دیگر خبری از اینترنت نیسـت! تصوری محال که شـاید بد نباشـد برای کسـب آرامش، گاهی خودخواسته، زندگی را از سـلطه ایـن حکمـران پرقدرت خارج کنیـد. در دنیای پرتلاطم امروز شاید گاهی بی‌خبری خوش‌خبری باشد. البته بدون‌شک، اسـتفاده از این «آرامش» خودساخته نمی‌تواند بیشـتر از چند سـاعت در روز، هفته یا ماه باشـد، اما تجربه آن برای تمدد اعصاب هم که شـده، بد نیسـت! دنیای بدون اینترنـت، گرچـه ممکن اسـت زندگـی کاری و ارتباطی با دیگران را سخت کند، اما بدون شک، ارتباط ما با خودمان را بهتر از قبل خواهد کرد.

از این تصور محال و پیشنهاد که بگذریم؛ در دنیای واقعی چیزی جز اتکای زندگی بشـر امروز به اینترنت، وجود ندارد. در دنیـای پر از تکنولوژی امـروز، نبود فضای مجازی، یعنی انزوا و دوری از جامعه جهانی.

برهمین اسـاس است که برای حضور در زندگی اجتماعی و در بعدی کلان‌تر، برای حضور در جامعه بین‌الملل، نیازمند ابزارهـای ارتباطـی و توسـعه زیرسـاخت‌های موردنیاز آن هستیم. نامه‌ها و پیام‌هایی را تصور کنید که در کمتر از چند ثانیه از طریق ایمیل یا پلتفرم‌های شبکه‌های مجازی دریافت می‌کنید؛ حادثه‌ای را تصور کنید که تنها چند دقیقه پس از وقوع در آن سـر دنیا، از آن مطلع می‌شـوید؛ نتایج آزمونی را تصور کنید که چند سـاعت بعد از برگزاری، روی سایت قرار گرفته اسـت؛ فایل‌های تصویـری و ویدئویی پرحجمی که با یک کلیک به آن سـردنیا ارسال می‌شوند و نقل‌وانتقال‌های پولـی و اعتبـاری که از راه دور و بـدون مراجعه به بانک، در کسـری از ثانیه انجام می‌شـوند. بشـر امروز، زندگی در این شـرایط را مدیـون پدیـده‌ای به‌نام «اینترنت» اسـت.امروز وابستگی به اینترنت تقریبا در تمام تجارت‌های دنیای وجود دارد؛ از کسب‌وکارهای کوچک گرفته تا تجارت‌های بزرگ و معاملات در سطح کلان. کمترین فایده اینترنت برای دنیای تجارت، معرفی و فروش محصولات و خدماتی اسـت که در بازارهای سنتی با صرف زمان و هزینه‌های بسیار بالاتر انجام می‌شد.برای حضور در بازارهای جهانی و ارتباطات بین‌المللی نیـز راهی جز اسـتفاده از اینترنت و فضـای مجازی ندارید؛ بنابرایـن اینترنت یکی از بانفوذتریـن تکنولوژی‌های جدید ارتباطی است که همه ابعاد زندگی بشر را تحت تاثیر عظمت خـود قـرار داده و به‌نوعی همه ابعاد حیات فردی و جمعی ما متاثر از این تکنولوژی ارتباطی و سایر تکنولوژی‌های وابسته اسـت. از سـوی دیگر اینترنت یکی از شـاخص‌های موثر در پیشرفت جوامع به‌شمار می‌رود و بسیاری معتقدند این پدیده در تسـریع یا کند شدن روند توسعه جوامع، به‌ویژه جوامعی که جهان سوم نامیده می‌شوند، تاثیر اجتناب‌ناپذیری دارد.با در نظر گرفتن این واقعیت، به اهمیت ضریب نفوذ و سـرعت اینترنـت پی می‌بریم. این اهمیت، آنجا نمود بیشـتری پیدا می‌کنـد کـه دریابیم جامعه جهانی در مسـیر توسـعه این فناوری لحظه‌ای توقف را برنمی‌تابد. براساس اطلاعات پایگاه اینترنتی اسپیدتست که اواخر اردیبهشت امسال منتشر شد، در جدول میانگین سـرعت اینترنت ثابـت، ایران در جایگاه ۱۴۵ و در اینترنـت همراه در جایگاه ۶۲ قرار دارد؛ به عبارت دیگر، میانگین سرعت دانلود اینترنت همراه در ایران ۳۵.۹۸ مگابیت‌درثانیه و سـرعت آپلود ۱۰.۹۵ مگابیت‌درثانیه است و با این آمار در جایگاه ۶۲ سـرعت اینترنت همراه در جهان ایسـتاده‌ایم. در مقام مقایسـه در بخش اینترنت همراه، قطر جایگاه نخست را در اختیار دارد و پس از آن به ترتیب اینترنت امـارات متحده عربی، ماکائو، کویـت و نروژ در رده‌های دوم تا پنجم جدول ایسـتاده‌اند. در بخش اینترنت ثابت، جایگاه ایـران بسـیار پایین‌تـر از اینترنت همراه اسـت و رتبه ۱۴۵ جهان را در اختیار دارد. اطلاعات اسپیدتسـت برای سـرعت اینترنت ثابت ایران، اعداد ۱۱.۹۷ مگابیت در ثانیه برای دانلود و ۲.۲۸ مگابیـت در ثانیـه برای آپلود را نشـان می‌دهد. در این بخش جایگاه اول تا پنجم جدول را به ترتیب سـنگاپور، شـیلی، امارات متحده عربـی، چین و هنگ‌کنگ از آن خود کرده‌انـد. کمترین سـرعت اینترنت نیـز در این بخش به‌نام سوریه، افغانستان و کوبا ثبت شده است.این اطلاعات حاکی از جایگاه کشورهای جهان در بهره از این پدیده جهانی برای توسـعه و پیشرفت است و به‌سـهولت می‌توان رابطه معنادار توسعه با ضریب نفوذ اینترنت را مشاهده کرد.

جادوی «وب» در جهان

اینترنت سامانه‌ای جهانی از شبکه‌های رایانه‌ای به هم پیوسته است که امروز تقریبـا در هـر موردی و برای هرچیزی از آن اسـتفاده می‌کنیم و زندگی بدون اینترنت برای بسیاری از مردم غیرممکن شده است.

در واقـع امـروزه اینترنت به بخش مهمی از زندگی، کار، تفریح، سـرگرمی و روابط بشر تبدیل شده و به هیچ وجه نمی‌توان اثرات این پدیده شگفت‌انگیز را در دنیای امروز نادیده گرفت یا منکر شد.

بیشتر کاربران از طریق انواع مودم و شبکه‌های ارتباطی مختلف به این دنیای بزرگ نزدیک شده‌اند و شاید امروز دیگر، زندگی بدون اینترنت برای بسیاری از ما قابل تسـور نباشـد؛ چرا که بسیاری از کسب‌وکارهای بزرگ این روزها بر پایه اینترنت و فضای مجازی شکل گرفته است و نقص در اینترنت می‌تواند بسیاری از فعالیت‌های تجاری و اقتصادی و ... را مختل کند. اینترنت را باید بزرگ‌ترین سامانه‌ای دانست که تاکنون به‌دست انسان طراحی، مهندسی و اجرا شده‌است. بعـد از گسـترش اینترنت بـود که در دنیا تغییرات گسـترده‌ای به وجود آمد و اتفاقات مهمی در ادامه این روند به وقوع پیوست. کلمه اینترنت Internet در حقیقت از دو کلمه بین‌المللی International و شـبکه Network گرفته شده است و در اصطلاح به آن نت Net هم می‌گویند.

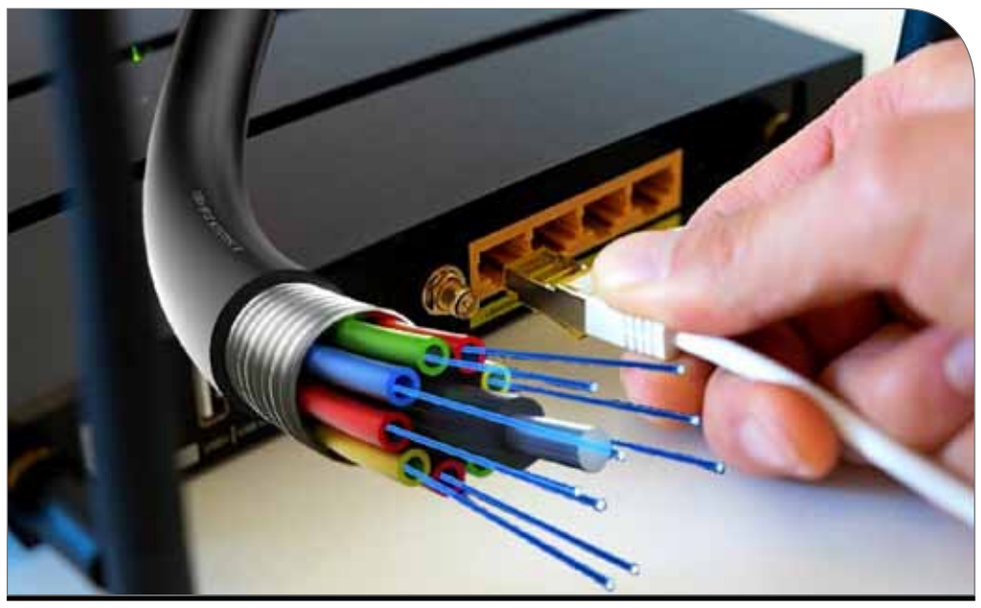
نخستین انتقال اینترنتی در جهان، روز ۲۹اکتبر سال ۲۰۰۵ به وقوع پیوست و از همان سـال، این روز به نام روز اینترنت، نام‌گذاری شـد. به این ترتیب نفوذ و وجود اینترنت در زندگی بشـر از آن روز، به رسـمیت شناخته شد و ۲۹اکتبر، به‌عنوان «روز جهانی اینترنت» در تقویم جهانی، به ثبت رسید.

در این روز، مراسم و نشست‌های گوناگونی در کشورهای مختلف برگزار می‌شود و جنبه‌های متنوع اینترنت مورد بحث و بررسـی کارشناسان و علاقمندان قرار می‌گیرد. در واقع این روز، فرصتی است برای گرامی‌داشت افرادی که در ساختن اینترنت سهیم بوده‌اند و به کلی مسیر زندگی ما را برای همیشه تغییر داده‌اند.

هدف از این روز، نشـان دادن تاثیرگذاری فناوری‌های جدید در بهبود سـطح زندگـی مـردم جهان و نیز فرصتی برای درک بیشـتر این فناوری‌ها و عملکرد آنها است.

صمت نیز در پرونده پیش رو، به مناسـبت این روز جهانی، به بررسـی جایگاه اینترنت در ایران و جهان و مشـکلات ناشـی از اعمال محدودیت در این بخش برای فعالان اقتصادی و کاربران پرداخته است.

دور دنیا با فیبر نوری



تار نوری یا فیبر نوری (Optical fiber) رشـته باریک و بلندی از یک ماده شـفاف مثل شیشه (سیلیکا) یا پلاستیک است که می‌تواند نوری را که از یک سر به آن وارد شده، از سر دیگر خارج کنـد. فیبر نوری دارای پهنای باند بسـیار بلندتـر از کابل‌های معمولی بوده و همین ویژگی انتقال داده‌های تصویر و صوت را تا ۱۰۰ گیگابیت بر ثانیه و بالاتر فراهم می‌سازد. امروزه ایجاد مخابرات نوری، به دلیل پهنای باند وسـیع‌تر در مقایسـه با کابل‌های مسی و تاخیر کمتر در انتقال داده، در مقایسه با مخابرات ماهواره‌ای از مهم‌ترین ابزارهای انتقال اطلاعات محسوب می‌شوند.

به دلیل این ساختار، با توسعه تکنولوژی، لزوم توسعه شبکه فیبر نوری برای بسیاری از کشورهای جهان، آشـکار شـده اسـت. به عقیده کارشناسان، رشد دسترسی و توسـعه این فناوری، سبب تسهیل پیشرفت در حوزه‌های ارتباطات، اینترنت اشیا، محاسبات ابری، راه‌اندازی سرویس‌های پرسرعت و بسیاری از صنایع فناورانه دیگر شده و از همین روی، می‌تواند نقشی کلیدی در توسعه و پیشـرفت جوامع مدرن داشـته باشد. همین امر، سبب توجه بسیاری از دولت‌های جهان به این حوزه فناورانه و تدوین برنامه‌های ملی متعدد در راستای توسعه آن شده است.

تمرکز آلمان بر تحقق پوشش ۹۲ درصدی

دولت فدرال آلمان، به‌عنوان برترین قدرت اتحادیه اروپا در استراتژی دیجیتال و استراتژی گیگابیت ۲۰۲۲ خود، توسـعه و عرضه سراسـری و گسترده شبکه فیبر نوری و اینترنت 5G را در اولویت قرار داده است.

توسعه زیرساخت دیجیتال از سال ۲۰۲۱ به‌عنوان یکی از اولویت‌های کلیدی کشور آلمان، تعیین و مقرر شد این هدف در قالب توسـعه شـبکه فیبر نوری و اتصال 5G تا سال ۲۰۲۵ محقق شود.

بسـیاری از نهادهای دولتی این کشـور از جمله وزارت امـور دیجیتـال و حمل‌ونقل، وزارت اقتصـاد و اقدامات اقلیمی، آژانس فدرال برق، گاز، مخابرات، پست و راه‌آهن و دفتـر فدرال گیگابیت آلمـان، ماموریت یافتند که در اجرای این برنامه کلان، مشارکت کنند.

بر اسـاس برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته، دولت آلمان در نظر دارد تعداد مشترکین شبکه فیبر نوری این کشور را از رقم ۲ میلیون در سـال ۲۰۲۰، به ۲۵ میلیون تا سـال ۲۰۲۶ مشترک برساند.

در صورت تحقق این هدف، تا مقطع زمانی یاد شـده، دولـت این کشـور موفق به تحقق پوشـش ۹۲ درصدی فیبرنوری برای شهروندان خود خواهد شد.

برنامه ۴۲ میلیون دلاری امریکا برای توسعه زیرساخت

امریـکا بین کشـورهای هم‌رده خـود عملکرد خوبی در توسـعه خطوط فیبر نوری نداشـته اسـت. طبق آمار OECD در امریکا، سـرویس‌های فیبر نوری تنها حدود ۱۹ درصد از کل اشـتراک‌های اینترنت ثابت را تشـکیل می‌دهند در حالی که این عدد به‌طور متوسط بین اعضای OECD در حدود ۳۵ درصد است. همچنین آمار تعداد مشـترکین فیبر نوری به ازای هـر ۱۰۰ نفر از جمعیت، در ژوئن ۲۰۲۲ حدود ۷ بوده و پوشـش فیبر نوری برای خانوارهای امریکایی به ۴۳ درصد رسیده است. بر اساس برنامه‌ریزی صورت گرفته، در سـال ۲۰۲۳ نیز بودجه‌ای ۴۲ میلیارد دلاری به‌عنوان یارانه لایحه زیرسـاخت پهن باند، اختصاص یافته اسـت. بر اساس برآوردهای صورت گرفتـه، ایـن بودجه حـدود ۱۴ میلیون خانـوار را در بر می‌گیرد و این درحالی اسـت که در سـال ۲۰۲۲، حدود ۱۹ میلیون شـهروند این کشور، از دسترسی به اینترنت پرسرعت محروم بوده‌اند.

پیشتازان آسیا

بر اساس داده‌های منتشر شده از سوی شورای فیبر اروپا «FTTH Council Europe»، ۲۰ کشـور در زمینـه توسـعه زیرسـاخت فیبر نوری به ضریب نفوذ بالاتر از ۵۰ درصد رسـیده‌اند. نکته جالب توجه اینکه ۵ کشور پیشتاز در میان این کشورها، آسیایی هستند.

داده‌های آماری یاد شده، حاکی از آن است که کشورهای امارات متحده عربی با ۹۷ درصد، سنگاپور با ۹۵.۸ درصد، چیـن با ۹۴.۹ درصد، کـره جنوبی با ۹۱.۱ درصد و هنگ کنـگ بـا ۸۶.۲ درصد، در رتبه‌های اول تا پنجم توسـعه پهن‌باند مبتنـی بر فیبر نوری جهان قرار دارند. همچنین پیش‌بینی می‌شـود تا سـال ۲۰۲۶ روسیه به ۳۳ میلیون، فرانسـه به ۲۸ میلیون، آلمان به ۲۵ میلیون، ایتالیا به ۱۲ میلیون، ترکیه به ۷ میلیون، لهستان به ۷ میلیون، هلند و سوئد به ۴ میلیون مشترک فیبر نوری دست یابند.

■ چین

براسـاس این آمار، چین یکـی از بالاترین نرخ‌های نفوذ فیبـر نوری را در بین کشـورهای جهان دارد. این کشـور کـه در سـال ۲۰۱۳ تنهـا ۱۷ درصـد از جمعیت خود را تحت پوشـش شبکه فیبر نوری داشـت تا سال ۲۰۲۲ به پوشـش ۸۹ درصدی دسـت پیدا کرده که حاکی از یک رشد خیره‌کننده است. در ژوئن ۲۰۱۹ China Mobile کـه یکی از ۳ اپراتور اصلی اینترنت در این کشـور اسـت از پـروژه‌ای رونمایی کرد که هدف آن، ایجاد ۳۰۰ شـهر «گیگابیتی» بود که در آنها ۲۰۰ میلیون مشترک اینترنت ثابـت فیبر نـوری به اینترنـت با سـرعت‌های گیگابیتی دسترسی داشته باشند.

معاون وزیر صنعت و فناوری اطلاعات چین در می ۲۰۲۲ گفت که چین بزرگترین شـبکه اینترنت پرسرعت ثابت و همراه را در جهان ساخته است. او اعلام کرد که دسترسی به سـرعت‌های گیگابیتی هم‌اکنون محقق شـده است و نسـبت کاربران فیبر نوری به جمعیت چین از ۱۰ درصد در سال ۲۰۱۲ به ۹۴.۳ درصد در سال ۲۰۲۲ رسیده است. همچنیـن وی تاکید کرد با سـرمایه‌گذاری‌های هدفمند دولت در این سـال‌ها، دسترسی تمام روستاها به اینترنت پرسرعت ثابت یا همراه ممکن شده است.

■ کره جنوبی

بر اساس آمارهای سازمان همکاری‌ها و توسعه اقتصادی (OECD)، کره جنوبی یکی از بالاترین نرخ‌های استفاده شبکه فیبر نوری را داراست. طبق این آمار در سال ۲۰۲۲ حـدود ۸۷ درصد از مشـترکان اینترنت ثابـت در کره به شـبکه فیبـر نوری متصل بودند کـه بالاترین نرخ در بین کشورهای عضو این سازمان به شمار می‌رود. همچنین در کره جنوبی به ازای هر ۱۰۰ نفر از جمعیت،۴۵ اشـتراک اینترنت ثابت پرسـرعت وجود دارد که نشـان می‌دهد به ازای هر ۱۰۰ کره‌ای حدود ۳۹ اشتراک فیبر نوری، محقق شده است.

■ ترکیه

دولـت ترکیـه در قالب چشـم‌انداز ۲۰۲۳ این هدف را داشـت که پوشـش شـبکه فیبر نوری را به تمام مناطق کشور توسعه داده و تبدیل به یک کانون منطقه‌ای (هاب) برای انتقال داده بین کشـورها شـود. همچنین بایستی تا این سال تمامی خانوارها به اتصال اینترنت پرسرعت (اعم از اتصال‌های ثابت و همراه) دسترسی داشته باشند. تا سال ۲۰۱۵ پوشش FTTC (کابل کشی فیبر نوری تا کافوهای مخابراتی) سهمی ۴۸ درصدی از شبکه اینترنت پرسرعت این کشور داشت. بررسی‌های شورای FTTH اروپا نشان می‌دهـد با اجرای طرح‌های توسـعه‌ای، تعداد اتصال‌های فیبر نوری خانه‌ها و سـاختمان‌ها (FTTH/FTTB) در ترکیه در سپتامبر ۲۰۱۸ به بیش از ۸ میلیون و در سپتامبر ۲۰۲۲ به ۱۵.۷ میلیون عدد رسید.

بریتانیا و برنامه توسعه فیبر نوری

دولت بریتانیا نیز به‌عنوان یکی از دولت‌های بزرگ اروپایی خارج از حوزه اتحادیه اروپا، برنامه کلان و مدونی برای افزایش پوشـش فیبر نوری در پیش گرفته است. دولت این کشور در نظر دارد تا سال ۲۰۲۵، پوشش فیبر نوری بریتانیا را به حدود ۸۰ درصد برساند.

لیندسی فوسل، مدیر حوزه شبکه و ارتباطات نهاد تنظیم‌گر رسانه بریتانیا«آفکام»، در ماه‌های اخیر، طی اظهار نظری در خصوص توسـعه زیرسـاخت پهن‌باند این کشور، اعلام کرد؛ دولت، برنامه یک ماهه اتصال نیمی از منازل این کشـور، به اینترنت پهن‌باند تمام فیبر را آغاز کرده است.

بر اساس گزارش‌های سال ۲۰۱۸، تنها ۶ درصد از خانه‌های بریتانیا به فیبر نوری متصل بودند. این در حالی است که رقم یاد شده در ماه مارس گذشته، از ۵۰ درصد عبور کرده و قرار اسـت در ۲ سال آینده، پوشش ۸۰ درصدی این کلان پروژه با اسـتفاده از ظرفیت بالای شرکت‌های مخابراتی ارائه‌دهنده خدمات اینترنت، محقق شـود. همچنین بر اسـاس آمار یک پایگاه داده؛ پیش‌بینی می‌شـود تا سال ۲۰۲۶ روسیه به ۳۳ میلیون، فرانسه به ۲۸ میلیون، آلمان به ۲۵ میلیون، ایتالیا به ۱۲ میلیون، ترکیه به ۷ میلیون، لهستان به ۷ میلیون، هلند و سوئد به ۴ میلیون مشترک فیبر نوری دست یابند.

توسعه فیبر نوری در قاره سیاه

شرکت مخابراتی «MTN»، بزرگ‌ترین اپراتور تلفن همراه افریقا، اجرای طرحی به ارزش ۳۲۰ میلیون دلار، برای توسعه شبکه فیبر نوری در ۱۰ کشور این قاره را اجرایی کرده است. بر اساس برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته، این پروژه که در ماه‌های پایانی سال میلادی جاری آغاز می‌شود، حدود ۲۰ هزار کیلومتر فیبر نوری به شبکه زیرساخت پهن باند این قاره خواهد افزود.

همچنین بسـیاری از کشـورهای حوزه غرب آسـیا و جنوب افریقا نیز در حال اجرای برنامه‌های مشابهی هستند. به‌عنوان مثال، دولت مصر، با اجرای طرحی ملی موسـم به «Descent Life» در پی افزایش اتصال مناطق دورافتاده با اسـتفاده از زیرسـاخت فیبر نوری و اسـتقرار دکل‌های مخابراتی است. براساس اعلام دولت این کشور، طرح یاد شده، با بودجه‌ای معادل ۳۴۲ میلیون دلار و در راسـتای بهبود اسـتاندارد زندگی شـهروندان این کشور، آغاز شده و در پی اتصال بیش از ۳.۵ میلیون منزل مسکونی به شبکه فیبر نوری است.

گام بلندپروازانه ایران برای توسعه فیبرنوری

در ایران نیز دولت سیزدهم، اجرای برنامه بلندپروازانه‌ای را برای توسعه فیبر نوری در بستر زیرساخت دیجیتال کشور آغاز کرده اسـت. وزارت ارتباطـات و فناوری اطلاعات، در ماه‌های پایانی سال ۱۴۰۱ از برنامه این وزارتخانه برای فراهم ساختن زمینه دسترسـی ۸۰ درصد شهروندان ایران یعنی حدود ۲۰ میلیون خانوار به زیرساخت فیبر نوری خبر داد و پایان مهلت برای دستیابی به این هدف را پایان دولت سیزدهم اعلام کرد.

عیسی زارع پور، وزیر ارتباطات اوایل تیرگفته بود: حدود ۱۵ سـال اسـت که در حوزه اینترنت ثابت سرمایه‌گذاری صورت نگرفتـه و از این جهت عقب مانده‌ایم. طبق آمار سـایت‌های سنجش سرعت نیز، در ۱۰ سال گذشته همواره در بین ۱۹۰ کشور جزو کشورهای ۱۴۰ تا ۱۵۰ بودیم. برهمین اساس، در وزارت ارتباطات در تلاش هستیم تا با پروژه فیبرنوری منازل و کسـب‌وکارها، این عقب ماندگی را جبران کنیم و سرعت‌ها را بهبود ببخشـیم. وی از روزهای ابتدایی وزارتش بارها وعده تحقق ارتباطات با کیفیت و پرسرعت را در گروی توسعه فیبر نوری اعلام کرده اسـت. زارع پور در آخرین اظهار نظردر این باره گفته؛ در نظر داریم ۸ تا ۱۰ میلیون از ۲۰ میلیون پورت فیبر نوری که وعده دادیم را تا پایان امسال تامین کنیم.

همچنین بـرای عملیاتی کردن این هدف‌گذاری، آئین‌نامه بنـد «س» تبصره ۷ قانون بودجه به تصویب مجلس رسـیده کـه با این مصوبه «حسـاب توسـعه شـبکه فیبر نـوری» با سـرمایه اولیه هزار میلیارد تومانی ایجاد می‌شـود. این پروژه نقطـه عطفی در تامیـن مالی طرح ملی فیبرنـوری منازل و کسب‌وکارها خواهد بود.

از سوی دیگر براساس این مصوبه، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات مکلف است؛ گزارش عملکرد اجرایی این بند مشتمل بر میزان منابع و مصارف و تعداد اماکن تحت پوشش و متصل از طریـق فیبر نوری را هر سـه ماه یکبار به کمیسـیون‌های برنامه و بودجه و محاسـبات و صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی ارائه کند.

عباسی شاهکوه، مشاور وزیر و مجری طرح توسعه فیبر نوری منازل و کسـب‌وکارها در گفت‌وگو با مهر در خصوص آخرین وضعیت پوشـش فیبر نوری در کشـور گفـت: درحال‌حاضر آماری که در شبکه FTTX (شبکه دسترسی مبتنی بر فیبر نـوری) دیده می‌شـود از تعداد ۲۰ میلیـون خانوار، حدود ۳ میلیون و ۲۰۰ خانوار تحت پوشـش فیبر نوری قرار گرفته‌اند که یعنی حدود ۱۷ درصد خانوارها تحت پوشـش فیبر نوری هستند.

وی با بیان اینکه این آمار دقیق نیسـت، گفت: در برخی از مناطق پوشش فیبر نوری انجام شده اما هنوز وارد سایت نشده و بخشـی از اطلاعاتی که وارد شـده نیز هنوز به تایید سازمان تنظیم مقررات نرسـیده، بنابرایـن این امکان بالاتر بودن این آمار وجود دارد.

مسـئول پروژه فیبر نوری افزود: به منظور اطلاع رسـانی از زمان دقیق انجام پوشـش فیبر نوری ۸۰ درصد شهرستان‌ها تعیین تکلیف شده‌اند که کدام اپراتور و با چه زمان‌بندی قرار است پوشش فیبر نوری را انجام دهد.

سخن پایانی

درباره سـرعت پیشـرفت این پروژه برخی کارشناسـان معتقدند اجرای این طرح کلان پرهزینه و دشوار، به فرصتی ۱۰ ساله نیاز دارد اما رئیس‌جمهوری اواخر سال ۱۴۰۱ تاکید کرد که این طرح باید تا پایان همین دوره دولت یعنی تابستان ۱۴۰۴ به پایان برسـد. در صورت تحقق این امر و جبران رکود سـرمایه‌گذاری‌های دهه گذشته، فیبر نوری از سریع‌ترین و موفق‌ترین پروژه‌های ایران خواهد بود.

نوبت دوم
شناسه ۱۵۸۲۳۲۴

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی حوزه شهرستان ساری منطقه ۳

قوه قضائیه
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک استان مازندران

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۰۴۵۷۰۰۱۹۳۶ مورخه ۱۴۰۲/۰۶/۲۰ که در هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی منطقه سه ساری تصرفات مالکانه خانم مهرانگیز فامیل خدائی فرزند عزت‌اله به شماره ملی ۰۰۴۲۲۵۱۰۲۸ به شماره پرونده ۲۵۴-۱۴۰۰ نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۸۷/۱۶/۸۰ (یکهزار و ششصد و هشتادوهفت متر و هشتاد سانتیمتر) مترمربع قسمتی از پلاک شماره ۵۶۶ فرعی از ۱۳۶ اصلی واقع در بخش ۳ ثبت ساری خریداری مع‌الواسطه از آقای سیدحاجی میرعمادالدین مالک رسمی محرز گردیده است.

لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود. در صورتی‌که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۷/۲۲
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۸/۰۶

فریبرز یوسفیان حمیدی، رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان ساری منطقه ۳

اینترنت فرصتی برای پویایی اقتصاد



اینترنـت تاثیر زیادی بر اقتصاد دارد. با ورود اینترنت به اقتصاد، با پدیده‌ای به‌نام اقتصاد دیجیتال مواجه هسـتیم. اقتصاد دیجیتال با ساخت یک اقتصاد جهانی، فرصت یکپارچه کردن نیازهای برآورده نشده چند میلیارد نفر را در اقتصاد جهانی فراهم می‌کند و نیازهای اضافه‌تری را برای محصولات و خدمات موجود، از طریق توانمندسازی و اتصال افراد و جوامع در سراسر جهان به یکدیگر، به‌پیش می‌راند. در سال‌های اخیر با رشـد اسـتفاده از اینترنت و شبکه‌های موبایل و دیتا تحول اساسـی در ارائه خدمات، کسب‌وکار و فضای اقتصادی جهان ایجاد شده است. شبکه‌های نت و وب توانسته‌اند، انقلاب اطلاعاتی را در حوزه‌های مختلف ایجـاد کنند و نوعی انقلاب صنعتی را در عرصه دیجیتال و اطلاعات رقم بزنند. صمت در این گزارش نگاهی دارد به تاثیر فروش اینترنتی بر اقتصاد کشور که در ادامه می‌خوانید.

در سـال‌های اخیر بـا توجه به گسـترش اینترنت و تلفیـق تجارت و کسـب‌وکارهای مختلف بـا تکنولـوژی و فناوری اطلاعـات و همچنین راه‌اندازی تعداد زیادی فروشگاه اینترنتی، تجارت الکترونیک به‌عنوان نوع جدید تجارت به یک انقلاب صنعتی در ایران و جهان تبدیل شده است.

البته شیوع بیماری کرونا نیز در رونق کسب‌وکارهای اینترنتی، افزایش خرید و فروش اینترنتی، کاهـش هزینه‌ها، کاهش محدودیت‌های خرید و در نتیجه رونق اقتصاد کشـور بی‌تأثیر نبود. سیسـتم خرید اینترنتی و کسـب‌وکارهای آنلاین برای نخستین‌بار توسـط فردی به‌نام مایکل چف در دهه ۱۹۸۰ راه‌اندازی شـد. طی ده سال اخیر، دیجیتال مارکتینگ در ایران نیز افزایش یافته است. این موضوع را می‌توان از آمارهای رو به رشد خریدهای اینترنتی در بین ایرانیان متوجه شـد که البته موضوع پنهانی نیست و به‌وضوح قابل مشاهده است.

■ تاریخچه فروشگاه اینترنتی در کشور

همان‌طـور که می‌دانیـد خرید اینترنتی به خریدی گفته می‌شـود که به‌صورت آنلاین در هر سـاعت از شـبانه‌روز از فروشـگاه اینترنتی انجام می‌شـود. نخستین فروشگاه اینترنتی ایران فعالیت خود را از سال ۱۳۸۵ آغـاز کرد و برای کاربـران ایرانی این امکان را فراهم کرد تا با مشـاهده خصوصیات و قیمت، محصول موردنظر خود را به‌صورت آنلاین خریداری کـرده و درب منزل تحویل بگیرند. بـا توجه به افزایش خریدوفروش‌های آنلاین در سـال‌های آینده روند ورود کسـب‌وکارهای سـنتی به فضای اینترنت با سرعت زیادی پیش می‌رود. پس از شروع نیمه دوم سال ۲۰۱۸ همزمان با شـروع تحریم‌هـای ظالمانه امریکا علیه ایران فروشـگاه‌های اینترنتی روزبـه‌روز افزایش یافتند و تاثیر بسـیار مثبتی بر اقتصاد ایران گذاشـتند. تجارت الکترونیک و خریدوفـروش آنلاین انواع مختلفی دارد و عبارتنـد از معامله بنگاه با بنگاه، بنگاه با مصرف‌کنندگان، شـرکت‌های تولیدی و مصرف‌کنندگان، بنگاه با سـازمان دولتی، شـهروندان و دولت، مردم و بانک‌ها و....

■ اینترنت و رونق اقتصادی

با نگاهی به رونق و رشد اقتصادی تمام کشورها متوجه خواهید شد که همه کشـورهای دارای اقتصاد برتر همگی در راه‌اندازی فروشگاه اینترنتی برای کسـب‌وکارهای مختلف پیشـرو هسـتند. اینترنت بسـتری فراهم کـرده که کسـب‌وکارهای مختلف با اسـتفاده از آن می‌توانند خدمات و محصـولات خود را به تعداد زیـادی از کاربران بـدون محدودیت زمانی و مکانی معرفی کنند. آمارها نشـان می‌دهـد روزانه بیش از ۱۹ میلیون ایرانی از اینترنت برای انجام کارها و برطرف کردن نیازهای خود استفاده می‌کنند. راه‌اندازی یک سـایت برای فـروش اینترنتی محصولات و ارائه خدمات، کار بسـیار راحت و در عین حال کم‌هزینه‌ای اسـت. فقط کافی است صاحبان مشاغل با مراحل راه‌اندازی و بهینه‌سازی سایت آشنا باشند یا یکی از بهترین شـرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات طراحی سایت را برای انجام این کار انتخاب کنند. توسـعه کسـب‌وکارهای کوچک و بزرگ در فضای اینترنت، رمز اصلی رونق و توسـعه اقتصادی کشـورهای مختلف ازجمله ایران اسـت. درآمد کسـب‌وکارهای آنلاین به‌دلیل عواملی مانند افزایش اشتغال، هزینه کم راه‌اندازی سایت فروشگاهی، گستردگی فروش، دسترسـی افراد در تمام ساعات شبانه‌روز به فروشـگاه‌های اینترنتی و... نسبت به درآمد مشاغل سنتی بیشتر است.

■ مهم‌ترین نکات در خرید اینترنتی

خریدهای اینترنتی از فروشـگاه‌های آنلاین به یک فعالیت بسـیار مهم برای کاربران تبدیل شده است. آنها در نخستین اقدام برای برآورده کردن نیازهای خود و خرید محصـولات مختلف به اینترنت مراجعه می‌کنند و با جسـت‌وجو در صفحات مختلف وب، کالا یـا خدمات موردنظر خود را خریـداری می‌کننـد. خرید آنلاین در کمترین زمـان ممکن و بدون نیاز بـه مراجعه حضوری به فروشـگاه انجام می‌شـود و در وقـت و هزینه‌ها صرفه‌جویی می‌کند. تمام کاربران از فروش اینترنتی محصولات موردنیاز خود توسط سایت‌های فروشگاهی کمال رضایت را دارند. در سال‌های اخیر شاهد گسترش خدمات الکترونیک در ایران هستیم و با اعتمادسازی‌های انجام شده روزبه‌روز نیز در حال افزایش است. همین امر در اقتصاد ایران تاثیرگذار بوده اسـت و طبق آمارهای منتشـر شـده در حال‌حاضر تعداد خرده‌فروشی‌های آنلاین به ۲۰ هزار رسیده است. ارزش خریدوفروش‌های اینترنتی انجام‌شـده در سال ۲۰۱۵ حدود ۱۷.۵ میلیارد دلار تخمین زده شده است و این آمار نشان از رشد و توسعه اقتصادی کشور توسط تجارت آنلاین دارد. به دلیل تحریم‌های امریکا علیه ایران استفاده از امکانات چند فروشـگاه اینترنتی معروف مانند آمازون و ای‌بی برای ایرانیان امکان‌پذیر نیسـت؛ بنابراین ایرانیـان باید از طریق خرده‌فروشـی‌های آنلاین داخل کشور محصولات موردنیاز خود را خریداری کنند. همین امر موجب شده اسـت که عملکرد شرکت‌های معتبر در طراحی و راه‌اندازی فروشگاه‌های اینترنتی گسترش یابد.

■ عوامل ترغیب مردم به خرید اینترنتی

کاهـش هزینه‌های جانبـی ازجملـه هزینه‌های مربوط بـه رفت‌وآمد حضوری به فروشـگاه‌های سنتی و کاهش خریدهای غیرضروری، یکی از مهم‌ترین مزایای خرید آنلاین از فروشـگاه‌های اینترنتی به‌شمار می‌رود. در فروشـگاه اینترنتی هیچ محدودیـت جغرافیایی وجود ندارد و کاربران از نقـاط گوناگون کشـور می‌توانند با پرداخت آنلایـن محصول موردنظر خـود را خریداری کنند. در تمام سـاعات شـبانه‌روز حتـی در روزهای تعطیل امکان خرید اینترنتـی برای تمام کاربران اینترنت وجود دارد. در سایت‌های فروشگاهی تصویر محصول به همراه توضیح کاملی از اطلاعات و ویژگی‌های آن درج شـده و مشـتری با خواندن ایـن اطلاعات با تمام ویژگی‌ها و امکانات یک محصول آشنا می‌شود و به‌راحتی می‌تواند درباره خرید آن تصمیم‌گیری کند. امکان مقایسه نرخ یک محصول با محصولات مشـابه دیگر و امـکان بازگرداندن محصـول خریداری‌شـده در صورت عدم‌رضایت مشتری از مزایای دیگر فروش اینترنتی محصولات و خدمات در فروشگاه‌های اینترنتی به‌شمار می‌رود. آمارها نشان می‌دهد ۷۸ درصد امریکایی‌های بالای ۱۵ سـال خرید از فروشگاه‌های اینترنتی را به خرید سنتی ترجیح می‌دهند. حتی ۳۳ درصد از فروشگاه‌های سنتی امریکا نیز خریدهای خود را به‌صورت آنلاین انجام می‌دهند.

■ رشد اقتصادی با فروشگاه‌های آنلاین

با استفاده از روش‌های نوین و سپردن کار طراحی و راه‌اندازی فروشگاه اینترنتی کسـب‌وکار خود به یک شـرکت معتبر می‌توانید از رقبای خود پیشی بگیرید و در عین حال به رشد اقتصادی کشور کمک کنید. مزیت رقابتی موجود در کسب‌وکارهای اینترنتی باعث شده خریدوفروش آنلاین با کاهش هزینه‌های تولید و نگهداری میزان تورم در سـطوح پایین فشار موجود بر قیمت‌ها را کاهش دهد. هر چه کسـب‌وکارهای آنلاین بیشـتر شوند، توسعه و رشد اقتصادی نیز با سرعت بیشتری پیش می‌رود.

سخن پایانی

به‌طور کل اقتصاد دیجیتال با سـاخت یـک اقتصاد جهانی فرصت یکپارچه کردن نیازهای برآورد نشـده چند میلیارد نفر را در اقتصاد جهانـی فراهم می‌کنـد و نیازهـای اضافه‌تری را بـرای محصولات و خدمـات موجود، از طریق توانمندسـازی و اتصـال افراد و جوامع در سراسـر جهان به یکدیگر، به‌پیـش می‌راند. این اقتصاد همچنین می‌تواند در حوزه محیط‌زیسـت مفید باشـد. دولت الکترونیک یکی از پیامدهایـش کاهـش حضور مـردم در خیابـان و کاهش مصرف سـوخت اسـت و همزمـان حجم ترافیـک کمتر می‌شـود. اپ‌های پرداخـت الکترونیک حجم زیادی از نیاز به کاغذ را کاهش می‌دهند و کتاب‌های دیجیتال و فروشـگاه‌های دیجیتال نیز می‌توانند همین تاثیر را داشته باشند.

اقتصاد دیجیتال می‌تواند کارآفرینی و بهره‌مندی همگانی از امکانات و اطلاعات را فراهم و دسترسـی به اطلاعات در حوزه‌های مختلف را تسهیل کند و فضای رقابتی جهانی در اختیار همگان قرار دهد.

ایـن توانایی‌ها و تاثیرها باعث می‌شـود، اقتصـاد دیجیتال تاثیری شـگرف بر فرآیند کسب‌وکار و اشـتغال در آینده بگذارد. استقبال از ایـن تحول بزرگ، از یک سـو به فراهم کردن زیرسـاخت‌های لازم و ازجملـه پهنای باند مناسـب و از سـوی دیگر به آمـوزش و ایجاد امنیت در این فضای انتقال اطلاعات منجر می‌شود. آموزش و امنیت از مهم‌تریـن راهکارهـا برای بهره‌مند شـدن از این فضاسـت و باید مسئولان کشور اقدامات لازم را در این موارد صورت دهند.

نوبت دوم

آگهی مزایده شماره ۰۰-SI۰۰۴۶۹

شرکت فولاد سیرجان ایرانیان

شـرکت فولاد سـیرجان ایرانیان در نظر دارد **ضایعات فلزی آلیاژی موجود در مجتمع احیاء و فولادسازی بردسیر کرمان** را مطابـق جـدول ذیل از طریق مزایده عمومی به فروش برساند. لذا از تمامی داوطلبان دعوت به عمل می‌آید به منظور خرید اسناد مزایده پس از واریز مبلغ ۱،۰۰۰،۰۰۰ ریال به حسـاب شـماره ۱-۶۷۶۷۶۷۷-۸۶۰۰-۳۰۷ نزد بانک پاسارگاد شـعبه میرزای شیرازی به نام شـرکت فولاد سیرجان ایرانیان همراه با فیش واریز و معرفی‌نامه از تاریخ ۱۴۰۲/۰۸/۰۲ لغایت ۱۴۰۲/۰۸/۱۳ به دفاتر شـرکت فولاد سیرجان ایرانیان مراجعه نموده و پیشنهادات خود را به صورت کتبی براساس اسناد مزایده حداکثر تا پایان وقت اداری ۱۴۰۲/۰۸/۱۴ به دفاتر این شرکت ارائه دهند. لازم به ذکر است بازدید قبل از ارائه پیشنهاد قیمت الزامی می‌باشد و امکان بازدید بدون دریافت اسناد فیزیکی وجود ندارد. امکان شرکت در هر آیتم مزایده به‌صورت جداگانه وجود دارد و مقادیر ذکر شده به‌صورت تقریبی می‌باشد که امکان تغییر تا تلورانس ۱۰ درصد وجود خواهد داشت.

نام کالا	مقدار تقریبی(کیلوگرم)	گرید
ضایعات نیپرینگی مربوط به زیر ریفرمر	۶۰۰۰	20Mn5
ضایعات گلدونی مربوط به بالا ریفرمر	۱۳۰۰	GX15CrNi25-20
ضایعات لوله‌ای مربوط به زیر ریفرمر	۱۰۰۰	X6CrNi25-20
۴ عدد تیوب باندل مربوط به فیدگس	۵۴۰۰۰	1.4541 AISI321
۲ عدد تیوب باندل مربوط به هوای ریکوپراتور	۳۹۵۰۰	1.4828 AISI309

تلفن ضروری: ۰۳۴۳۱۲۴۵۵۰۰ داخلی ۵۷۱۸

دفتر کرمان: بلوار جمهوری اسلامی، خیابان هزارویکشب، کوچه ۱۷، انتهای کوچه سمت راست، ساختمان سیسکو، طبقه هفتم.

دفتر تهران: خیابان ولیعصر، بالاتر از پارک ساعی، خیابان ساعی دوم، پلاک ۶، برج الماس ساعی، طبقه دهم

امور بازرگانی شرکت فولاد سیرجان ایرانیان

نوبت اول
شناسه ۱۵۸۹۸۲۲

آگهی مناقصه عمومی یک‌مرحله‌ای همزمان باارزیابی

شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران منطقه هرمزگان

شماره فراخوان: ۲۰۰۲۰۹۲۸۶۸۰۰۰۰۴۸

مناقصه‌گزار: شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه هرمزگان
موضوع: مناقصه عمومی یک مرحله‌ای مشروح ذیل:
مناقصه لوله‌کشی درین مخازن انبار نفت جزیره کیش
تاریخ مهلت ونشانی محل دریافت تحویل اسناد مناقصه:
پس از انتشـار آگهـی در روزنامه کلیه مناقصه‌گـران بـرای دریـافت کامل اسناد مناقصـه و بارگذاری پاکت‌های الف - ب و ج به سایـت http://setadiran.ir مراجعه نمایند.

۱. نـوع و مبلـغ تضمین: مبلـغ ضمانتنامـه فرایند ارجـاع کار مناقصه ۱/۱۷۶/۰۰۰/۰۰۰ (یک میلیارد و یکصدو هفتادوشش میلیون) ریال در صورت واریز نقدی به شـماره حسـاب ۹۲۰۰۰۶۰۱۹۴ با شناسه واریز ۶۰۱۴۴ بانک ملت شـعبه بلوار پاسـداران به نام شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران منطقه هرمزگان. (شـماره ثبـت ۶۷۳۳۷، کد اقتصادی: ۴۱۱۱۱۷۱۳۹۷۹، شناسه ملی: ۱۰۱۰۱۱۲۲۹۰۴، کدپستی: ۷۹۱۷۹-۱۴۵۷۵)
۲. مبلغ برآورد ۲۳،۵۱۱،۱۸۰،۹۶۴ ریال.
۳. مدت اجرای کار ۴ ماه (۱۲۰ روز) شمسی می‌باشد.
۴. دارای حداقل سابقه کاری مرتبط.
۵. دارا بـودن گواهینامـه تایید صلاحیت ایمنی و پیمانکاری از اداره کل تعاون و کار و رفاه اجتماعی. (تصویر گواهینامه‌ها در هر دو پاکت ب و پاکت ارزیابی کیفی قرار داده شود).
۶. ارائه آگهی مربوط به شـخص یا اشـخاصی که طبق آخرین تغییرات درروزنامه رسـمی مجاز به امضاء اسـناد تعهدآور شـرکت می‌باشد.(تصویر آخرین تغییرات اساسنامه در پاکت ب و پاکت ارزیابی کیفی قرار داده شود).
۷. تصویـر اساسـنامه شـرکت(مناقصه‌گر) در پاکـت ب و پاکت ارزیابی کیفی قرارداده شود.
۸. ارائـه تاییدیه آخرین نمونـه امضاء مدیرعامل و رئیس هیات‌مدیره در پاکت ب و پاکت ارزیابی کیفی.
۹. احراز امتیاز حداقل ۶۰ براسـاس معیارهای توانمندی‌های بهداشتی و زیست‌محیطی (HSE) الزامی می‌باشد و ارزیابی کیفی در این مناقصه ساده بوده و داشتن دو قرارداد مشابه با ارائه مستندات کافی می‌باشد.
۱۰. توزیع اسناد پس از انتشار آگهی به مدت ۱۰ روز از تاریخ ۱۴۰۲/۰۸/۰۷ لغایت ۱۴۰۲/۰۸/۱۷، مهلت بارگذاری پاکت‌های (الف، ب، ج) در سـامانه ستاد تا ساعت ۱۹ مورخ ۱۴۰۲/۰۸/۲۹، بازگشایی پاکت‌های ارزیابی کیفی مورخ ۱۴۰۲/۰۸/۳۰ می‌باشـد و تاریخ بازگشـایی پاکت‌های(الف، ب وج) متعاقباً اعلام خواهد شد.(پاکت تضامین یک لفاف سربسته در مهلت و محل تعیین شده همراه با نامه به دبیرخانه مناقصات این شرکت تحویل گردد.)
۱۱. تذکـر مهـم: پـس از طی مراحـل قانونی، پاکت‌هـای الف، ب وج مناقصه‌گرانـی بازگشـایی خواهد شـد که حداقل امتیـاز لازم در ارزیابی HSE را کسب کرده باشند.
۱۲. بـه پیشـنهادهای فاقـد امضـاء، مشـروط، مخـدوش و همچنین پیشـنهاداتی کـه پس از مهلـت مقرر در فراخوان واصل گـردد ترتیب اثر داده نخواهـد شـد. ارقام به ریال و حـروف / عدد درج و فاقد خط‌خوردگی / لاک‌گرفتگی باشد.

***نکته مهم تمامی مناقصه‌گران / شـرکت‌ها باید در سامانه ستاد ثبت‌نام و کلیه پاکت‌های الف - ب و ج و ارزیابی کیفی و hse خود را درسامانه بارگذاری نمایند.(فایل‌ها می‌بایست به صورت پی‌دی‌اف باشد، پاکت ب و ارزیابی بدلیل حجم بالای فایل ترجیحا به صورت فشرده و در قالب یک فایل باشد.) (بازگشایی پاکت‌ها، با حداقل ۳ مناقصه‌گر انجام خواهد شد.**

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۸/۰۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۸/۰۸ روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه هرمزگان

نوبت دوم
شناسه ۱۵۸۲۶۶۱

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی نوشهر

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک استان مازندران

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰، املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مسـتقر در واحد ثبتی نوشـهر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می‌گردد.

املاک متقاضیان واقع در قریه درزیکلا پلاک ۳۱ اصلی بخش ۲ قشلاقی

۴۶۵ فرعی آقا/خانم سیدابراهیم دوشیری فرزند سیدمصطفی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی (کاربری مسکونی مشروط) به مساحت ۱۵۱.۹۴ مترمربع خریداری بدون واسطه / با واسطه از محمدعلی فروغی.

لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و سـاختمانهای فاقد سـند رسـمی و مـاده ۱۳ آئین‌نامـه مربوطه این آگهی در دو نوبت بـه فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی/ کثیرالانتشـار در شـهرها منتشـر و در روسـتاها علاوه بر انتشار آگهی، برای هیات الصاق تا در صورتی که اشـخاص ذینفع به آرای اعلام شـده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشـار اولین آگهی و در روسـتاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسـلیم و رسـید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسـلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواسـت به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیـم دادخواسـت به اداره ثبت محل تحویل دهـد که در این صورت اقدامات ثبت موکول بـه ارائه حکم قطعی دادگاه اسـت و در صورتی که اعتـراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواسـت به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سـند مالکیت می‌نماید و صدور سـند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیسـت. بدیهی اسـت برابر ماده ۱۳ آئین‌نامه مذکور در مورد قسـمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشـده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می‌رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می‌نماید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۷/۲۲ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۸/۰۶ علی‌اکبر مقدسی‌فر، رئیس اداره ثبت اسناد و املاک نوشهر

شرکت معدنی و صنعتی گل گهر

آگهی مناقصه عمومی تجدید شده (نوبت دوم) شماره ۱۴۰۲/۲۲/ع

شـرکت معدنـی و صنعتی گل گهـر (سهامی عام) در نظر دارد **"توسـعه سیسـتم اجرایی تولید به همـراه تامین، نصب، راه‌اندازی سرویس‌ها، سخت‌افزار، لایسنس‌ها وآموزش(EMI۲)"** در خطوط تولید خود را از طریق برگزاری مناقصه عمومی به پیمانکار واجد شـرایط و دارای نمایندگی فعال و معتبر از فهرست فروشـندگان / سازندگان (به شـرح مندرج در اسناد مناقصه) مبنی بر نمایندگی، پارتنر و یا همکاری با سازندگان اصلی واگذار نماید. لذا متقاضیان می‌توانند جهت اخذ اسناد مناقصه به وبسـایت ایـن شـرکت به نشانـی WWW.GEG.IR بخش مناقصـه و مزایده مراجعه و اسناد مذکـور را به همراه فـرم پرسشنامه ارزیابی تأمین‌کنندگان دانلود نمایند. آخرین مهلت تحویل پاکات ساعت ۱۴ روز یکشـنبه مـورخ ۱۴۰۲/۰۸/۲۱ در محـل دفترکمیسـیون معـاملات مجتمع و یا دبیرخانه دفتر مرکزی تهران می‌باشد. ضمناً حضور در جلسه پرسش و پاسخ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۸/۱۵ در محل دفتر تهران این شـرکت مقرر شـده است. شایان ذکر است فرمت ضمانتنامه‌های شرکت در مناقصه بایستی عیناً مطابق با فرمت ارائه شده در اسناد مناقصه تهیه گردد. شرکت معدنی و صنعتی گل‌گهر در قبول یا رد هر یک از پیشنهادات بدون نیاز به ذکر دلیل و بدون جبران خسارت مختار می‌باشد.

کمیسیون معاملات شرکت معدنی و صنعتی گل گهر

یادداشت

فناوری اطلاعات در خدمت صنعت و مردم



امیرحسن کاکایی-عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت

سال‌هاست همگان از عملکرد صنعت خودرو کشور می‌نالند. البتــه صنعــت خودرو یــک ویترین ناکارآمد اســت و مردم و مســئولان برای خیلی چیزهــا می‌نالند. بماند که با پدیده‌های روبه‌رو شــده‌ایم که در آن برخی مسئولان در محافل عمومی علیه ســازمان تحت‌کنترلشان ظاهر می‌شوند. مع‌ذلک کشور در چنبره مشکلات حلقه‌ای و سیستمی گیر کرده و هر کسی می‌خواهــد حلقه نزولی را قطع کنــد و حلقه‌های صعودی را جایگزین آن کند. در این میان، واقعیت‌های اقتصاد و سیاسی آن‌قدر قوی هســتند که وقتی حلقه‌های بزرگ ســقوط ایجاد می‌شوند، افراد به‌تنهایی نمی‌توانند مسیر را تغییر دهند و لازم اســت دسته‌جمعی، همت خود را به سمت یک هدف درست و البته با راهبردی درســت، معطوف کنند. برای تعیین هدف و طراحی راهبرد درست هم نیازمند تفکر سیستمی هستیم، وگرنه هم راهبرد می‌تواند مخرب باشد و هم هدف، اشتباه.

به‌عنوان‌مثــال، سیاســت‌گذاران ما در ۶ ســال تحریم‌های ظالمانــه، یــک هــدف تعیین کردنــد که رفاه مــردم بود و از مهم‌ترین راهبردهای تامین رفاه آنها را قیمت‌گذاری دستوری معین کردند. نتیجه چه شد؟ افزایش دائمی قیمت‌ها، افزایش فشار بر اکثریت مردم، افزایش فاصله طبقاتی و افول صنعت و اقتصاد. هدف رفاه مردم در چنین شرایطی درست نبود. فرض کنید دشمن با تانک به منطقه شما حمله کرده است. شما به جای اینکه مردم را بســیج کنید و به جنگ دشــمن بروید، به مــردم بگویید عزیزان با خیــال راحت به زندگی روزمره ادامه دهیــد و بگویید در برنامه‌های روزمــره هیچ تغییری ندهید. بدیهی اســت که چنین حکومتی محکوم‌به فناســت، چراکه بدون آمادگی جنگی مردم، دشــمن خیلی ســریع وارد خاک شما می‌شود و آنجا را فتح می‌کند. در چنین شرایطی، هرگونه راهبرد برای رفاه مردم، غلط اســت. مردم باید در کوتاه‌مدت سختی بکشند تا به‌سرعت دشمن را عقب برانند و پیروز شوند و دوباره به سازندگی و افزایش رفاه بپردازند.

هدف‌گذاری رفاه مردم، بدون در نظر گرفتن جنگ اقتصادی سیاسی دشــمن، عملا هدف‌گذاری درستی نیست. حتی اگر چنین هدف‌گذاری انجام شود، راهبرد قیمت‌گذاری دستوری کلا غلط است و با بیش از ۶ سال تجربه عملی، کاملا مطمئنیم که این راهبرد برای ما رفاه نمی‌آورد.

حال اگر بخواهیم راهبردهای درستی را طراحی و برنامه‌های درســتی را اجرا کنیم و پروژه‌هــای کلانی را به اجرا درآوریم، نیازمند دانش و تسلط اطلاعاتی و توان کنترل هستیم. امروزه فناوری اطلاعات به‌شــدت پیشــرفت کــرده و می‌توان با آن تقریبا به این موارد با هزینه ارزان، دسترســی پیدا کرد. امروز بکارگیری انواع مفاهیم سیســتمی-اطلاعاتی مانند مدیریت مــدارک محصــول در طول عمــر(PLM)، مدیریــت روابط تامین‌کننــدگان(SRM)، مدیریــت منابع ســازمان(ERP) و مدیریــت روابط مشــتریان(CRM) حداقل‌هایی هســتند که مدیریت شــرکت‌ها و صنایــع را رصدپذیر و کنترل‌پذیرتر می‌کنند. در ســطح دولتی هم نظام‌های دولت الکترونیک که بیش از ده سال است در کشور به‌صورت قانون درآمده، می‌تواند فضای کســب‌وکار را شفاف و ضمن بهبود روابط تسهیل‌گری نکند. اما همچنان دولت‌ها در حال وعده دادن هســتند. بماند که خدا را شــکر، فناوری به‌سرعت در حال پیشرفت و حداقل به‌طور ظاهری برای سیستم‌ها، در حال اجراست و برخی کارها ســاده شده و امیدوارم دولت سیزدهم با وعده‌هایی که داده با سرعت بیشتری دولت الکترونیک را به اجرا درآورد.

اما درباره صنعت خودرو، قطعا می‌توانم بگویم دولت، شیپور را از ســمت گشــاد آن می‌زند. در روزهای پایانی سال گذشته برای اجرای بهتر سیاست غلط قیمت‌گذاری دستوری و فروش ســهمیه‌ای خودرو به مردم، به جای برنامه‌ریزی برای رشــد و توســعه صنعت خودرو و بازگشــت آرامش واقعی به بازار و تقویت بنیه اقتصاد، ســامانه متمرکز فروش را طراحی و پیاده کردیم که سیســتمی شبه‌کمونیســتی اســت. کمونیست‌ها، جــدای از بحث‌های ایدئولوژیک، اصولا بــازار را قبول ندارند. البتــه مســئولان ما به لحاظ ظاهری بــازار را قبول دارند و به مالکیــت خصوصی احترام می‌گذارنــد و ادعا می‌کنند پایبند تمامی اصول قانون اساســی از جمله اصل ۴۴ هســتند. با این حال به‌جای اینکه راهبرد غلط قیمت‌گذاری دستوری برای دو خودروساز خصولتی را لغو یا دستور رئیس‌جمهور محترم مبنی بر خصوصی‌ســازی کامل دو خودرو را اجرا کنند، ســامانه‌ای راه‌انــدازی کردند که فروش تمــام خودروهای ایران‌خودرو و ســایپا، حتی آنهایی که قبلا مشــمول قیمت‌گذاری نبود، در آن انجام شــود. جالب اینجاست که در این سامانه، خودروساز موظــف بــود تا آنجا که مشــتری وجــود دارد، خــودرو را به فروش برســاند و بدین‌ترتیب تقریبا تا دو ســال ظرفیت تولید خودروســاز، به روش رفت. البته کار به همین‌جا ختم نشــد و در ادامه، دولت خودروســازان خصوصی را هم زیر یوغ فروش کنترل‌شده درآورد و وارد این سامانه کرد.

جالب‌تر این بود که بعدا معلوم شد این سامانه فروش، تعهد فروش ایجاد نمی‌کند، بلکه یک سامانه نوبت‌دهی بوده و پولی هم که مشــتری هنگام ثبت‌نام پرداخت کرده بود، به‌حســاب خودروســاز نرفته است. هم اکنون باوجود شکست این روش در ادامــه روش غلط قیمت‌گذاری دســتوری، همچنان اصرار بــر ادامه آن وجــود دارد. البته مســئولان حرفه‌ای متناقضی می‌زنند. یک روز یکی می‌گوید که قرار است فروش آزاد شود، فــردا دیگری تکذیب می‌کند و روز بعد می‌گویند قرار اســت ســامانه جمع شــود و عصرش یکی دیگــر و بعضا خود همان شخص، آن را تکذیب می‌کند.

جالب اینجاست که سامانه‌هایی (مانند PLM و ERP و...) کــه باید برای ارتقای بهره‌وری و کنترل‌پذیری صنعت به اجرا درآید، سال‌هاســت با وجود فراهم بودن بســتر، به‌طور ناقص اجرا می‌شوند و از این‌طرف چنین بهره‌برداری ضدتوسعه‌ای و ضدرقابتی از سامانه‌ها می‌شود. البته سامانه و فناوری اطلاعات خوب هستند به‌شرط اینکه افرادی که آن را استفاده می‌کنند، قبل از هر چیز بر مبنای اطلاعات درست تصمیم بگیرند. اگر دانش یا اطلاعات یا تصمیم نادرست باشد، استفاده از فناوری اطلاعــات خود مایه افول بیشــتر می‌شــود. فناوری اطلاعات همان‌قــدر که مفید اســت، می‌تواند خطرناک باشــد به‌ویژه وقتی‌که در اختیار افراد نااهل بیفتد.

کارشناسان از نقش اینترنت در صنعت خودرو می‌گویند

اینترنت اشیاء آینده گریزناپذیر صنعت خودرو

شهناز صفایی
editor@smtnews.ir

اینترنت اشــیاء به لطــف حکمرانی فناوری بر زندگی بشــر، این روزها بیشــتر به گوش می‌خورد، چراکه شرکت‌های فعال در زمینه تکنولوژی با همــکاری اپراتورهای مخابراتی می‌خواهند رویای بشــر را که تمامی وسایل به اینترنت مجهز باشــند و کارها با ســرعت بســیار بالایی انجــام شــوند را محقق کنند. در ایــن میــان، تحلیلگــران فعــال در حوزه خودرو برآورد کرده‌اند که اینترنت اشــیاء و هوش مصنوعی تحــولات عظیمی در صنعت خودرو طی یک دهه آینده ایجاد خواهد کرد و نســل آینده خودروها شاهد پیشرفت‌های عظیمــی از لحاظ فناوری‌هــای نوین خواهد بــود و ناگهان این صنعــت را به‌طور کامل در برخواهد گرفت. به بهانه ۲۹ اکتبر روز جهانی اینترنت صمت در این گزارش نگاهی دارد به وضعیت صنعت خودرو کشورمان و جایگاهی که در اینترنت اشیاء در این صنعت دارد.



عکس: صمت

اینترنت اشیاء دروازه ورود به رویای بشر

اینترنــت اشــیاء (IoT) به معنی یک شــبکه جهانی از اشــیاء مرتبط و متصل اســت که هر یک دارای آدرســی مختص به خود بوده و براســاس قراردادهای استانداردشده‌ای با یکدیگر در ارتباط هستند.

کارشناســان موسســه تحقیقاتی گارتنر پیش‌بینی کرده‌اند که طی یکی، دو ســال آینده میلیون خودرو متصل به اینترنت اشیاء در جهان تولید خواهند شــد و در خیابان و بزرگراه‌های شــهرها و کشورهای مختلف تردد خواهند کرد. کارشناسان بر این باورند که فناوری‌های نوینی نظیر اینترنت اشیاء، هوش مصنوعی و یادگیری ماشــینی می‌توانــد تحــولات عظیــم و مثبتی را در نســل آینده خودروهای جهان ایجاد کنند. اینترنت اشیاء و هوش مصنوعی در خودروهای خودران و هوشــمند به کار برده می‌شود که بدون نیاز به راننده قادر اســت موانع، افراد پیاده و وســایل نقلیه دیگر را در فواصل مکانی و زمانی مختلف به‌صورت کاملا خودکار تشــخیص بدهد.

بــا توجه به آنکه خودروهــای خودران این روزهــا از محبوبیت و اســتقبال بی‌نظیری از ســوی شــرکت‌های تولیدکننده خودرو و همچنیــن غول‌های تکنولوژی برخوردار شــده‌اند، شــرکت‌های خودروساز بسیاری این روزها درصدد تولید این نوع خاص و جدید از خودروها هستند تا بتوانند علاوه بر به رخ کشیدن تکنولوژی‌های جدید و به‌روز خود، به تکامل صنعت خودروسازی نیز بپردازند.

استفاده از اینترنت اشیاء در وهله اول در استفاده از زمان موجب صرفه‌جویی می‌شــود که به تبع آن در حوزه‌های مربوط به انرژی نیز صرفه‌جویی اتفاق می‌افتد. این فناوری می‌تواند در ساختمان‌ها و مجتمع‌های بزرگ برای استفاده درست و تنظیم مصرف انرژی، در کنترل سیســتم‌های هوشــمند، ســلامت و بهداشت، ترافیک، کشاورزی، حمل‌ونقل نیز مورداستفاده قرار بگیرد.

صنعت خودرو نمره قبولی نمی‌گیرد

مســیح فرزانه، کارشناس حوزه خودرو درباره نقش و جایگاه اینترنت در صنعــت خودرو و قطعه در کشــور به صمت اظهــار کرد: به نظر من، جایگاهی که در این بخش داریم به وضوح با وضعیت کلی ما در صنعت خودرو مشخص است؛ یعنی همان جایگاهی که در صنعت خودرو جهان از حیــث ایمنی، مهندســی و کیفیت و اســتفاده از تکنولوژی‌های روز داریم در این بخش نیز همان‌گونه هســتیم؛ که چیزی شــبیه به نمره مردودی اســت. بهترین کســانی که می‌توانند در این زمینه اظهارنظر کننــد، مصرف‌کنندگان واقعی خودرو هســتند که به‌صورت لحظه‌ای و روزمره در حال اســتفاده از خودروهای عموما داخلی هســتند. اینکه در اغلب موارد رضایتی در رفتار و گفتار مصرف‌کنندگان خودروهای داخلی دیده نمی‌شــود، خود این گفته را تایید می‌کند که در این بخش بســیار ضعیف هســتیم. اگر هنوز هم مصرف‌کنندگان، خودرو داخلی و سپس چینــی می‌خرنــد، به‌دلیل انحصــار در بازار و عدم‌تنوع و دسترســی به محصولات بروز خودروسازان جهانی است. فرزانه در پاسخ به این پرسش که زیرساخت‌های اینترنت چقدر به صنعت خودرو کمک کرده، گفت: در مقیاس بین‌المللی، اینترنت امروز به یک جز لاینفک در صنایع کلان از جمله خودرو مبدل شده است. در بحث امنیت و ایمنی خودرو در مقوله جلوگیری از ســرقت و کاهش تصادفات و صدمات جاده‌ای، هوشــمند شدن در رفع نقص آنی ECU پیشرانه خودروها و همچنین جهت‌یابی از جمله موارد کلیدی هستند. صنعت خودرو کشور ما در این بخش بسیار ضعیف اســت و زیرساختی که برای اینترنت در کشور وجود دارد نهایتا به استفاده از اینترنت در اتوماسیون‌های اداری و برخی از خطوط تولید و مونتاژ خلاصه می‌شود. این بخش در مالتی‌مدیای خودروها نیز استفاده محدود در حد دسترسی به اپلیکیشن‌هایی برای جهت‌یابی دارد. در این میان، به‌دلیل محدودیت‌ها و فیلترینگ نیاز به استفاده از وی‌پی‌ان است که هم در کاهش ســرعت شــبکه موثر است و هم مصرف اینترنت را بالا می‌برد که هر دو برای کاربر هزینه‌های مضاعف ایجاد می‌کند.

فرصت یا تهدید

این کارشــناس حوزه خودرو ادامه داد: با توجه به شــرایط کنونی که بازار و صنعت خودرو ما دارد، هوش مصنوعی بیشتر از اینکه یک فرصت برای این صنعت باشد، تهدید است. وقتی هنوز در صنعت خودرو درگیر مســائل پیش‌پاافتاده‌ای مانند تامین ارز و نحوه فروش و قیمت‌گذاری و واردات هســتیم، صحبت کردن از اینترنت‌اشــیاء و هوش مصنوعی گام نهادن در این مســیر شــبیه تصمیم گرفتن برای احداث مزرعه‌ای سرســبز، بدون آب و کود و خورشید است. ورود به چنین عرصه‌ای در شرایطی که پیش‌نیازهای اولیه صنعت خودرو، ضررهای هنگفتی بر تن اقتصاد نیمه‌جان کشور و البته جیب مصرف‌کننده وارد کرده، می‌تواند زیانبار باشد و حتی سبب زیان مضاعف این صنعت شود.

ایــن کارشــناس صنعت خودرو درباره چگونگی اســتفاده از بســتر اینترنــت در صنعــت خودرو گفت: از مهم‌ترین مــواردی از اینترنت و به‌ویژه اینترنت اشیاء که در صنعت خودرو استفاده می‌شود می‌توان به ارتباط بین حسگرهای خودرو و آنالیز شرایط جاده و حالت‌های راننده و سرنشینان، راهبر پشت فرمان و فضای داخل اتاق خودرو اشاره کرد؛ یعنی داده‌های جمع‌آوری‌شــده هنگام رانندگی پس از بررسی توسط کامپیوتر خودرو به مرکز دیتاهای آنلاین شــرکت مربوطه ارسال شده و ایفای نقش می‌کنند. این بخش در مبحث بسیار مهم ایمنی جاده و سرنشینان تاثیر چشمگیری دارد. مسیریابی‌های هوشمند نیز موردی اســت که در این بخش می‌توان به آن اشاره کرد این موضوع به‌صورت کلان نقــش کلیدی در کاهش مصرف ســوخت، اصطــکاک خودرو و هزینه‌های سربار بر شبکه حمل‌ونقل و جیب مصرف‌کننده دارد.

فرزانه درباره چالش‌هایی که در استفاده از اینترنت اشیاء در صنعت خــودرو بــا آنها مواجه هســتیم، اظهار کرد: وقتی در کشــور حتی در بــاره خودروهــای وارداتی یعنی مدل‌هــای ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹، در بروزرســانی آخرین آپدیت‌های نرم‌افزاری مشــکل داریم و باید از نســخه‌های کرک شده و غیرارجینال استفاده کنیم یا برای دسترسی به ورژن‌های بروز به‌دلیل محدود کردن آی‌پی‌های ایرانی باید از VPN اســتفاده کنند، به این معناســت که در این بخش چالش‌های زیادی داریم.

وی دربــاره تغییراتی که به‌دنبال استفاده از اینترنت اشیاء در صنعت خــودرو رخ می‌دهد نیز اظهار کرد: هوشــمندتر، ایمن‌تــر، به‌صرفه‌تــر و مشتری‌پســندتر شــدن از موارد مهمــی کــه به‌دنبــال اســتفاده از اینترنت اشــیاء ایجاد می‌شود. تمام این مزیت‌ها منجر به کاهش هزینه‌های سربار صنعت و افزایش فروش و ســود می‌شــود که به‌صورت کلی بر رضایت مشــتری تاثیر داشته و کیفیــت و توجــه همه‌جانبه به ابعاد گوناگون اســتفاده از خودروها را نشان می‌دهد. فرزانه با اشاره به تأثیری که استفاده از اینترنت اشیاء بر مصرف سوخت و آلودگی هوا دارد، اظهار کرد: همان‌طور که می‌دانید یکی از موارد مهم در این بخش، آنالیز شرایط راننده پشت فرمان و نوع رانندگی و برخورد وی با پدال گاز و فرمان بوده و ســپس درگیرشــدن خودرو در شــرایط مختلف رانندگی و ترافیک و جاده مطرح است. این داده‌ها در کامپیوتر خودرو جمع‌آوری و آنالیز می‌شــود. در این شرایط خودرو نخســتین عکس‌العملی که نشان می‌دهد عکس‌العمل فرمان، سیســتم پاشش ســوخت، مرکز مدیریت پیشــرانه (موتور) عملکرد ترمزها و سیستم تعلیق، زمانبندی بازوبسته شدن سوپاپ‌ها و... است که یک خروجی مشخص و منطقی در سرعت، ایمنی و کاهش مصرف ســوخت ایجاد می‌کند. مورد مهم دیگر، بهترین مدل جهت‌یابی برای کاهش میزان درگیر شدن خودرو در شرایط پر تنش ترافیکی در کنار کوتاه‌تر کردن مسیرهاســت که خروجی آن به کاهش مصرف سوخت و آلایندگی در مقیاس کلان منجر می‌شــود. در نهایت همه این موارد امروز سبب می‌شود خودروها هوشمندتر از گذشته شوند و مانند یک موجود زنده در جاده با تمامی رخدادهای اطرافشان توسط حسگرها و اینترنت ارتباط گرفته و در لحظه داده‌های اطرافشان را آنالیز کنند. به نظر من، بزرگ‌ترین رهاورد این تغییر و تحولات دو چیز است؛ افزایش ایمنی جاده‌ها و همچنین کاهش آلایندگی و مصرف سوخت.



صنعت خودرو در تسخیر اینترنت

امیرحســین برخورداری، کارشــناس حوزه خودرو نیز در پاســخ به این پرســش که در بحث اســتفاده از اینترنــت در صنعت خودرو در چــه جایگاهی قرار داریم به صمت اظهار کرد: اینترنت اشــیاء یا IOT به‌معنای ســاده یعنی روند جان‌بخشی به هر شیء بی‌جانی و به این معناســت که هوش را به یک شــیء بی‌جان اضافه می‌کنیم. به‌طبع خودرو و تمام قطعاتی که تشکیل‌دهنده یک خودرو هستند، اشــیاء بی‌جانی هســتند که با اینترنت اشــیاء می‌توانند از برخی از ویژگی‌های ممتــاز موجود زنده برخوردار شــوند. در این صورت در اســتفاده از خودرو می‌توانیم براســاس تعاریــف و توانمندی‌های از پیش‌تعیین شــده، گزارش لحظــه‌ای از اتفاقاتی که در بخش‌های و عملکردهای گوناگون خودرو رخ می‌دهد، داشــته باشیم. یا در موارد خرابی قطعات خودرو گزارش داده می‌شــود. ممکن است خودرو در زمان تردد در جاده زمانی که مانعی وجود دارد یا ترافیک ایجاد شده وضعیت را قبل از رســیدن، پیش‌بینی و اطلاع‌رســانی کند یا حتی عکس‌العمل نشان دهد. تمام این توانمندی‌ها از طریق اینترنت اشیاء دست‌یافتنی است.

وی ادامه داد: این‌گونه که بســتر برای اینترنت اشــیاء فراهم شده در آینده ارتباط بین خودروها برقرار می‌شــود و خودروها براســاس سیســتمی که در آنها تعبیه شده و مکانیسمی که بر بستر اینترنت اشــیاء از آنها برخوردار می‌شــوند، می‌توانند با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و خدمات مناسب و مفیدی به استفاده‌کنندگان ارائه دهند. در این صورت، دخالت انسان و خطاها و اشتباهات براساس مکانیسم‌ها و برنامه‌ها دقیق به حداقل ممکن می‌رسد.

برخــورداری ادامــه داد: ورود بــه عرصه اینترنت اشــیاء، گام‌های گوناگون و متفاوتی دارد و گام نخســت برای حرکت در این مســیر می‌تواند این باشــد که خودرو در زمان مواجهه با اشکالی در سیستم و خرابــی قطعات، آن را به مراکز خدمات خودرویی آن برند گزارش کند یا درباره ســرویس خودرو اطلاع‌رســانی به راننــده انجام و این فرآینــد به‌طــور کاملا آنلایــن انجــام و پیگیری شــود. در مراحل پیچیده‌تر؛ یعنــی آینده نه چندان دور، تمــام خودروها بهم متصل شده و خودران خواهند بود. در این صــورت، اطلاعات زمــان و مکان نمی‌شناســد و تمــام اطلاعــات از طریق اینترنت منتقل خواهد شد. این آینده اجتناب‌ناپذیر است و اگر از هم‌اکنون در این زمینه گام‌های نخســت را برنداریم به طبع از جهان عقب خواهیم افتاد. همان‌طور که در تولید خودروهای برقی عقب ماندیم. طبیعتا در این زمینه باید پروژه‌هــای علمی و تحقیقاتی را شــروع کنیم تا خیلی از دنیا علم و فناوری عقب نماییم.



> صنعت خودرو ما هنوز درگیر مسائل پیش‌پاافتاده‌ای مانند تامین ارز و نحوه فروش و قیمت‌گذاری و واردات است

> به‌زودی در صنعت خودرو، تمام اطلاعات از طریق اینترنت منتقل خواهد شد و این آینده اجتناب‌ناپذیری است

سخن پایانی

در نهایت اینکه خودروهای هوشمند و خودروهایی که به اینترنت اشــیاء متصل هســتند، امکاناتی را در اختیار سرنشینان خود قرار می‌دهند؛ از ارتباط دو طرفه بین وســایل نقلیه، دســتگاه‌های تلفن هوشــمند و زیرســاخت‌های شــهری گرفته تا رانــدن خودروهای هوشمند بدون نیاز به راننده.

راننــده خودرویی که از اینترنت اشــیاء بهره می‌بــرد، می‌تواند با گوشــی هوشــمند خود، اتومبیل خود را خاموش یا روشــن کند یا خارج از خودرو کنترل چراغ‌های فلاشــر را در اختیار داشــته باشد. در صورت دزدیده شــدن خودروهای متصل به این شبکه نیز، مکان آن قابل ردیابی است.

البته این‌ها تمامی مزایای اینترنت اشیاء در خودرو نیست، با این حال موضوعات بسیار چشمگیر و مهمی است که با وضعیت کنونی صنعت ما در همین سطح هم با آن فاصله بسیار دوری داریم و اگر نخستین گام‌ها را برنداریم، عقب می‌مانیم.

معدن در مسیر ناهموار هوشمندسازی

هوشمندسازی به عبارت ساده به معنای آن است که بتوان همه فعالیت‌های روزمره را از طریق استفاده از آی‌تی و سیستم‌های روزآمد، به صورت دقیق‌تر و با کنترل بهتر انجام داد. بر این اساس زیرساخت اولیه آن پدید آمدن بستر مناسب در زمینه اینترنت و آی‌تی است. دومین پیش نیاز توجه به آموزش نیروی انسانی است تا بتواند از ساز کارهای هوشمند بهره مناسب و صحیحی ببرد و در نهایت هم توجه به حوزه استفاده از فناوری‌های هوشمند است تا زیرساخت‌ها به صورت متناسب با آن پیاده سازی شود.
بنابراین هم نیروی انسانی هم امکانات سخت افزاری و هم نرم باید هر سه با هم برای استفاده از ثمرات هوشمندسازی توانمند و مهیا شوند.
یکی از معضلاتی که - به طور اخص در بخش معدن - هوشمند سازی را به تعویق انداخته و باعث شده است که کشور در این حوزه پیشرفت قابل قبولی نداشته باشد، مشکل اینترنت و زیرساخت‌های آن است.
در گزارش صمت به مناسبت روز جهانی اینترنت نگاهی داشتیم به اهمیت توجه به هوشمندسازی و تامین زیرساخت‌های آن در توسعه معادن.


عکس: صمت

زمینه‌سازی برای خلق مزیت رقابتی



اردشیر سعد محمدی، مدیرعامل هلدینگ سرمایه‌گذاری توسعه معادن و فلزات: تحول و تغییر تنها مولفه ثابت در محیط کسب و کار امروز جهان است و هر بنگاه اقتصادی برای اینکه بتواند سهم خود را در بازارها حفظ کند و ارتقا ببخشد باید خود را با این تحولات پردامنه، مستمر و فراگیر همسو کند. موضوع تحولات دیجیتال نیز یکی از روندهای مهم امروز جهان برشمرده می‌شود که بخش صنعت و اقتصاد جهان را در آستانه یک انقلاب جدید قرار داده است. در واقع این تحولات که به معنای ایجاد قابلیت‌های جدیدی در حوزه هوشمندسازی، بهبود فرایندها و آمیختن آنها با فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات است، با پدیدآوردن مزیت رقابتی، موفقیت بنگاه در محیط کسب‌وکار را تضمین می‌کند. بنابراین تحول دیجیتال مفهومی عمیق‌تر از استفاده مدگرایانه از علم و تکنولوژی در صنعت است و اجرایی شدن تحول دیجیتال در هر صنعت، تمام ابعاد آن را دچار تغییرات اساسی می‌کند.

■ مولفه ضروری توسعه

ظهور تکنولوژی‌های نوین و ورود آن‌ها به بخش معدن و صنایع معدنی و فلزی نیز با تحولات گسترده‌ای در این حوزه‌ها همراه بوده، به طوری که این بخش را نیز در مسیر تحول دیجیتال و حرکت به سوی انقلاب صنعتی چهارم سوق داده است. فعالیت‌های معدنی و تولید فلزات در جهان امروز با سرعت بالایی به سمت هوشمندسازی و گسترش استفاده از تکنولوژی هوش مصنوعی، کنترل از راه دور، ماشین‌آلات خودران و ... حرکت می‌کنند، موضوعی که در ایران نیز، نه به عنوان یک انتخاب، بلکه به عنوان یک الزام و یک مولفه ضروری برای بخش معدن باید به آن نگریسته شود.

■ کلید توسعه معادن

به طور کلی، هوشمندسازی معادن از جنبه‌های مختلفی از جمله افزایش سرعت عملیات، ایمنی، ارتقای کارایی و اثربخشی، کاهش خطا و ریسک و بهبود ارتباط بین حلقه‌های مختلف زنجیره تامین و افزایش پایداری زیست‌محیطی ناشی از عملیات معدنکاری اهمیت دارد. اینترنت اشیا یکی از مهمترین فناوری‌هایی است که امکان حرکت به سمت هوشمندسازی را فراهم می‌سازد. این فناوری می‌تواند تاثیر شگرفی را در همه حلقه‌های زنجیره، از اکتشاف تا فرآوری ماده معدنی و تولید محصول نهایی به دنبال داشته باشد. علاوه بر این، داده‌های حاصل از عملیات اکتشاف، معدنکاری و ... را می‌توان به وسیله هوش مصنوعی تجزیه و تحلیل کرد و به نتایج دقیق‌تری رسید. حتی می‌توان از تکنولوژی بلاک‌چین برای ارتقای امنیت، حفظ اطلاعات و جلوگیری از حملات سایبری در این بخش بهره‌مند شد. اگرچه پیاده‌سازی فرایندهای تحول دیجیتال و گذار از روش‌های سنتی زمان‌بر و پرهزینه است، اما با بهبودی که در این حوزه حاصل می‌شود، می‌توان رشد سود و نرخ بازگشت سرمایه بالایی را برای شرکت‌ها متصور بود. با این حال، گام اول هوشمندسازی و حرکت همگام با تحولات دیجیتال در بخش معدن و صنایع معدنی داشتن نگاهی برگرفته از تفکر سیستمی و آینده‌نگرانه به این مفهوم است. باید توجه داشت که عیار ذخایر اغلب معادن کشور کاهش یافته است و استفاده از تکنولوژی‌های روز دنیا برای کاهش خطا و افزایش دقت عملیات حفاری و فرآوری ضرورت دارد. علاوه بر این بخشی از مواد معدنی با عیار بالا نیز در عمق‌های بسیار پایین‌تر از سطح زمین قرار گرفته‌اند. بنابراین هوشمندسازی در اکتشاف ماده معدنی و انجام عملیات معدنکاری نقشی مهم و کلیدی ایفا می‌کند. بنابراین استفاده از تکنولوژی روز دنیا و هوشمندسازی عملیات، مناسب‌ترین راهکار افزایش دقت باطله‌برداری و هدررفت ماده معدنی در معدن جانجا محسوب می‌شود.

■ پیوند ایده‌های علمی با صنعت

با توجه به شرایط فعلی عملکرد بخش معدن کشور به جرات می‌توان گفت اگر برنامه‌ریزی دقیقی برای حرکت پرشتاب بخش معدن و صنایع معدنی به سوی فناوری‌های نوین و هوشمندسازی آغاز نشود، این بخش فاصله زیادی با دنیا و تحولات جهانی خواهد گرفت. بنابراین تحولات دیجیتال و هوشمندسازی در معادن برای حفظ شرایط رقابتی یک الزام به شمار می‌آید و توجهی همه‌جانبه برای توسعه همه بخش‌های صنعت و معدن ضرورت دارد. در هر صورت باید توجه داشت که وجود چالش‌های فراوان در بخش معدن و صنایع معدنی کشور، سرعت رقابت این بخش در مقیاس جهانی را کاهش داده است و باید برنامه‌ریزی مدون و جدی‌تری برای توسعه هوشمندسازی حلقه‌های مختلف زنجیره ارزش در دستور کار قرار بگیرد. داشتن نگاه همه‌جانبه و بلندمدت به توسعه، لازمه دسترسی به سطح بالاتری از تکنولوژی و حرکت پرشتاب در راستای انقلاب صنعتی چهارم است. افزایش ظرفیت تولید، کیفیت بالای محصول، توسعه زیرساخت‌ها، اجرای پروژه‌های زیست‌محیطی، افزایش توان و تخصص داخلی و ... مستلزم جهت‌گیری مناسب در این خصوص و پایش مستمر تغییرات علم و تکنولوژی است تا از این طریق فرصت‌های مولد شناسایی و در جهت اهداف توسعه صنایع معدنی و فلزی کشور به کار گرفته شود.

عامل توسعه و بقای صنایع بزرگ



مجتبی حمیدیان مدیرعامل شرکت سنگ آهن مرکزی ایران: امروزه عامل توسعه و بقا صنایع بزرگ تعامل و همراهی جدی با شرکت‌های دانش بنیان است و تا زمانی که بهره گیری از ظرفیت‌های دانشگاه و پارک‌های علم و فناوری مورد توجه قرار نگیرد افق روشنی در اقتصاد و صنعت کشور نخواهیم داشت. صنایع معدنی و فولادی اهمیت بالایی در مناسبات اقتصادی کشور دارد اما بهره گیری از دانش شرکت‌های دانش بنیان در این حوزه ها بسیار ناچیز است.

■ فاصله بین نخبگان و فولاد

میان دانشگاه و جریان نخبگان با صنایع فولادی، معدنی و پتروشیمی فاصله این ایجاد شده است این در حالی است که برای توسعه اکوسیستم فناوری در معادن لازم است که دانشجویان از همان سال های نخست تحصیل وارد محیط های عملیاتی شوند و مباحث علمی را به طور عملی فرابگیرند.

حمیدیان عنوان کرد و ادامه داد: در حال حاضر شرکت سنگ آهن مرکزی ایران که قدیمی‌ترین شرکت معدنی در حوزه آهن کشور است، با حدود ۷۰ میلیون تن باطله‌های معدنی مواجه است که طی ۵۰ سال معدنکاری حاصل شده و باید با همکاری و تعامل بین دانشگاهیان و صنعتگران این ذخایر احیا شود.

■ کار به روش سنتی

اخیرا یکی از معادن زیرزمینی آهن در بلوک مرکزی ایران شناسایی شده است که بالغ بر دو میلیارد تن ذخیره دارد که این مقدار از مجموع استخراجی که از ابتدا تا امروز در کشور انجام شده بیشتر است، اما هنوز به آن ورود جدی نداشته ایم چرا که هنوز با همان روش های سنتی کار می کنیم و تا زمانی که جریان ورود دانشگاهیان به شرکت های صنعتی و معدنی ریل گذاری درستی نداشته باشد اکوسیستم نوآوری و فناوری هم در کشور به درستی شکل نخواهد گرفت.

■ دانش‌بنیان‌ها

همکاری با شرکت های دانش بنیان اگرچه ریسک بالایی دارد و کمتر مسئولی حاضر به پذیرش این ریسک است، اما وزارت علوم و صمت باید موانع و مشکلات را در این زمینه مرتفع کنند. ما سال‌هاست در گروه‌های معدنی از استحصال عناصر نادر خاکی صحبت می کنیم و در حال پیگیری آن هستیم اما برای این منظور زمان بسیار مهم است، بنابراین از پارک های علم و فناوری می‌خواهیم که در این زمینه ورود کنند. علاوه بر این همچنین استخراج معادن زیرزمینی از دیگر مباحث مهمی است که احتیاج به ارائه و استفاده از فناوری دارد.

■ مگا صنعت

امروزه بار بخش زیادی از اقتصاد بر روی دوش معدن است به عبارت دیگر در حال حاضر معدن فقط فعالیت‌های معدنی انجام نمی‌دهد. تامین آب، تصفیه فاضلاب، تامین برق، اکتشاف گاز، ارائه راهکار برای مسائل زیست محیطی و ... همه بر عهده معدن است و این موضوعات از معدن یک مگاصنعت ساخته است. در این حوزه‌های جانبی هم مشکل عمده تلفات سرمایه است که برای رفع آن نیازمند نقش‌آفرینی دانشگاهیان هستیم.

سخن پایانی

امروزه تکنولوژی در بسیاری از جنبه های زندگی ما وارد شده است ولی معدنکاری هنوز به شکل سنتی و قدیمی پیش می‌رود. اگر هدف این است که معدن نقش مهم‌تری در بهبود توسعه اقتصادی و افزایش تولید ناخالص داخلی ایفا کند، باید هرچه سریع‌تر به سوی هوشمندسازی حرکت کنیم.

در نخستین جشنواره اعطای نشان اقتصاد مقاومتی استان اصفهان صورت گرفت؛

اعطای نشان درجه یک اقتصاد مقاومتی به هلدینگ پتروپالایش اصفهان

نخستین جشنواره اعطای نشان اقتصاد مقاومتی استان اصفهان ۲۷مهرماه با محوریت امتنان از واحدهای تولیدی برتر استانی در زمینه اقتصاد مقاومتی و با گرامیداشت شهید شاخص جامعه کار و تولید کشور (شهید محمد کاظم‌زاده) به میزبانی هلدینگ پتروپالایش اصفهان و به همت بسیج کارگری سپاه صاحب‌الزمان(عج) در سالن اجتماعات شهرک شهید محمد منتظری برگزار شد. به گزارش روابط عمومی و بین‌الملل هلدینگ پتروپالایش اصفهان در این جشنواره از بین ۸۰۰ واحد تولیدی ۵۰ شرکت و واحد برتر استان اصفهان درآن نشان درجه ۱و۲ و۳ اقتصاد مقاومتی دریافت کردند .از اهداف این جشنواره الگوسازی مناسب در عرصه تولید کالا و خدمات، ایجاد فضای رقابتی مناسب در افزایش کیفیت تولید کالا و خدمات، گسترش ضریب نفوذ گفتمان اقتصاد مقاومتی در واحدهای تولیدی و خدماتی، هدایت عرصه تولید در خصوص پیروی از سیاست‌های اقتصاد مقاومتی نام برد.

رئیس سازمان بسیج مستضعفین در اولین جشنواره اعطای نشان اقتصاد مقاومتی استان اصفهان که با حضور ۵۰ شرکت برتر در زمینه اقتصاد مقاومتی برگزار شد با بیان اینکه در جریان یک حادثه بزرگ تاریخی قرار داریم، اظهار کرد: مواجهه بین غرب و اسلام ریشه‌های طولانی دارد که برای شناختن حادثه اخیر باید به سابقه این مواجهه توجه کرد. سردار غلامرضا سلیمانی، با اشاره به اینکه ما با تکیه بر اقتصاد مقاومتی مردم سالار باید نسل جوان و تحصیلکرده را در مسیر تولید رهنمون کنیم افزود: ایران باید بر فراز قله‌های خدمات دانش‌بنیان، کشاورزی، صنعتی قرار گیرد و ما در همگی این مسیرها رو به جلو هستیم.

وی با اشاره به اینکه برای تحقق اقتصاد درون‌زا و مردم پایه باید با تکیه بر توان داخلی و پیشگیری از خام‌فروشی اقتصاد ایران را سرآمد کنیم افزود: خوشبختانه استان اصفهان همواره در راه اجرای الگوهای موفق اقتصادی همواره پیشرو بوده است همانطور که در بخش پتروپالایش خوب درخشیده است و ما از همه مدیران شرکت پتروپالایش اصفهان قدردانی می‌کنیم که در مسیر کار و تولید و اقتصاد درون‌زا در حال تلاش هستند.

رئیس سازمان بسیج مستضعفین با بیان اینکه اسلام در دوره‌ای توانست اسپانیا را فتح کند و بخش‌هایی از فرانسه هم اسلام را پذیرفتند، گفت: اما غرب بار دیگر اسپانیا را از مسلمانان پس گرفت وقتی دقیق‌تر به این مسئله نگاه می‌کنیم صهیونیست پشت این ماجرا بود و این در حالی است که در ظاهر مسیحیان در این مواجهه بودند. وی با بیان اینکه هدف آنها تصرف تا قلب مسلمانان و فتح بیت‌المقدس به‌عنوان جبهه اول مسلمانان بود، عنوان کرد: آنها برای دستیابی به این هدف به یک لشکرکشی گسترده تحت عنوان جنگ‌های صلیبی زدند؛ در هجوم اول غرب که یهود و صهیونیست طراح آن بودند بیش از یک میلیون نفر لشکریان صلیبی بودند.

سردار سلیمانی افزود: امروز شما این قساوت‌های صهیونیست‌ها را می‌بینید آن روز هم هر مسلمانی در مقابل آنها قرار می‌گرفت از دم تیغ می‌گذراندند؛ این جنگ‌ها ۲۷۰ سال طول کشید و حتی در دوره‌ای فلسطین در اشغال صلیبیون قرار گرفت که صلاح‌الدین ایوبی آن سرزمین را پس گرفت.

رئیس سازمان بسیج مستضعفین اذعان کرد: آنها در جنگ جهانی اول فرصت را مغتنم شمردند و سرزمین‌های دولت عثمانی را بین خودشان تقسیم کردند ترکیه امروزی را به بازماندگان عثمانی شکست‌خورده دادند و باقیمانده امپراطوری عثمانی را بین خود تقسیم کردند و عنوانش را کشورهای تحت‌الحمایه گذاشتند.

■ * صهیونیست‌ها برای از بین بردن اسلام فلسطین را اشغال کردند



وی با بیان اینکه فلسطین، اردن و عراق به انگلیسی‌ها سپرده شدند، ادامه داد: انگلیسی‌ها یک فرماندار به فلسطین فرستادند که یک یهودی بود و وقتی وارد این سرزمین شد ارتشی از یهودیان صهیونیستی راه انداختند؛ آنهایی که در ۳۰۰ سال جنگ نتوانستند فلسطین را فتح کنند از راه نفوذ، قراردادها و سازمان‌های جهانی محقق کردند و هدف آنها نابودی اسلام بوده و هست. سردار سلیمانی خاطرنشان کرد: بلافاصله بعد از این اقدامات این یهودی لرد بالفور نخست‌وزیر انگلیس در سال ۱۹۱۷ بیانیه‌ای صادر کرد و فلسطین را یک سرزمین یهودی نامید که باید دولتی یهودی در این سرزمین تشکیل شود. این فرمانده بسیج با بیان اینکه ۳۰ سال جنگ‌های مختلفی از سوی مسلمانان و اعراب شکل گرفت؛ اما در سال ۱۹۴۸ دولت یهود را به رسمیت شناختند و یک دولت جعلی در قلب جهان اسلام شکل گرفت، گفت: مقاومت فلسطین آغاز شد و جنگ‌های بین اعراب و رژیم صهیونیستی ره به جایی نبرد و در بحبوحه جنگ جهانی قرارداد کمپ دیوید بین مصر و رژیم صهیونیستی با وساطت آمریکا امضا شد و اعراب در مقابل غرب زانو زدند.

■ سردار سلیمانی تفکر عاشورایی انقلاب اسلامی را وارد میدان مبارزه با رژیم صهیونیستی کرد

وی با بیان اینکه با پیروزی انقلاب اسلامی یک جانی در فلسطینیان دمیده شد، خاطرنشان کرد: امام خمینی(ره) نابودی رژیم صهیونیستی را مطرح کرده بودند و در پیروزی انقلاب اسلامی با تعیین روز قدس فرمودند که «باید رژیم صهیونیستی از صفحه تاریخ محو شود»؛ همان‌طور که انقلاب اسلامی تاریخ را تغییر داد، مسیر مبارزه مسلمانان با رژیم صهیونیستی و غرب نیز راه تغییر دارد و منجر به بیداری مسلمانان شد و شکل‌گیری جبهه مقاومت در دوره سردار سلیمانی اقدامی بود که تفکر عاشورایی انقلاب اسلامی به جبهه مبارزه با رژیم صهیونیستی آورده شد.

■ موضوع فلسطین همه ملت‌های آزاده را با امت اسلام متحد کرده است

هر کجایی جامعه تولیدی ما مشکل داشته باشد کارگران بصیر ما آماده هستند؛ در بحث کرونا کارگران ما اولین قشر بودند که با شیفت ایثار به کمک مقابله با کرونا آمدند. وی افزود: واحدهای صنعتی و تولیدی ما در سیل، زلزله و هر اتفاقی که در کشور بیفتد به خط هستند و در حوزه‌های عمومی از آزادی زندانیان، تهیه جهیزیه برای نوعروسان نیازمند و در آغاز سال تحصیلی با تهیه لوازم‌التحریر به میدان آمدند. الله‌بداشتی با بیان اینکه ما امروز در بیش از دو هزار و ۷۰۰ نقطه واحد بسیج داریم و در این واحدها کم‌ترین مشکلات تولید وجود دارد، گفت: ما امروز در کنار مردم قرارگرفتن و حل مشکلات را به کمک مردم را با فعل می‌توانیم صرف کردیم.رئیس سازمان بسیج جامعه کارگری و کارخانجات کشور با بیان اینکه امروز تحریم‌ها اثر خود را از دست‌داده است، عنوان کرد: ما امروز جوانانی از جنس مکتب حاج‌قاسم‌ها داریم که در حوزه‌های مختلف تولید اثربخش هستند؛ ما می‌توانیم روی زانوهای خود بلند شویم و مشکلات کشور را حل کنیم.وی ادامه داد: بیش از ۹۰۰ ساعت کار تخصصی علمی و ماه‌ها کار علمی برای اعطای نشان اقتصاد مقاومتی صورت‌گرفته است و این عرصه آغاز راهی تحولی درون‌زا و دانش‌بنیان است.سردار سلیمانی با بیان اینکه در طول ۲۰۰ سال گذشته مسلمانان ضربات سنگینی از غرب دریافت کردند؛ گفت: اما امروز در موضوع فلسطین ملت‌های مسلمان در پشت سر ملت ایران و رهبر کبیر انقلاب قرار گرفتند؛ رهبر معظم انقلاب توانست ملت‌های مسلمان و حتی ملت‌های آزاده را زیر پرچم مبارزه با رژیم صهیونیستی بیاورد.رئیس سازمان بسیج مستضعفین افزود: رهبر معظم انقلاب توانست فلسطین را به‌عنوان مسئله اصلی جهان اسلام تبدیل کند که عملیات طوفان الاقصی موید این موضوع است.

■ چهار مولفه قدرت رژیم جعلی اسرائیل که در طوفان‌الاقصی شکست خورد

وی ادامه داد: رژیم صهیونیستی بر چهار عامل قدرت خود را مستقر کرده است که اولین عامل پشتیبانی آمریکا و قدرت‌های جهانی باشد و آن ظرفیت‌های قانونی جهانی که ایجاد شد هیچ‌گاه علیه رژیم صهیونیستی استفاده نشد و برای همه دنیا سهم‌النقش در این عرصه مشخص کرده‌اند.سلیمانی گفت: عامل دیگر بقای رژیم صهیونیستی، دستگاه اطلاعاتی قدرتمند بود که در این عملیات کاملاً غافل‌گیر شد، این دستگاه اطلاعاتی نتوانست کوچک‌ترین تحرکی را کشف کند.یادگار دفاع مقدس عامل سوم بقای این رژیم را ارتش دانست که مدعی هستند چهارمین ارتش دنیا است؛ عنوان کرد: این راین ارتش در عملیات اخیر شکست خورد و این شکست کاملاً به ترتیبی بود که رسانه‌ها کاملاً آن را مخابره کردند؛ در جایی وقتی صهیونیستی کشته می‌شد یک موفقیت بزرگ بود؛ اما در این عملیات آماری که خودشان اعتراف می‌کنند در عملیاتی برق‌آسا از ارتش غزه و در مقابل موانع سنگین شکست خوردند.وی چهارمین مؤلفه بقای این رژیم قدرت ارعاب مسلمانان، دولت‌ها و رزمندگان بود، تصریح کرد: آیا امروز کسی در آن جا از رژیم صهیونیستی می‌ترسد؛ امروز روحیه مردم غزه و کودکان، مادران و پدرانی که فرزندان آن‌ها شهید می‌شوند را ببینید اثری از ترس وجود دارد.

■ حمایت غرب از رژیم صهیونیستی برای جلوگیری از فروپاشی آن است

سردار سلیمانی با بیان اینکه امروز باید گفت رژیم صهیونیستی در یک فروپاشی قرار دارد، گفت: غرب با همه توان آمده است که از این فروپاشی جلوگیری کند؛ تحولات بزرگی در راه است که پس از آرام‌شدن فضا رقم می‌خورد؛ ما نمی‌دانیم که این نبرد چه میزان طول می‌کشد؛ اما تردیدی نداریم بزرگ‌ترین توفیقی که نصیب جهان اسلام در گام دوم انقلاب می‌شود محو رژیم صهیونیستی خواهد بود.

رئیس سازمان بسیج مستضعفین با بیان اینکه جهان اسلام و انقلاب اسلامی در حال گسترش است، گفت: ۲۰ درصد مردم خود آمریکا پیش از عملیات طوفان الاقصی حامی کامل مردم فلسطین طبق نظرسنجی‌ها پشتیبان مردم فلسطین هستند و ۵۷ درصد مردم این کشور زیر سلطه صهیونیست‌ها و نحله‌های مسیحیت صهیونیستی مخالف کمک‌های مالی کشور خود به رژیم صهیونیستی هستند.وی ادامه داد: دیگر تفکرات و مکاتب و ایسم‌های مادی برآمده از رنسانس برای بشر جذابیتی ندارد و بشر تشنه معنویت، به دنبال یک راه نجات است و این چیزی است که انقلاب اسلامی از آن برخوردار است.

■ هر کجا جامعه تولیدی ما مشکل داشته باشد، کارگران بصیر ما آماده هستند



در ادامه این مراسم رئیس سازمان بسیج جامعه کارگری و کارخانجات کشور گفت: دشمن در جنگ ترکیبی تمام تلاش خود را کرد که بر ذهن جوانان، دانشجویان، دانش‌آموزان و کارگران ما اثر بگذارد، دشمن از همه ابزارهای خود استفاده کرد که یک مشکل معیشتی را به مسئله امنیتی تبدیل کند؛ اما کارگران ما با بصیرت سیلی محکمی به گوش دشمن زدند. حمیدرضا الله‌بداشتی با بیان اینکه در جبهه مقاومت اتفاق بی‌نظیری افتاده است و عزیزان ما در جبهه مقاومت افتخاری آفریدند که دنیا انگشت‌به‌دهان ماند، اظهار کرد: دشمن کودک کش که توانست در میدان موفقیتی به دست بیاورد و برای جبران این شکست مدارس و بیمارستان‌ها را بمباران کرده است. وی با بیان اینکه زنده‌بودن شهدا را در وصیت‌نامه آنها می‌بینیم، عنوان کرد: امروز تکلیف من و شما این است که ابتدا یاد شهید سپس زندگی‌نامه شهدا را به جوانان انتقال دهیم که این اتفاق شفابخش است.وی با بیان اینکه امروز مهم‌ترین کار در کشور تولید است، افزود: شهدا در امنیت، اقتصاد و علم چراغ راه ما هستند .الله‌بداشتی با بیان اینکه دشمن در جنگ ترکیبی تمام تلاش خود را کرد که بر ذهن جوانان، دانشجویان، دانش‌آموزان و کارگران ما اثر بگذارد، خاطرنشان کرد: دشمن از همه ابزارهای خود استفاده کرد که یک مشکل معیشتی را به مسئله امنیتی تبدیل کند؛ اما کارگران ما با بصیرت سیلی محکمی به گوش دشمن زدند .رئیس سازمان بسیج جامعه کارگری و کارخانجات کشور با بیان اینکه کارگران ما خود آستین بالا زدند و مشکلات خود را برطرف کردند، گفت: در هر واحد تولیدی که بسیج کارگری و کارخانجات فعال است کم‌ترین مشکل وجود دارد.

■ هدف‌گذاری ما حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان است

در آیین برگزاری نخستین جشنواره اعطای نشان اقتصاد مقاومتی استان اصفهان که ۲۷ مهرماه با محوریت امتنان از واحدهای تولیدی برتر استانی در زمینه اقتصاد مقاومتی و با گرامیداشت شهید شاخص جامعه کار و تولید کشور (شهید محمد کاظم‌زاده) به میزبانی هلدینگ پتروپالایش اصفهان و به همت بسیج کارگری سپاه صاحب‌الزمان(عج) در سالن اجتماعات شهرک شهید محمد منتظری برگزار شد از ۵۰ شرکت برتر با اعطای نشان درجه ۱، ۲، ۳ اقتصاد مقاومتی تجلیل شد. در این آیین مدیرعامل هلدینگ پتروپالایش اصفهان با اشاره به اینکه پالایشگاه نفت اصفهان در دولت سیزدهم به هلدینگ پتروپالایش تبدیل شده‌است گفت: اگر چه برخی قصد دارند تا تلاش‌های صورت گرفته در این دولت را ناکارآمد جلوه دهند اما باید گفت که حجم فعالیت‌های تولیدی و اقتصادی در این دولت بسیار زیاد است که نمونه‌ای از تلاش‌های جهادی صورت‌گرفته دولت سیزدهم را در پتروپالایش اصفهان شاهد هستیم. دکتر محسن قدیری، با اشاره به وجود ۶ شرکت در مجموعه پتروپالایش اصفهان از جذب هزار نخبه در این شرکت خبر داد و اشاره داشت: در راستای ایجاد انگیزه و جذب نخبگان درکشور تا سال ۱۴۰۵هزار نفر نیروی نخبه در پتروپالایش اصفهان جذب می‌شوند.وی از فعالیت‌های شبانه‌روزی کارکنان جهادگر تولید پتروپالایش اصفهان قدردانی کرد وگفت: در شرکت مشعل پویا بیش از ۴۰ هکتار زمین برای استقرار ۱۵۰ شرکت دانش بنیان و استقرار تجهیزات‌هایتک درنظر گرفته شده است که به‌زودی بهره‌برداری می‌شود. قدیری با اشاره به انعقاد توافقنامه هلدینگ پتروپالایش اصفهان با معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری گفت: در قالب این تفاهمنامه پترو پالایش اصفهان قلب واحدهای صنعتی ساخت ایران با نام عقاب خواهد شد که این واحد با شعار مرگ بر آمریکا افتتاح می‌شود. تمامی تجهیزات نرم‌افزاری و سخت افزاری این واحد در حال ساخت است که نزدیک به ۸۰ درصد آن تولید شده است .مدیرعامل پتروپالایش اصفهان حضور زنان و واگذاری یکی از واحدهای مهم این شرکت به بانوان را گام مهمی در راستای توجه به عدالت اجتماعی دانست و گفت: در این واحد نسل آینده الکل‌های چرب برای شوینده‌ها جدید تولید می‌شود. قدیری ادامه داد: متاسفانه تحریم‌های داخلی بیش از تحریم‌های خارجی به ما ضربه وارد می‌کند. اما به‌دنبال این هستیم که اقتصادمان را چنان قوی کنیم که دشمن را زمین‌گیر کنیم .وی اضافه کرد: می‌خواهیم تا سال ۱۴۰۵ تولید بنزین در پتروپالایش را به ۲۴.۷ میلیون لیتر برسانیم در دولت سیزدهم تولید بنزین از ۱۲میلیون لیتر به ۱۴میلیون رسید .مدیرعامل هلدینگ پترو پالایش اصفهان با اشاره به اینکه پدافند غیرعامل رضایتمندی کارکنان است که بیش از ۹۰درصد رضایتمندی کارکنان حاصل شده است افزود: در این هلدینگ ۶۰ طرح هوش مصنوعی طراحی شده است که با پایان طرح ERP در پالایشگاه اصفهان، تمامی امور با هوش مصنوعی انجام می‌شود. وی بیان داشت: هدف‌گذاری ما حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان است و قصد داریم تمامی تولیدات آنها را خریداری نمایم تا ایجاد انگیزه برای جامعه کار و تولید نماییم.



یادداشت

یک شبه ره صد ساله رفتن



محمدرضا خالصی
استاد دانشگاه و فعال معدنی

برای پاسخ به این سوال که اینترنت چه نقشی در معدنکاری ایفا می‌کند باید با مثال‌های ساده آغاز کرد. ساده‌ترین نقشی که اینترنت در این بخش به عهده گرفته، تسهیل ارتباطات است.

به عبارت دیگر چون معمولا معادن در نقاط دوردست واقع شده‌اند، ارتباط بین دفاتر (دفتر مرکزی با معدن و کارخانه) در بستر اینترنت انجام می‌شود و علاوه بر این ارتباط سیستم‌های امنیتی، دوربین‌ها و بسیاری دیگر از امکانات و تجهیزات بر مبنای اینترنت چیده شده‌اند. بنابراین در مقاطعی که اینترنت دچار اختلال یا قطع می‌شود، چالش‌های جدی در عملکرد معادن و کارخانه‌های فرآوری ایجاد می‌شود.

شاید گفته شود این ارتباطات را می‌توان با ابزار دیگر هم برقرار کرد، اما شرایط امروز با چند دهه پیش تفاوت فاحشی دارد. به هر حال، بعد از یک دوره استفاده از اینترنت، مجموعه‌ها به استفاده از برخی از نرم‌افزارها و ابزارها عادت می‌کنند.

از سوی دیگر، اطلاعات و محتوایی که هر روز در اینترنت قرار می‌گیرد، دانشی است که در اختیار همه فعالان این حوزه قرار دارد. مثلا شرکتی در آلمان یا امریکا یا هر منقطه دیگری از جهان نتیجه سال‌ها فعالیت و تحقیقات خود را در فضای وب به اشتراک می‌گذارد و ما می‌توانیم با مطالعه آن مسیری طولانی و پر هزینه را میانبر بزنیم و از تجربه‌های آنها استفاده کنیم؛ یا به قول معروف راه صد ساله را یک شبه بپیماییم. بنابراین نمی‌توانیم خود را از این گنجینه محروم کنیم.

به علاوه این روزها، صحبت از انقلاب صنعتی چهارم و هوشمندسازی است و این موضوع واقعیتی حیاتی است و نباید آن را کاری غیر ضروری و فانتزی دانست. صنعت بدون پیوستن به این جریان و استفاده از ابزارهای نوین توان رقابت خود را از دست خواهد داد.

اگر قرار است به این سمت و سو حرکت کنیم که البته چاره‌ای هم جز آن نداریم، باید پیش‌نیازهایی را فراهم کنیم و مجموعه‌ای از امکاناتی را در اختیار داشته باشیم که مهم‌ترین آنها اینترنت پرسرعت است. علاوه بر این باید امنیت داده‌ها در شبکه تامین شود و بتوانیم به پایگاه داده‌های بزرگ متصل شویم. در کنار این امکانات باید از مزایای پدافند غیرعامل، بهره ببریم تا امنیت سیستم‌ها را حفظ کنیم. مجموعه پدافند غیرعامل، تلاش می‌کند امنیت سیستم‌ها را تامین و حفره‌های امنیتی موجود در سیستم‌ها را برطرف کند.

در زمینه امنیت داده‌ها در شبکه نیز می‌توان گفت؛ بر خلاف تصور عمومی، یکی از دلایل اصلی هک شدن سایت‌ها داخلی قطع ارتباط با سامانه‌های جهانی است. شرح موضوع ساده است.

به عنوان نمونه؛ شرکت ما به عنوان مجموعه‌ای دانش‌بنیان به طور همزمان دو پروژه در دست اجرا داشت که یکی برای یک مجموعه دولتی بود و دیگری برای یک شرکت امریکایی و قرار بود داده‌های این دو مجموعه از طریق بستر وب به‌دست ما برسد.

در پروژه امریکایی، شرکت واسطه میان ما و طرف امریکایی به سادگی با ۲۰ دلار در ماه، امنیت شبکه را از طریق مایکروسافت آژور (Microsoft azure) تامین کرد.

اما وقتی قرار بود همین سطح امنیت را برای مشتری ایرانی تامین کنیم، متوجه شدیم با ۱۰ میلیارد تومان هزینه هم نمی‌توان در انجام این کار موفق شد. چون مایکروسافت برای راه‌اندازی سرویس آژور، هزینه‌ای به مراتب بیشتر متقبل شده است و تنها به این دلیل که بازار بزرگ جهانی را در دست دارد، می‌تواند خدمات خود را با بهای اندکی در اختیار مشتریان خود قرار دهد. این موضوع در مورد سایر بسترهای امن اینترنت هم صدق می‌کند.

بنابراین ما هر چقدر برای ایجاد بستر امن برای داده‌ها تلاش کنیم، اتفاقا مشکلات بیشتر می‌شود. مثلا اگر به جای استفاده از سرویس «جی‌میل» از یک سرویس نامه‌رسان گمنام استفاده کنیم، به دلیل اینکه قدرت سرویس‌های معتبر را ندارد احتمال هک شدن آن به مراتب بیشتر می‌شود. مسئله‌ای که ما این روزها با آن دست به گریبان هستیم این است که سال‌ها تحریم بوده‌ایم و امکان دسترسی به پروتکل‌های امن وجود نداشته است و نتوانستیم دیتاها را در سرورهای امن بارگزاری کنیم.

بنابراین اگر مجموعه‌ای قصد دارد سامانه‌ای راه بیندازد و اطلاعات مهم و حساسی روی آن بارگزاری کند، بهتر است از مجموعه‌هایی که تخصص دارند بخواهد که امنیت شبکه را تامین کنند.

اگر مجموعه‌ای دولتی مثل سازمان پدافند غیرعامل توانمندی‌ها و متخصصان لازم را در اختیار داشته باشد، بهتر می‌تواند بستر اطلاعات را امن کند و چالش‌ها و مشکلات آن را به حداقل برساند.

حواسمان باشد که در یک‌گذار تاریخی در صنعت نسل ۴ هستیم، دیگر کارکرد اینترنت، شبیه کارکردهای آن در ۲۰ سال گذشته یا حتی ۱۰ سال گذشته نیست.

اینترنت در صنعت نسل ۴، کم اهمیت‌تر از برق نیست. اگر برق قطع شود، هر اسمی روی آن بگذارید و مثلا بگویید برق ملی، تفاوتی نخواهد کرد، کارخانه تعطیل خواهد شد و در مورد اینترنت هم ماجرا به همین ترتیب است.

گفت‌وگوی صمت به بهانه روز جهانی اینترنت

دنیایی که در جیب ماست

گفت‌وگو

گیتا جاودانی
editor@smtnews.ir

شیوه معدنکاری در جهان در حال پوست‌اندازی است و مفاهیم انقلاب صنعتی چهارم در صنعت و معدن همانند سایر صنایع به‌سرعت در حال غلبه بر مفاهیم قدیمی است. امروزه معدنکاری در کشورهای پیشرفته با هوشمندسازی و به‌کارگیری اینترنت اشیا و دیگر نوآوری‌ها متحول شده است. این دگردیسی از یک‌سو کاهش چشمگیر هزینه‌های معادن و از سوی دیگر افزایش راندمان کار را به‌دنبال آورده است اما یکی از پیش‌نیازهای تبدیل معدنکاری سنتی به مدرن دسترسی به اینترنت است.

اینترنت شبکه‌ای به‌هم پیوسته از رایانه‌های متصل است که باید آن را بزرگ‌ترین سامانه‌ای دانست که تاکنون به‌دست انسان طراحی، مهندسی و اجرا شده است. کلید راه‌اندازی این شبکه عظیم جهانی به دهه ۱۹۶۰ در پنتاگون زده شد. از اواسط دهه ۱۹۹۰، اینترنت به‌صورت شبکه‌ای همگانی و جهان‌شمول درآمد. وابستگی تمامی فعالیت‌های بشر به اینترنت در مقیاسی بسیار عظیم و در زمانی چنین کوتاه، حکایت از آغاز یک دوران تاریخی نوین در عرصه‌های گوناگون علوم، فناوری، و به‌خصوص در نحوه تفکر انسان دارد. می‌گویند هنوز مقدار بسیار اندکی از آنچه اینترنت برای بشر خواهد ساخت به واقعیت درآمده است. گفت‌وگوی امروز صمت با آیدین زینال‌زاده به مناسبت روز جهانی اینترنت انجام شده است و موضوع آن اینترنت و نقش آن در معدنکاری است.



عکس: آیدا فریدی

◉ پدید آمدن مفهومی به نام اینترنت چگونه معدنکاری را متحول کرده است؟

به‌مرورزمان که تفکر کاربری تخصصی و فعالیت در تکنولوژی‌های «های‌تک» از اینترنت، مکانیک، مکاترونیک، فناوری اطلاعات و دانش‌هایی ازاین‌دست به حوزه‌های تخصصی گوناگون رخنه کرد، بسیاری از کشورها از این فضا در حوزه معدن استفاده کردند. جهش چشمگیر بهره‌وری با نوآوری‌ها و ایده‌های فناورانه که ترکیبی از کاربری سخت‌افزار، نرم‌افزار و شبکه یا اینترنت است تحولاتی ایجاد کرده که اگر ۲۰ سال پیش درباره آنها صحبت می‌کردیم، به‌راحتی قابل‌پذیرش نبود. نباید از نخستین و ساده‌ترین ویژگی اینترنت غافل شویم. دسترسی و به اشتراک‌گذاری داده‌ها، اطلاعات و علوم، نخستین و پیش‌پاافتاده‌ترین کاربرد اینترنت است که دنیا را به‌قدری کوچک کرده که روی میز یا حتی در جیب ما جا می‌شود.

درباره جایگاه اینترنت در معدن نیز باید گفت؛ در سال‌های نه‌چندان دور برای بررسی‌های اولیه یک محدوده اکتشافی از عکس‌های هوایی سیاه‌وسفید چاپی استفاده می‌شد. به‌مرورزمان با گسترش کلیدی استفاده از اینترنت، دسترسی به تصاویر ماهواره‌ای چند باندی و تعبیر و تفسیرهای ارقامی آنها توسط نرم‌افزار به‌سرعت فراگیر شد و سرعت و کیفیت این مرحله از اکتشاف مواد معدنی به‌شدت بهبود یافت و بهینه شد.

استفاده از فناوری‌های پیشرفته ایمنی و بهره‌وری را ارتقا می‌دهد و موجب کاهش هزینه‌ها، خواهد شد. درحالی‌که برخی از شرکت‌ها در اوایل سال ۲۰۰۰ آغاز به راه‌اندازی برنامه‌های استخراج اتوماتیک کردند، هنوز هم طی عملیات معدنکاری از هر دو روش پیشرفته و تجاری که پس از توسعه استانداردهای صنعت بهبودیافته، استفاده می‌کنند. هنگام عملیات اکتشاف، امکان تلفیق جامع اطلاعات پروفایل‌های مهندسی و ژئوفیزیکی یک منطقه با استفاده از فناوری‌های دورسنجی و تلفیقی وجود دارد. در این روش برنامه‌ریزی می‌توان از اتوماسیون‌های ربوتیک برای کمک به طراحی بی‌خطرترین و مقرون به‌صرفه‌ترین فرآیندهای استخراجی استفاده کرد. در این شرایط حفاری به میزان قابل‌توجهی برای کاهش نوسان و بی‌ثباتی، بهبود کیفیت و کاهش هزینه‌های نگهداری از سیستم‌های خودکار سود خواهد برد. درنهایت کانسنگ از معدن با استفاده از ناوگان بدون راننده یا حمل‌ونقل ریلی مجهز از سنسورهای اجتناب از موانع، جی.پی.اس و فناوری وایرلس که یک محیط عملیاتی امن‌تر ایجاد می‌کنند، منتقل می‌شود. در ادامه شرکت‌ها به ثروت داده‌ها و اطلاعات زنده دست پیدا خواهند کرد که به آنها در اصلاح تصمیم‌گیری و مدیریت فعال عملیات معدنی کمک خواهد کرد که درنهایت منجر به افزایش تولید مواد معدنی، مصرف بهینه انرژی و کاهش استهلاک خواهد شد.

◉ به نظر شما تاامروز پدیده‌ای به نام اینترنت چه تاثیری برافزایش ایمنی معادن داشته است؟

کاربری‌های ایجاد شده با توسل به اینترنت از جهات فنی-اقتصادی قابل‌توجه هستند اما پرکاربردترین آنها، موضوع افزایش «ایمنی» است. دسترسی به برخی کانسارها سخت است. مثل کانسنگ‌های غنی از اورانیوم حوضه آتاباسکا در کانادا که میزان پرتوزایی مواد رادیواکتیو آن خیلی بیشتر از حدی است که انسان بتواند تحمل کند. برهمین اساس راهکارهای فنی زیادی برای بهره‌برداری از این نوع ذخایر معدنی با استفاده از ربات‌ها ارائه شد. در نهایت به لطف اینترنت، این مشکل حل شد، به‌طوری که امروز، ماشین‌های معدنکار به‌صورت کنترل از راه دور، از یک منطقه امن در داخل معدن و یا حتی از سطح زمین، قابل‌کنترل و هدایت هستند. اپراتور با استفاده از دوربین و جوی استیک هدایت و کنترل این تجهیزات را انجام می‌دهد. این‌یک نمونه از تحول در معدنکاری است که «سود خالص» با خود به‌همراه دارد. به‌طورکلی هر سیستم دانش‌بنیان هدایت‌پذیر از راه دور را می‌توان از طریق اینترنت کنترل کرد. چه در حوزه اکتشاف باشد، چه بهره‌برداری و چه فرآوری. طبیعتا اولویت نیز با هر شرایطی است که حضور نیروی انسانی در آن حوزه با ریسک همراه باشد.

◉ چگونه بر اساس این دستاوردها می‌توان معدنکاری از راه دور یا معدنکاری در بستر اقیانوس، معدنکاری در ماه و... را تعریف و مدیریت کرد؟

به‌جز مسائل فنی و مهندسی، رویکردهای دیگری نیز در این خصوص وجود دارد. جهان در تلاش است تا به سمت پایداری پیش برود. در این شرایط، شرکت‌های معدنی نیز نقش فوق‌العاده‌ای در جهان پایدار بازی می‌کنند.

معدنکاری در تمامی قاره‌ها، به‌جز قطب‌جنوب انجام می‌شود و موادی اولیه تمام محصولات و خدمات در سراسر جهان از این معادن استخراج می‌شوند. بخش معدن با توجه به دامنه و نقش اساسی خود، دارای جایگاهی ویژه در جهت انتقال به جهان پایدار است.

چرخه عمر عملیات معدنی به‌راحتی به بیش از ۵۰ سال می‌رسد و این عملیات، نسبتا ثابت هستند. به‌طور مثال، اگر محیط کار نامطلوب شود، نمی‌توان به‌راحتی عملیات معدنکاری را به محل دیگری انتقال داد. درنتیجه شرکت‌های معدنی مجبور هستند هزینه و زمان زیادی برای طرح‌های بلندمدت و پیش‌بینی روند اجرای پروژه صرف کنند و در این شرایط، برنامه‌ریزی دقیق کمک شایانی به حفظ دارایی‌های معدنداران می‌کند. باید توجه ویژه داشت که برنامه‌ریزی برای آینده، ۱۰۰ درصد دقیق نیست و درک تعادل بین آنچه منطقی و غیرممکن است، فوق‌العاده دشوار است. چشم‌انداز ۲۰۵۰ نشان می‌دهد که رهبران جهانی از دولت‌ها گرفته تا تجارت و جامعه مدنی، میل زیادی به اخذ تصمیماتی دارند که جهان را به مکانی پایدارتر تبدیل کند.

◉ جهان پایدار چگونه است؟

درجهان پایدار؛ اقتصاد، جامعه، انرژی، محیط‌زیست، سازه‌ها، حمل‌ونقل و مواد، بسیار متفاوت باحال‌حاضر خواهند بود. در جهان پایدار قیمت‌گذاری، بازار و مدل‌های کسب‌وکار به‌صورتی متفاوت به‌کار گرفته می‌شوند تا یک اقتصاد جدید به‌وجود آورند. مقیاس‌های دیگری از موفقیت، فراتر از سود و زیان ظاهر خواهد شد، به‌طوری‌که هزینه‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و همچنین اثرات آنها درنظر گرفته شده و محاسبه می‌شوند. با این اقدامات جدید از سوی سرمایه‌گذاران، شاخص «ارزش» در بازار به رسمیت شناخته می‌شود.

رشد اقتصادی دیگر تنها با شاخص‌های سنتی مثل تولید «ناخالص داخلی» ردیابی نمی‌شود و برحسب ثبات توسعه اقتصادی تعیین خواهد شد.

اقتصاد جهانی بسیار رقابتی، متنوع و فراگیر شده است. فاصله توان پیشرفت و توسعه بین تمام اقتصادهای درحال‌توسعه و توسعه‌یافته کمتر است و ساختار بازار، نقش عوامل ارتقای بهره‌وری را تعیین می‌کند.

تجارت در جهان پایدار، بیشتر راه‌حل ارائه می‌کند تا خدمات. همکاری با سایر کسب‌وکارها، دولت‌ها و گروه‌های اجتماعی، امری عادی است و مشارکت، زیربنای سرمایه‌گذاری موفق در کسب‌وکارهای تجاری است. مصرف‌کنندگان دارای صدای بسیار قوی خواهند بود و سازمان‌ها کانال‌هایی برای تعامل با مشتریان و آموختن از آنها ایجاد می‌کنند و به‌سرعت در جهت تطبیق بیشتر محصولات خود با تقاضا حرکت خواهند کرد.

اقتصاد بازارهای جهانی در یک جهان پایدار، به اقتصاد دایره‌ای تبدیل خواهد شد. در اقتصاد دایره‌ای حرکت از مدل‌های تجاری خطی که در آن محصولات از مواد اولیه ساخته‌شده و سپس دور انداخته می‌شوند، به مدل کسب‌وکار دایره‌ای که در آن محصولات یا قطعات تعمیر می‌شوند، دوباره مورداستفاده قرار می‌گیرند یا بازیافت می‌شوند، تغییر جهت خواهد داد.

نیروی انسانی حوزه معادن و فلزات در اقتصاد دایره‌ای نیازمند مهارت‌های جدید است. شرکت‌های معدنی و فلزی دائم به‌دنبال راهکارهای ابتکاری برای کاهش تاثیر آن دسته از عملیات خود هستند که این مهم نیازمند فناوری‌های نوین، فرآیندهای کسب‌وکار و مهارت‌های تحقیق‌وتوسعه‌ای در زمینه‌هایی است که تقاضای بیشتری دارند. آنها دارای قابلیت ارزیابی درون‌سازمانی چرخه زندگی برای جمع‌آوری، مدیریت و استفاده از مجموعه داده‌های ارزشمند برای ارزیابی عملکرد محصول در برابر استانداردهای صنعت هستند.

شاید در این مدل مهارت نقش مهمی داشته باشد اما ایجاد و مدیریت روابط موثر با تامین‌کنندگان، مشتریان و مصرف‌کنندگان در سراسر «زنجیره ارزش» محصول اهمیت بالاتری خواهد داشت. این عملکرد به نوآوری محصول و شناسایی فرصت‌ها برای بهبود بهره‌وری کمک می‌کند. نخ تسبیح تمام موارد گفته شده، ارتباطات است که از طریق اینترنت و شبکه‌های اینترنتی فراهم می‌شود.

◉ عملیات معدنی در جهان پایدار چگونه خواهد بود؟

عملیات معدنی در جهان پایدار در مرزهای جدید، فعال است. طلا، مس، روی و عناصر نادر خاکی در کف دریاها و اقیانوس‌ها فراوان هستند و معدنکاری در اعماق دریا چشم‌اندازی جذاب ایجاد می‌کند. فناوری پیشرفته روباتیک اکتشاف در کف اقیانوس را تسهیل می‌کند و برخی آمایش‌ها نشان می‌دهند که رسوبات کف دریاها می‌توانند برای برخی مواد معدنی، حاوی آنومالی‌های با عیار ۱۰ برابر سطح زمین باشند. اما دسترسی فیزیکی انسان به اعماق اقیانوس‌ها با خطراتی همراه است. اخیرا نیز شاهد آسیب یک زیردریایی گردشگری در اعماق زیاد به دلیل فشار محیطی بالا و کشته شدن سرنشینان آن بودیم. بنابراین تنها راه استفاده از منابع معدنی کف اقیانوس‌ها، استفاده از ربات و کنترل آنها از راه دور به‌واسطه اینترنت و ارتباطات اینترنتی است.

◉ معدنکاری در فضا چگونه خواهد بود؟

معدنکاری سیارات نیز عرصه‌ای برای صنعت است تا به اکتشاف در جهان پایدار بپردازد. فراوانی و کیفیت مواد، همراه با سرعت فوق‌العاده توسعه فناوری و حمایت قوی از سرمایه، بدین معنی است که معدنکاری در سایر سیارات به‌زودی، به یک واقعیت بدل خواهد شد.

آنالیزهای شهاب‌سنگ در اوایل قرن ۲۱ نشان داد معدنکاری در سیارات برای فلزات گروه پلاتین، نیکل و آهن فرصتی ویژه است. برخی ارزیابی‌ها نشان می‌دهند یک سیاره ۵۰۰ متری غنی از پلاتین، ۱۷۴ برابر خروجی سالانه پلاتین جهان از معادن و ۱.۵ برابر ذخایر شناخته‌شده پلاتین جهان ظرفیت دارد. بااین‌حال، بحث، تنها روی کمیت و میزان ذخیره نیست و کیفیت منابع در سیارات بی‌همتاست. مثلا عیار سنگ‌آهن، نیکل و کبالت به میزان قابل‌توجهی از نمونه‌های روی زمین برتر هستند.

ترکیب کیفیت استثنایی و کمیت تقاضاهای پنهان، به مسئله معدنکاری در سایر سیارات، ارزشی جذاب می‌دهد. البته معدنکاری در فضا جایگزین، معدنکاری در زمین نخواهد شد، اما مکمل آن است. هزینه‌های حمل مواد معدنی به مبدا و مقصد زمین، حداقل درحال‌حاضر گران است. این مبلغ بین ۱۰ هزار تا ۴۰ هزار دلار امریکا به ازای هر کیلوگرم ماده معدنی، متغیر است. هزینه حمل‌ونقل مواد معدنی از سیاره‌های داخل منظومه شمسی به زمین نسبت به سایر سیارات، به‌صرفه‌تر است. بااین‌وجود، برخی از ارزیابی‌ها نشان می‌دهند، هزینه‌های حمل‌ونقل در مدارهای نزدیک‌تر به زمین باید به ۲۰۰ دلار امریکا به ازای هر کیلوگرم ماده معدنی خام کاهش یابد تا بتواند امکان رقابت با معدنکاری در کره زمین را داشته باشد.

ناسا در سال ۲۰۱۲ تخمین زد تسخیر یک سیاره هفت متری و هدایت آن به مدار زمین که امکان عملیات معدنکاری در آن ایجاد شود، ۲.۶ میلیارد دلار امریکا هزینه دارد. طبق ارزیابی دفتر مدیریت و بودجه ایالات‌متحده، پیش‌بینی‌شده سازمان‌های تجاری می‌توانند عملیات را با یک‌دهم هزینه برآورد شده دولت انجام دهند. اما میلیاردها دلار بیشتر برای استخراج واقعی مواد معدنی موردنیاز است.

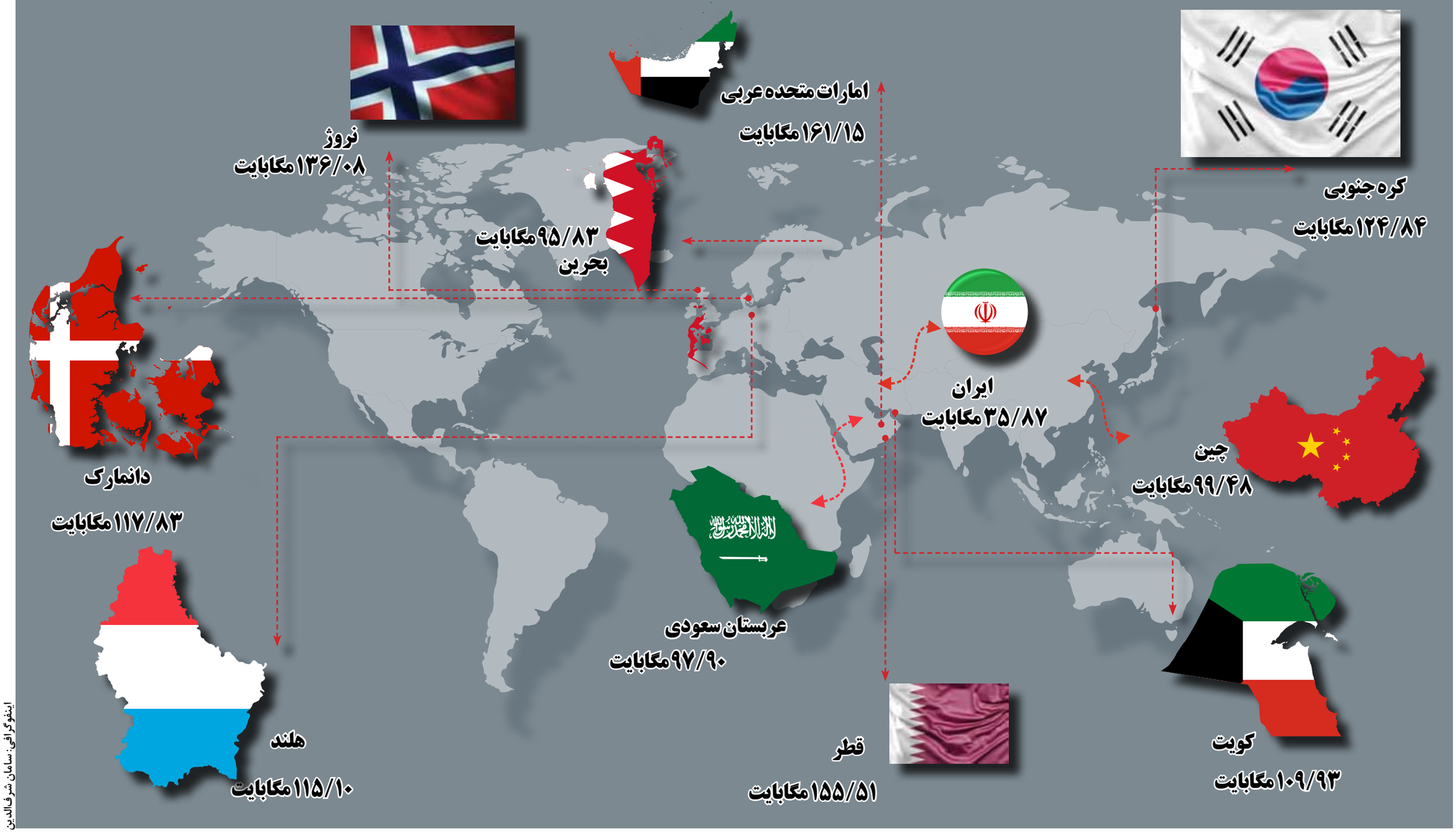
یک روش مهم برای کنترل هزینه‌های عملیاتی، چاپ سه‌بعدی است. پیشرفت‌های چاپ سه‌بعدی اثرات عمیقی در بهره‌وری عملیات معدنی و فلزی داشته است. همچنین زمان تعطیلی پروژه به دلیل تعمیر و نگهداری کوتاه‌تر شده، زیرا امکان ساخت و تولید قطعات یدکی در محل وجود دارد و صرفه‌جویی در زمان برای عملیات دور از منطقه چند برابر شده است. از سوی دیگر؛ صرفه‌جویی در هزینه‌ها واقعی شده و در نتیجه فواید زیست‌محیطی پدیدار می‌شوند. به جای آنکه مواد به زمین حمل شوند، می‌توان ایستگاه‌های معدنی را در فضا به‌طور کامل تجهیز کرد. به‌این‌ترتیب استخراج فضایی تا حد زیادی مطابق با تقاضای مواد معدنی خام از فضا خواهد شد.

بااین‌حال به اشتراک‌گذاری دانش گسترده در زمینه معدنکاری فضایی و زمینی به هر دو شیوه عملیات معدنی کمک خواهد کرد تا هر دو در دو جبهه، خصوصا با فناوری، پیشرو باشند. طبیعتا در این شیوه معدنکاری نیز امکان حضور نیروی انسانی در فضا وجود نخواهد داشت و معدنکاری به‌صورت مکانیزه انجام و از راه دور کنترل خواهد شد.

در جهان پایدار اقتصاد، جامعه، انرژی، محیط‌زیست، سازه‌ها، حمل‌ونقل و مواد، بسیار متفاوت باحال‌حاضر خواهد بود

جهان در تلاش است تا به سمت پایداری پیش برود و شرکت‌های معدنی نیز نقش فوق‌العاده‌ای در جهان پایدار بازی می‌کنند

کشورهایی با بیشترین سرعت اینترنت موبایل



اینفوگرافی: سامان شرف‌الدین

آگهی تجدید مناقصه سراسری و عمومی شماره N-02-183

شرکت نظم آوران صنعت و معدن گل‌گهر در نظر دارد " تامین ماشین‌آلات صنعتی سنگین و نیمه سنگین را از طریق برگزاری مناقصه سراسری و عمومی به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید.

متقاضیان می توانند جهت دریافت اسناد مناقصه به درگاه اینترنتی www.nazmavaranco.com بخش مناقصات و مزایده‌ها مراجعه نمایند.

جهت کسب اطلاعات بیشتر با آقای مهندس افاضاتی به شماره تماس ۰۹۱۳۳۷۸۹۷۱۷ در روزهای شنبه الی چهارشنبه از ساعت ۱۱:۰۰ الی ۱۳:۰۰ تماس حاصل نمایند.

شرایط و زمان بازدید:

بازدید از محل انجام‌کار در تاریخ‌های ۱۴۰۲/۰۸/۰۶ لغایت ۱۴۰۲/۰۸/۱۱ برای کلیه شرکت‌کنندگان در مناقصه می‌باشد.

نحوه تحویل مدارک:

• زمان تحویل پاکات مناقصه: پایان وقت اداری روز دوشنبه ۱۴۰۲/۰۸/۱۵ می‌باشد.
• محل تحویل پاکات: استان کرمان، شهرستان سیرجان، بلوار صفارزاده، نبش کوچه شماره۱۳ کدپستی ۷۸۱۷۸۱۹۴۸۹ و تلفن ۰۳۴۹۱۶۶۰۱۶۶ داخلی ۱۱۶۶ شرکت نظم‌آوران، دفتر امور قراردادها

واحد امور حقوقی و قراردادها

nazmavaranco | www.nazmavaranco.com

قوه قضائیه
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک استان مازندران

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی نوشهر

نوبت دوم
شناسه ۱۵۸۳۸۷

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰، املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی نوشهر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می‌گردد.

▣ **املاک متقاضیان واقع در قریه خشکرود غربی پلاک ۳ اصلی بخش ۲ قشلاقی**

۲۴۱ فرعی آقا/خانم زهرا حمیدی رشید فرزند حسین نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی (کاربری مسکونی) به مساحت ۲۱۲.۵۱ مترمربع خریداری بدون واسطه/ باواسطه از حسین مهرعلیزاده

لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین‌نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی (کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی، رای هیات الصاق تا در صورتی که اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض به صدور سند مالکیت می‌نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین‌نامه مذکور در مورد قسمتی از املاک که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می‌رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می‌نماید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۷/۲۲ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۸/۰۶

علی‌اکبر عقدسی‌فر، رئیس اداره ثبت اسناد و املاک نوشهر

قوه قضائیه
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک استان مازندران

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین‌نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

نوبت اول
شناسه ۱۵۹۱۲۷۰

برابر **رای شماره ۱۴۰۲/۸۶۳۴ مورخ ۱۴۰۲/۰۷/۰۶** هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهشهر تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی **آقای مجید جعفری فرزند جعفر نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۴۹۵,۰۲ مترمربع قسمتی از پلاک ۱۰۴۴۸ فرعی از ۳۱- اصلی به شماره کلاسه ۱۴۰۱/۶۷۱ واقع در اراضی فراش محله بخش ۱۷ ثبت بهشهر** مستند مالکیت خریداری شده مع‌الواسطه از مالک رسمی جعفر جعفری بر گه استشهادیه ارائه شده محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضاء مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۸/۰۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۸/۲۰

فرهاد آقابابائی، رئیس اداره ثبت اسناد و املاک بهشهر

قوه قضائیه
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک استان مازندران

آگهی موضوع ماده ۳ و ماده ۱۳ آئین‌نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی

نوبت اول
شناسه ۱۵۹۰۶۷۳

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی آمل مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می‌گردد:

▣ **املاک متقاضیان واقع در بخش سه ثبت آمل- دهستان دشت‌سر**
۳۱- اصلی (قریه پلک شرقی علیا)

۱۱۷۵ فرعی آقای حسن آب‌تین در ششدانگ یک قطعه زمین با ساختمان احداثی با کاربری مسکونی با تراکم متوسط به مساحت ۱۱۲ مترمربع خریداری شده بلاواسطه از حمیدرضا ابراهیم‌زاده و مع‌الواسطه از محمدعلی محمدیان.

لذا به موجب ماده ۳- قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳- آیین‌نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق روزنامه محلی و کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتی که اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض، گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می‌نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین‌نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می‌رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می‌نماید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۸/۰۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۸/۲۰

حسن صالحی، رئیس اداره ثبت اسناد و املاک آمل

تاسیس شرکت با مسئولیت محدود پارس آویسا فوم

درتاریخ ۱۴۰۲،۰۸،۰۲ به شماره ثبت ۶۲۰۴۲۳ به شناسه ملی ۱۴۰۱۲۶۷۲۴۳۶ ثبت و امضا ذیل دفاترتکمیل گردیده که خلاصه آن به شرح زیر جهت اطلاع عموم آگهی میگردد. موضوع فعالیت :تولید انواع فوم های پلیمری درصورت لزوم پس از اخذ مجوزهای لازم از مراجع ذیربط مدت فعالیت : از تاریخ ثبت به مدت نامحدود مرکز اصلی : استان تهران،شهرستان تهران، بخش مرکزی، شهر تهران، حسن آباد ـ زرگنده، خیابان سرو، خیابان شهیدمحمددلیری، پلاک ۱۸ ـ ، طبقه ۴ کدپستی ۱۹۱۶۶۴۸۳۵۷ سرمایه شخصیت حقوقی عبارت است از مبلغ ۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال نقدی میزان سهم الشرکه هر یک از شرکا آقای سبحان دقیق به شماره ملی ۰۰۱۹۴۱۷۸۶۱ دارنده ۲۵۰۰۰۰ ریال سهم الشرکه آقای احسان اسمی به‌شماره ملی۰۰۷۹۵۴۴۷۷۰ دارنده۷۵۰۰۰۰ ریال سهم الشرکه اعضا هیئت مدیره آقای سبحان دقیق به‌شماره ملی ۰۰۱۹۴۱۷۸۶۱ به سمت عضو اصلی هیئت مدیره به مدت نامحدود و به سمت مدیرعامل به مدت نامحدود آقای احسان اسمی به شماره ملی۰۰۷۹۵۴۴۷۷۰ به‌سمت رئیس هیئت مدیره به مدت نامحدود دارندگان حق امضا : کلیه اوراق و اسناد بهادار و تعهد آور شرکت از قبیل چک ، سفته ، بروات ، قراردادها، عقود اسلامی و همچنین کلیه نامه های عادی و اداری باامضاء رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل همراه با مهر شرکت معتبر می باشد. اختیارات مدیر عامل : طبق اساسنامه روزنامه کثیر الانتشار صمت جهت درج آگهی های شرکت تعیین گردید. ثبت موضوع فعالیت مذکور به منزله اخذ و صدور پروانه فعالیت نمی باشد.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری تهران (۱۵۹۲۴۹۱)



گزارش خبری

ضرورت توسعه مناسبات با سازمان‌های منطقه‌ای و بین‌المللی

سید محمد صادق قنادزاده، معاون ارتقای کسب‌وکارهای بین‌المللی سازمان توسعه تجارت در نشست هماهنگی برگزاری دومین دوره نمایشگاه اختصاصی اوراسیا گفت: در ۲ سال گذشته سیاست اصلی دولت تنش‌زدایی حداکثری و حضور در پیمان‌های بین‌المللی بوده است. هدف نیز این بوده که ایران از ظرفیت‌های داخلی خود در عرصه بین‌المللی استفاده کند. پیوستن ایران به گروه بریکس و سازمان شانگهای و انعقاد قرارداد بین ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا نشان‌دهنده این است که ایران به دنبال این است که تاثیرگذاری خود را در معادلات و مناسبات منطقه‌ای و بین‌المللی نشان دهد.

معاون ارتقای کسب‌وکارهای بین‌المللی سازمان توسعه تجارت ایران ادامه داد: تلاش ما این است که نتایج به‌دست آمده از اقدامات ایران در زمینه‌های مختلف را با انعقاد قرارداد بین ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا همزمان کنیم تا با تجارت آزادی که بین ایران و کشورهای اورسیا شکل خواهد گرفت، از ظرفیت‌های به‌وجود آمده به‌صورت مشترک استفاده کنیم.

قنادزاده افزود: نمایشگاه مشترک ایران و اورسیا که ۱۳ تا ۱۶ آذر برگزار خواهد شد، شاید نخستین تجربه بین ایران و کشورهای اورسیا است تا ما بتوانیم همه اشتراکات و دستاوردهایی که به‌واسطه حضور در گروه بریکس، سازمان شانگهای و قرارداد با اتحادیه اقتصادی اوراسیا داشته‌ایم را به صورت مشترک به نمایش بگذاریم.

معاون ارتقای کسب‌وکارهای بین‌المللی سازمان توسعه تجارت تصریح کرد: گرچه محوریت نمایشگاه آینده با ایران و اورسیا خواهد بود، اما تلاش ما این است که این نمایشگاه تنها به حضور ایران و ۵ کشور حاضر در قرارداد اوراسیا محدود نشود، به همین دلیل ما از کشورهای دیگری نیز در این زمینه دعوت خواهیم کرد.

او ادامه داد: نکته دیگر اینکه این نمایشگاه خلاف نمایشگاه ایران‌اکسپو که تنها توانمندی‌های ایران را نشان می‌داد، چند مشارکت‌کننده دارد و ۵ کشور عضو اتحادیه اوراسیا به همراه ایران توانمندی‌های خود را در آن نشان خواهند داد؛ به همین دلیل نمایشگاه آینده یک فرصت متفاوت برای ایران و کشورهای اورسیا خواهد بود.

قنادزاده افزود: هدف ما این است که توسعه سیاسی را به دستاوردهای اقتصادی ملموس تبدیل کنیم، به همین دلیل تصمیم گرفته شد نشست هم‌اندیشی درباره برگزاری این نمایشگاه برگزار شود.

▣ توسعه مناسبات منطقه‌ای و بین‌المللی نیازمند عزم ملی است

همچنین عزیز منصوری، رئیس اداره همکاری‌های چندجانبه تجاری، مالی، انرژی و حمل‌ونقل وزارت امور خارجه در نشست هماهنگی برگزاری دومین نمایشگاه اختصاصی اوراسیا تهران گفت: زحمات زیادی برای توسعه روابط با اتحادیه اقتصادی اوراسیا کشیده شد، به همین دلیل لازم می‌دانیم از کسانی که در این زمینه تلاش کردند، تشکر کنیم.

منصوری افزود: در آینده، با توسعه مناسبات ایران و اتحادیه اقتصادی اروسیا شرایط تغییر خواهد کرد و ما اقدامات موثری را در این زمینه انجام خواهیم داد. وی ادامه داد: چندجانبه‌گرایی و عضویت ایران در سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای از اولویت‌های اصلی دولت سیزدهم به‌شمار می‌رود، به همین دلیل نیز عضویت ایران در سازمان‌ها و گروه‌های بین‌المللی مانند بریکس و شانگهای دارای دستاوردهای مهم اقتصادی برای کشور بوده که گزارش بخشی از آن از طریق رسانه‌ها در اختیار افکار عمومی جامعه قرار گرفته است. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی سازمان توسعه تجارت ایران، رئیس اداره همکاری‌های چندجانبه تجاری، مالی، انرژی و حمل‌ونقل وزارت امور خارجه در پایان گفت: دولت سیزدهم اراده قاطعی برای توسعه مناسبات با سازمان‌های منطقه‌ای و بین‌المللی دارد و در این زمینه برنامه‌ریزی‌های مدونی صورت گرفته است.

▣ احتمال امضای موافقتنامه تجارت آزاد

در ادامه این نشست میرهادی سیدی، مشاور امور بین‌الملل وتوافقنامه‌های تجاری سازمان توسعه تجارت ایران، با تشکر از کشورهای عضو اوراسیا برای حضور در مذاکرات، با بیان اینکه امیدواریم برگزاری دومین نمایشگاه اختصاصی اوراسیا مقارن با امضای موافقتنامه تجارت آزاد ایران و اوراسیا باشد، گفت: همچنین امیدواریم این دو رویداد یکدیگر را تقویت کنند و احتمالا بعد از نمایشگاه و پیش از پایان سال جاری میلادی، موافقتنامه تجارت آزاد ایران و اوراسیا امضا خواهد شد.

سیدی با بیان اینکه امضای این موافقتنامه در افزایش تجارت بین ۵ کشور اوراسیا و ایران بسیار موثر خواهد بود، گفت: تجربه چهارساله اجرای موافقتنامه تجارت ترجیحی ایران و اوراسیا بسیار مثبت بوده است. او ادامه داد: پیش از اجرای این موافقتنامه ایران و اوراسیا، حجم تجارت فی‌مابین ۲.۵میلیارد دلار بود و در حال حاضر به ۵ میلیارد دلار رسیده و نه‌تنها تجارت افزایش پیدا کرده، بلکه ترکیب کالاهای تجای هم از کالاهایی که به‌صورت سنتی دهه‌ها تجارت می‌شده، به‌صورت معناداری تغییر پیدا کرده و سهم کالاهای صنعتی بیش از ۲ برابر شده است.

این مقام مسئول گفت: یقینا اجرای موافقتنامه تجارت آزاد که طی آن تعرفه ۸۷ درصد کالاها صفر خواهد شد، منتهی به افزایش تجارت می‌شود و این پیام در این نمایشگاه باید به تجار ایرانی و کشورهای عضو اوراسیا منتقل شود و تجارت در سایه تسهیلات ایجادشده با این موافقتنامه افزایش یابد. وی افزود: درباره تجارت خدمات در موافقتنامه صرفا هماهنگی‌هایی برای توسعه تجارت صورت گرفته و بعد از اجرای موافقتنامه، توافقاتی برای تسهیل تجارت این بخش صورت می‌گیرد.

گفتنی است دومین دوره نمایشگاه اختصاصی اوراسیا ۱۳ تا ۱۶ آذر در محل سازمان توسعه تجارت ایران برگزار می‌شود.



تنها ۴ درصد خرده‌فروشی در کشور «آنلاین» است

سهم اندک کسب‌وکارهای آنلاین از بازار

کیمیا ملکی
editor@smtnews.ir

آخرین روزهای بهمن ۹۸ بود که وزارت بهداشت به‌طور رسمی از شناسایی بیماران مبتلا به کرونا در کشور خبر داد و به‌دنبال آن، آمار مرگ‌ومیر ناشی از ابتلا به این ویروس ناشناخته، خودنمایی کرد؛ ویروسی همه‌گیر که تنها راه کنترل آن ماندن در خانه بود؛ راهکاری که همه افراد ملزم به رعایت آن شدند. در این دوره شاهد نقش پررنگ «اینترنت» در رفع نیازهای روزمره افراد و کسب درآمد بوده‌ایم که این نقش تا این لحظه نیز حفظ شده است. اما کمی بعد، درست زمانی که خیال‌مان از ویروس کرونا راحت شده بود، سروکله فیلترینگ به‌عنوان سدی مهم در برابر کسب‌وکارهای اینترنتی پیدا شد. این در حالی است که به‌عقیده برخی از کارشناسان و برخی داده‌های آماری به‌واسطه اعمال فیلترینگ ۱۰ میلیون نفر بیکار شدند. البته پس از مدتی با راه‌اندازی اپلیکیشن‌های داخلی برای کسب‌وکارها روزنه امیدی برای آنها باز شد تا شاید کمی ضرر مالی ناشی از محدودیت‌ها جبران شود؛ با این حال از نظر بسیاری از فعالان کسب‌وکارهای اینترنتی راه‌اندازی این اپلیکیشن‌ها کمکی به کسب‌وکارها نکرد.

کسب‌وکارهای اینترنتی در ایران

کسب‌وکارهای اینترنتی از جمله مشاغل جدیدی هستند که روند رو به رشدی دارند و در آینده نزدیک سهم بالایی از اشتغال کشور را به خود اختصاص خواهند داد. کسب‌وکارهای اینترنتی در شرایط فعلی می‌توانند نقش موثری در بهبود وضعیت اقتصادی جامعه داشته باشند و هر صنفی می‌تواند در این حوزه وارد شود و اگر این بازار براساس نیاز مشتری پیش برود، حمایت مناسبی ازسوی مصرف‌کننده را به سمت خود جلب می‌کند. با این حال چندی پیش پشوتن پورپزشک، کارآفرین و متخصص حوزه فناوری اطلاعات و اقتصاد دیجیتال درباره کسب‌وکارهای اینترنتی و آسیب محدودیت‌های اعمالی بر اینترنت به این مشاغل گفت: از اوایل سال ۹۷ که تلگرام فیلتر شد، کسب‌وکارهایی که آنجا فعالیت می‌کردند کم‌کم شروع به کوچ از این برنامه به برنامه‌های در دسترس کردند و از سال ۹۷ تاکنون، بیش از ۴ سال طول کشید تا به استقبال از تجارت در اینستاگرام رسیدیم. اکنون حدود ۶۶۰ هزار فروشنده اینستاگرامی فعال هستند. البته تعداد فروشگاه‌ها بسیار بیشتر است و برآوردها می‌گوید نزدیک ۲ میلیون فروشگاه در این فضا ثبت شده‌اند، اما برآورد این است که ۶۶۰ هزارتای آن فعال باشند و فروش را تجربه کنند. فضایی که اینستاگرام برای خرید و فروش ایجاد کرده، به ایجاد یک میلیون شغل مستقیم منجر شده بود. البته با احتساب اینکه هر کدام از واحدهای شغلی به یک زنجیره غیرمستقیم از مشاغل نیز متصل هستند، می‌توان گفت کسب‌وکارهای اینستاگرامی روی زندگی و معیشت ۹ میلیون نفر اثر گذاشته است. باتوجه به اهمیت این مشاغل در زندگی روزمره باید دید چه راهکارهایی برای توسعه بیشتر آنها وجود دارد.

اینترنت، تسهیلگر کسب‌وکارها

کیوان نقره‌کار، کارشناس فناوری اطلاعات با اشاره به تاثیر اینترنت بر فضای کسب‌وکار در گفت‌وگو با صمت گفت: فناوری اطلاعات می‌تواند برای کسب‌وکارها فرصت‌آفرین باشد و موجب افزایش درآمد و کاهش هزینه‌ها شود؛ به‌بیان دیگر با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌توانیم خرید و فروش، پرسنل، انبار و... را ساماندهی و مدیریت کنیم که در نهایت کاهش هزینه‌ها را در پی خواهد داشت.

وی درباره نرم‌افزارهای مختلفی که کمک‌کننده کسب‌وکارها هستند، افزود: یک کسب‌وکار می‌تواند خدمات گوناگونی را از طریق اینترنت دریافت کند، اما نکته مهم‌تر این است که چگونه از این فضا برای بهره‌وری بیشتر استفاده کنیم؟ برای مثال یک موسسه آموزشی می‌تواند در کنار کلاس‌های حضوری، کلاس‌های آنلاین نیز برگزار کند یا خدمات پس از فروش آنلاین به‌عنوان یک گزینه کمک‌کننده نیز تاثیر خوبی در اعتمادسازی مشتریان دارد. از سوی دیگر توسعه بازار فرصتی است که اینترنت در اختیار کسب‌وکارهای مختلف حتی سنتی می‌گذارد و منجر به افزایش فروش محصول و وفادارسازی مشتریان به آنها خواهد شد. در واقع صاحبان کسب‌وکار ویترینی دیگر برای معرفی محصولات خود دارند. همچنین نرم‌افزارهای مختلف مانند crm که به مدیریت ارتباط با مشتری کمک می‌کند و اپلیکیشن‌های مدیریت زمان، برنامه، مسافت و آب‌وهوا، همه به‌نوعی کمک‌کننده هر کسب‌وکاری است و به رشد آن کمک می‌کند.

▣ اینترنت این مشاغل را ساخت

نقره‌کار با اشاره به کسب‌وکارهایی که اینترنت موجب شکل‌گیری آنها شده، بیان کرد: بسیاری از کسب‌وکارها مانند اسنپ، تپسی و... براساس اینترنت به‌وجود آمدند و پایه شکل‌گیری آنها نرم‌افزارهای لوکیشن‌محور یا نرم‌افزارهای مسیریاب است.

▣ محدودیت با کسب‌وکارها چه می‌کند؟

این کارشناس فناوری اطلاعات با اشاره به قطعی‌های اینترنت و اعمال محدودیت و تاثیرات آن بر کسب‌وکارهای اینترنتی گفت: هنگامی که زیرساخت کیفیت لازم را ندارد، از دست صاحبان مشاغل اینترنتی کاری برنمی‌آید. حتی تعطیلی ۲۴ساعته یک کسب‌وکار اینترنتی هم موجب بی‌اعتمادی مشتریان و پرسنل می‌شود. بر این اساس می‌توان گفت ایجاد حس امنیت در مشتریان صرفا در حیطه وظایف و قدرت صاحب کسب‌وکار نیست، بلکه بخشی از آن به مسائل بیرونی برمی‌گردد؛ به‌بیانی شفاف‌تر وظیفه دولت و نهادهای بالادستی است که زمینه ایجاد امنیت و اعتماد لازم را ایجاد کنند. اشتغالزایی و توسعه کسب‌وکار در هر کشوری سلسله نیازمندی‌هایی دارد که تامین آن وظیفه دولت‌ها است تا یک کسب‌وکار بتواند متولد شود و رشد پیدا کند و در نهایت درآمد کسب‌وکار ایجادشده به همان دولت بازمی‌گردد.

وی درباره اپراتورهای ارائه‌دهنده سرویس اینترنت و نقش آنها در ارائه خدمات بهتر نیز بیان کرد: به‌دلیل وجود چند اپراتور محدود در کشور، به‌نوعی بازار انحصاری است؛ با این حال رقابت بین آنها موجب می‌شود خدمات مطلوب‌تری ارائه دهند. البته اپراتورها در یک بازه مشخص می‌توانند این خدمات را ارائه و وزارت ارتباطات این گروه را به‌عنوان سرویس‌دهندگان اینترنت مدیریت می‌کند و هر اندازه که خدمات و امکانات این اپراتورها بیشتر و ارزان‌تر باشد، بی‌شک مخاطبان بیشتری را جذب می‌کنند.

▣ اپلیکیشن‌های داخلی قدرت رقابت دارند؟

نقره‌کار با بیان اینکه اینترنت تسهیلگر کسب‌وکارها است، افزود: اینترنت مانند یک دانشگاه مهارت‌محور می‌تواند برای صاحبان کسب‌وکار جذاب باشد تا به‌واسطه آن برای فروش بهتر آموزش ببینند.



وی درباره اپلیکیشن‌های داخلی و فرصت‌های شغلی ایجادشده در آنها بیان کرد: فضای موردنیاز برای صاحبان کسب‌وکار در پلتفرم‌های ایرانی وجود ندارد. در واقع بعید می‌دانم فضایی شبیه اینستاگرام در نمونه‌های ایرانی باشد. بی‌شک پیام‌رسان‌های داخلی نمی‌توانند با مدل‌های خارجی رقابت کنند، چراکه از بابت بودجه، نوآوری، نیروی انسانی و بازاری که در اختیار دارند قابل‌مقایسه نیستند. این موضوع شبیه این است که فردی مغازه بزرگی در مرکز شهر داشته و حالا باتوجه به شرایط باید در یکی از زیرپله‌های کوچه‌های شهر فعالیت کند.

▣ زمان لازم است

این کارشناس فناوری اطلاعات با اشاره به اینکه رونق کسب‌وکارهای اینترنتی نمی‌تواند واحدهای صنفی را از بین ببرد، گفت: ۲۰ سال پیش مجتمع‌های بزرگ تجاری ساخته نشده بودند و کم‌کم به‌وجود آمدند، اما همچنان فروشگاه‌های محلی نیز حضور و مشتریان خوبی هم دارند. حال فروشگاه‌های اینترنتی روی کار آمدند و تحولی در کسب‌وکارهای سنتی ایجاد کردند، اما در نگاه صفرویک می‌توان گفت از بین رفتن واحدهای صنفی ممکن است، اما اینکه چه زمانی رخ می‌دهد، مشخص نیست، زیرا یکسری ارتباطات اجتماعی نیز بین انسان‌ها لازم است؛ مگر اینکه فناوری با روش‌های دیگری وارد شود و مانند همیشه ما را شگفت‌زده کند.

> توسعه بازار فرصتی است که اینترنت در اختیار کسب‌وکارهای مختلف حتی سنتی می‌گذارد

کاهش سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای آنلاین

رضا الفت‌نسب، عضو هیات‌مدیره انجمن صنفی کسب‌وکارهای اینترنتی درباره کسب‌وکارهای آنلاین در گفت‌وگو با صمت گفت: کسب‌وکارهای آنلاین نیز مانند سایر کسب‌وکارها برای انجام فعالیت‌های اقتصادی به‌وجود آمدند و بی‌شک فعالیت اقتصادی باید دارای سود باشد. البته کسب‌وکارهای آنلاین و عادی تفاوت‌هایی با یکدیگر دارند؛ به‌ویژه در ایران هنوز خرید اینترنتی آن‌طور که باید جا نیفتاده و اعتماد کافی در مردم وجود ندارد و همچنان برای خرید اینترنتی تردید دارند.

وی اظهار کرد: براساس آمارها حدود ۳۷ درصد مردم به‌دلیل بی‌اعتمادی، خرید اینترنتی انجام نمی‌دهند؛ بنابراین هر اندازه که بتوانیم اعتماد به کسب‌وکارهای اینترنتی را در جامعه گسترش دهیم، بی‌شک در فروش اینترنتی توسعه خوبی پیدا خواهیم کرد. همچنین برای سوددهی باید این بازار بزرگ‌تر شود، اما آمارها می‌گوید تنها ۴ درصد خرده‌فروشی در کشور به‌صورت آنلاین است و ۹۶ درصد آن در بازارهای دیگر صورت می‌گیرد. این عدد بسیار کم است و در کشوری مانند ترکیه این آمار بیش از ۱۵ درصد است. البته قابل‌ذکر است که تعداد کسب‌وکارهای اینترنتی طی این سال‌ها رشد قابل‌توجهی داشته است.

▣ موانع توسعه

الفت‌نسب با اشاره به بروکراسی‌های اداری و دلسردی فعالان این حوزه بیان کرد: خلاف تصور نظارت بر مشاغل اینترنتی بسیار بیشتر از مشاغل عادی است و حدود ۱۶ نهاد روی این کسب‌وکارها نظارت دارند.

امروزه مدیر یک کسب‌وکار آنلاین درگیر بروکراسی‌های اداری می‌شود که همین موضوع مانع توسعه کسب‌وکار خواهد شد.

▣ کمی خلاقیت لازم است

عضو هیات‌مدیره انجمن صنفی کسب‌وکارهای اینترنتی ضمن تاکید بر ضرورت خلاقیت در کسب‌وکارهای اینترنتی بیان کرد: اشباع ایده‌های مختلف در کسب‌وکارهای آنلاین موضوع مهمی است و توصیه می‌کنم صاحبان مشاغل کمی با خلاقیت و مطالعات بیشتر به این حوزه ورود و نیازهای مردم را برطرف کنند. این در حالی است که متاسفانه به‌دلیل به‌وجود آمدن کسب‌وکارهایی با موضوعات تکراری در فضای مجازی شاهد شکست‌های پی‌درپی برخی از کسب‌وکارها بوده‌ایم. برای مثال تاکنون بیش از ۲۰۰ مجوز تاکسی اینترنتی در کشور صادر شده که تقریبا ۹۵ درصد آنها مدیران تکراری دارند، اما تنها چند برند تاکسی اینترنتی را می‌شناسیم، زیرا به‌جای بکارگیری خلاقیت تنها کپی‌برداری صورت می‌گیرد. با این حال هنوز فرصت‌های بسیاری وجود دارد و تنها نیاز به کمی خلاقیت احساس می‌شود.

وی با ابراز تاسف از کاهش سرمایه‌گذاری در حوزه کسب‌وکارهای آنلاین بیان کرد: سرمایه‌گذار دیگر میلی به سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای اینترنتی ندارد، زیرا ریسک سرمایه‌گذاری در این بخش افزایش یافته که یکی از دلایل اصلی آن محدودیت‌های اینترنتی است. ازسوی دیگر با کاهش سرمایه‌گذار در این بازار بی‌شک کسب‌وکار نمی‌تواند رشد کافی داشته باشد.



▣ کلاهبرداری در کسب‌وکارهای اینترنتی

الفت‌نسب ضمن هشدار به مردم نسبت به کلاهبرداری‌های موجود در کسب‌وکارهای اینترنتی اظهار کرد: متاسفانه به‌دلیل کلاهبرداری‌هایی که از طریق فروش‌های اینترنتی صورت می‌گیرد، عموم مردم اعتماد خود را نسبت به این نوع کسب‌وکارها از دست داده‌اند. ازسوی دیگر باتوجه به عدم ساماندهی و دسترسی آسان به صاحبان مشاغل اینترنتی، نمی‌توان پیگیری خاصی را در شکایت افراد انجام داد. البته کلاهبرداری‌ها ازسوی کسب‌وکارهای دارای مجوز نیز رخ می‌دهد، اما در این‌گونه موارد، خسارت واردشده به فرد شاکی جبران می‌شود.

> خلاف تصور نظارت بر مشاغل اینترنتی بسیار بیشتر از مشاغل عادی است و حدود ۱۶ نهاد روی این کسب‌وکارها نظارت دارند

سخن پایانی

مشاغل اینترنتی پس از شیوع ویروس کرونا تاکنون نقش بسیار مهمی در تامین نیازهای روزمره مردم ایفا کردند، با این حال همچنان بی‌لطفی‌های بسیاری شامل حال آنها می‌شود. ازسوی دیگر پدیده «کپی‌کاری» به این مشاغل نیز روی آورده و حال شاهد وجود کسب‌وکارهایی مشابه هستیم که در نهایت بیکاری بسیاری از آنها را در پی دارد، در نتیجه امیدواریم صاحبان کسب‌وکارهای اینترنتی کمی خلاقیت به خرج بدهند و در شاخه‌های مختلفی شاهد روی کار آمدن مشاغل اینترنتی باشیم.

خطر در کمین معامله‌گران زمین در پلتفرم‌های دیجیتال است

متاورس، مدینه فاضله دنیای مجازی!

محمد انوشه‌ئی
editor@smtnews.ir



ایجاد «متاورس» هیجان‌انگیزترین اتفاقی است که سال ۲۰۲۱ برای سرمایه‌گذاران رخ داده‌است. متاورس ترکیب خلاقانه‌ای از دو واژه متا (Meta) به معنای فراتر و یونیورس (Universe) به معنای جهان است؛ بنابراین و با کمی اصلاح، می‌توان متاورس را به معنا فراجهان و یا جهان برتر در نظر گرفت. در هر حال قرار است متاورس ویژگی‌های بیشتری را به دنیای فیزیکی ما اضافه کند.

از سوی دیگر به دنبال رشد حوزه رمزارزها، موضوع معامله در متاورس نیز به بحث داغ تبدیل شده و اخبار زیادی در رابطه با خرید و فروش زمین در فضای مجازی شنیده می‌شود، زمین‌هایی که در دنیای واقعی وجود ندارند. طبق پیش‌بینی‌ها، ارزش بازار املاک و مستغلات در متاورس تا سال ۲۰۲۶ از ۵ میلیارد دلار عبور خواهد کرد. در این صورت، متاورس به دنیایی ملموس تبدیل شده و افراد بیشتری علاقه‌مند به این فضا می‌شوند. در نهایت هم بازار املاک متاورسی تحت تاثیر این محبوبیت رشد می‌کند.

توسعه زیرپوستی معاملات متاورس در ایران

متاورس محیطی بین واقعیت فیزیکی و مجازی بوده که در آن مکان‌های جغرافیایی دنیای واقعی بر روی یک نقشه قسمت‌بندی شده با محیط‌های مجازی دیجیتال تولید شده توسط کاربر مطابقت دارند که این محیط‌ها قابلیت خرید و فروش دارند. در واقع پول واقعی توسط سرمایه‌گذاران برای خرید زمین در یک شهر جدید که فقط در واقعیت مجازی وجود دارد، خرج می‌شود.

البته بد نیست اشاره کنیم که سابقه متاورس در جهان و در ایران طولانی‌تر است.

برخی از افراد متاورس را معادل واقعیت مجازی در نظر می‌گیرند. این تعریف به‌نوعی غلط هم نیست. حقیقت این است که متاورس در حالت ابتدایی خود همان واقعیت مجازی یا VR است. با این تعریف، نخستین ورود متاورس به ایران با بازی‌های واقعیت مجازی بود.

هدف اصلی زمین‌های متاورسی این است که به طراحان و توسعه‌دهندگان بازی اجازه دهد تا تجربیاتی را بر روی آنها منتشر کنند که می‌تواند توسط گیمرها بازی شود. در این محیط مجازی، افراد می‌توانند با استفاده از روش‌های بسیار متنوع کسب درآمد کنند که یکی از این روش‌ها خرید و فروش زمین مجازی است. افراد می‌توانند این زمین‌ها را به دیگران اجاره دهند و از این طریق درآمدی برای خود داشته باشند که این موضوع درست مانند اجاره یک ملک در دنیای واقعی است.

متاورس در ایران، در سال‌های اخیر رو به رشد بوده و از سال ۱۴۰۰ تاکنون نیز رویدادهای متاورسی داخلی و بین‌المللی زیادی در ایران برگزار شده است. همچنین شرکت‌ها و مجموعه‌های زیادی اقدام به آموزش فعالیت در متاورس و برگزاری دوره کرده‌اند. اما در این میان افرادی که دانش کافی ندارند، بسیار مستعد کلاهبرداری هستند. پس از افزایش نرخ چشمگیر زمین در واقعیت، این بار سوداگران و دلالان به سراغ خریدوفروش زمین در فضای مجازی رفته و اقدام به خریدوفروش این اراضی با قیمت‌های نجومی در دنیای فضای مجازی و در قالب متاورس کرده‌اند.

در ایران نیز، آگهی‌های متفاوتی در فضای مجازی منتشر شده که برای مشاوره خرید ملک در متاورس بین ۶۰ تا ۲۰۰ میلیون تومان هزینه پرداخت می‌شود. اگرچه بازار مشاوران املاک متاورسی رونق گرفته اما شاهد ریزش ۸۰ درصدی نرخ زمین‌های متاورس در ماه‌های گذشته بودیم.

متاورس، خرید و فروش مجازی زمین نیست



مهرداد آشتیانی، کارشناس فناوری، درباره خرید و فروش مجازی زمین در متاورس به صمت گفت: متاسفانه متاورس با یک مفهوم اشتباه در کشور ما جا افتاده و برخی از افراد گمان می‌کنند که این پلتفرم به معنی خرید و فروش مجازی زمین است. متاورس در حقیقت یک دنیای مجازی است که افراد می‌توانند به صورت غیر فیزیکی آن را به صورت دیدن، شنیدن، بویایی و حتی چشایی تجربه کنند. گجت‌هایی مانند دوربین‌های واقعیت مجازی، دوربین‌های واقعیت افزوده، دستکش‌های بادکنکی از این دسته هستند.

وی در پاسخ به این سوال که چرا آگهی‌های خرید و فروش زمین در متاورس از پلتفرم‌هایی مانند دیوار حذف شده‌اند، توضیح داد: وقتی یک پلتفرم و یک تکنولوژی جدید وارد کشور می‌شود، در ابتدا مورد سو استفاده سودجویان قرار می‌گیرد. پیگیری این موضوع به‌دست مسئولان ذی‌ربط اقدام درستی بود چرا که ما چنین چیزی در واقعیت نداریم و این اقدامات اکثرا با اهداف سودجویانه و با کلاهبرداری همراه است.

جایگاه نامناسب ایران در متاورس

این استاد دانشگاه خاطرنشان کرد: آینده متاورس در کشور ما نامشخص بوده و روند فعالیت در این فضای مجازی، به کندی در حال پیشرفت است. چرا که ما تولیدکننده گجت‌های پیشرفته نیستیم و استفاده از متاورس اکثرا در نمایشگاه‌های فناوری مورد استفاده قرار می‌گیرد. به‌طور مثال سعی می‌شود به کمک متاورس، حس واقعیت مجازی در مدارس برای دانش آموزان از حالت شنیداری به دیداری تغییر کند و گرنه در این زمینه عقب ماندگی‌های زیادی داریم و پیشرفت دیگری حاصل نشده است. مهرداد آشتیانی، با اشاره به جایگاه و ماهیت فعالیت اینترنت در کشور گفت: فعالیت در فضای اینترنت علاوه بر جابه‌جایی اطلاعات، هویت و مالکیت را نیز شامل می‌شود. این شاخص، یکی دیگر از عملکردهایی است که می‌توانیم در آینده از آن کمک بگیریم. اما در مورد فعالیت در فضای مجازی جهانی مانند متاورس و یا توسعه و رشد اینترنت همپای کشورهای پیشرفته، آینده خوبی نداریم.

> متاورس با یک مفهوم اشتباه در کشور ما جا افتاده و برخی از افراد گمان می‌کنند که این ابزار، پلتفرم خرید و فروش مجازی زمین است

زمینی که قابل سکونت نیست



اشکان صمدی، کارشناس حوزه فناوری با اشاره به اینکه متاورس در ایران به عنوان یک پلتفرم املاک دیجیتال شناخته می‌شود گفت: با اینهمه فعالیت در متاورس در ایران با مفهوم واقعی متاورس فاصله زیادی دارد. زمین متاورسی قطعه‌ای از املاک مجازی است که بسته به پلتفرم، مالک می‌تواند از زمین خود برای زندگی اجتماعی، تبلیغات، کار، بازی و سایر موارد استفاده کند.

این کارشناس حوزه فناوری در گفت‌وگو با صمت افزود: در ایران، متاورس به‌عنوان یکی معروف‌ترین پلتفرم‌ها در حوزه املاک دیجیتال شناخته می‌شود و کاربران بسیاری از آن استفاده می‌کنند. در فضای پلتفرم متاورس، امکاناتی مانند املاک و مستغلات، ارائه‌دهندگان وام مسکن، دلالان و متخصصان فعال در این حوزه وجود دارد. وی افزود: با این‌همه معامله در حوزه املاک دیجیتال هنوز در مراحل اولیه خود قرار دارد و به همین دلیل نیز هر سرمایه‌گذاری و خرید زمین در متاورس خطراتی را به همراه دارد. به عبارت دیگر، شما نمی‌توانید بر روی زمین متاورسی زندگی کنید، زیرا این زمین تنها برای سرمایه‌گذاری و تولید ارزش استفاده می‌شود.

صمدی خاطرنشان کرد: البته با توجه به این که مسکن در کشور ما به یک کالای سرمایه‌ای تبدیل شده بعید به نظر می‌رسد که سرمایه‌گذاری در چنین پلتفرم‌هایی رشد زیادی داشته باشد. اما آن چیزی که مسلم است در سال‌های آینده با رشد، شناخت و توسعه بیشتری در حوزه متاورس مواجه خواهیم بود.

این کارشناس فناوری در ادامه تاکید کرد: اگرچه نام متاورس در ایران کمتر شناخته شده است، اما به زودی در سراسر کشور به گفتمان عمومی تبدیل خواهد شد. وقتی یک پدیده نوظهور در ایران ظاهر می‌شود، به طور کلی واکنش‌های مختلفی نسبت به آن شکل می‌گیرد.

مراقب کلاهبرداری‌ها باشید

این کارشناس حوزه فناوری با اشاره به وجود نگاه‌ای مختلف برای سرمایه‌گذاری در متاورس افزود: برخی از افراد بلافاصله شروع به خرید و سرمایه‌گذاری در پلتفرم متاورس می‌کنند، در حالی که برخی دیگر آن را یک نوع کلاهبرداری توسط افرادی که در حوزه ارزهای دیجیتال تقلب می‌کنند، می‌شناسند. چنانچه در ابتدای ظهور ارزهای دیجیتال در کشورنیز، واکنش‌ها درباره این نوع معاملات بیشتر منفی بود. این روند آنقدر ادامه پیدا کرد که با توسعه ارزهای دیجیتال در جهان و افزایش آگاهی در ایران نیز، واکنش‌ها به معاملات رمزارزها مثبت شدند. اکنون بسیاری از افراد، از جوانان گرفته تا سالمندان، در این حوزه فعالیت می‌کنند و حتی درآمد خوبی را نیز به‌دست آورده‌اند.

شرایط موثر بر سودآوری

او تصریح کرد: سودآوری از املاک مجازی به‌طور کامل به موقعیت مکانی، توسعه آن و پذیرش واقعی چنین پلتفرم‌هایی در طول زمان وابسته است. ممکن است مدتی طول بکشد تا بتوانید بازده سرمایه‌گذاری را مشاهده کنید، مگر آنکه افراد ملک مجازی خود را بلافاصله دوباره بفروشند.

این کارشناس حوزه فناوری افزود: در طولانی‌مدت، آینده سرمایه‌گذاری در خرید زمین به آینده پلتفرم‌هایی مانند متاورس وابسته است. اگر متاورس در ۲۰ سال آینده به همان اندازه‌ای که وب جهانی در ۲۰ سال گذشته پیشرفت کرده و در تجارت و جامعه اهمیت دارد، گسترش یابد، املاک دیجیتال به احتمال زیاد به یک جذابیت روزافزون و دارایی مفید تبدیل خواهند شد.

آگاهی و اعتماد عمومی افزایش یابد

صمدی عنوان کرد: اگر جامعه نسبت به املاک دیجیتال و پلتفرم‌های مشابه آن اقبال و پذیرش بیشتری نشان دهد، می‌تواند به رشد متاورس کمک کند. افزایش آگاهی و اعتماد عمومی نسبت به این فناوری و امکانات، می‌تواند تاثیر مهمی در جذب سرمایه‌گذاران و کاربران داشته باشد.

وی افزود: در این بین، پیشرفت تکنولوژی و ارتباطات، از جمله اینترنت پرسرعت و فناوری‌های مرتبط، می‌تواند به ارائه خدمات املاک دیجیتال کمک کند. همچنین بهبود دسترسی به اطلاعات، تسهیل در معاملات آنلاین و ارتباطات سریع‌تر با مشتریان، می‌تواند به گسترش متاورس کمک کند.

صمدی در پایان گفت: تغییرات در قوانین و مقررات مرتبط با بازار املاک و مستغلات، قادر به تحریک در رونق املاک دیجیتال بود. در این بین سازگاری قوانین با این فناوری و تسهیل در فعالیت‌های مرتبط، جذابیت بیشتری برای سرمایه‌گذاران و کاربران ایجاد خواهد کرد.

این کارشناس حوزه فناوری با اشاره به تاثیر توسعه تجارت الکترونیکی، در انجام معاملات آنلاین گفت: تداوم این روند منجر به سودآوری املاک دیجیتال و توسعه فعالیت در متاورس خواهد شد.

صمدی افزود: برای موفقیت در این مسیر، افزایش اعتماد به تجارت الکترونیکی و راه‌اندازی پلتفرم‌های امن و معتبر، منجر به حمایت و رشد این صنعت خواهد شد. همچنین، در هر برهه‌ای از زمان، ترکیبی از عوامل مختلف ممکن است در تعیین میزان موفقیت و رشد متاورس نقش داشته باشند.

> پیشرفت تکنولوژی و ارتباطات، از جمله اینترنت پرسرعت و فناوری‌های مرتبط، می‌تواند به ارائه خدمات املاک دیجیتال کمک کند

سخن پایانی

در ابتدا متاورس، تنها برای غول‌های فناوری بزرگ هیجان‌انگیز بود اما رفته رفته این فضا برای تمامی مشاغل جذاب شد. بسیاری معتقدند؛ در آینده نزدیک متاورس هم همانند اینترنت جزئی جدایی‌ناپذیر برای مردم خواهد بود. این موضوع باید مد نظر سیاست‌گذاران کشورها باشد تا نهادها و مشاغل حساس، در زمان مناسب با متاورس آشنا شوند.

مدافعان این نظریه، تعیین برنامه مسئولان برای اینترنت، فضای مجازی، ارزهای دیجیتال و حوزه فناوری اطلاعات را ضروری می‌دانند. آنها تاکید دارند؛ در غیر این صورت ایران، جایگاهی در عرصه بین‌الملل نخواهد داشت.

از طرفی اکوسیستم دیجیتال املاک و مستغلات به طور گسترده‌ای در دنیای ارزهای دیجیتال محبوب شده و نمی‌توان مانع از توسعه تکنولوژی شد.

نکته که باید در مورد خرید زمین در متاورس در نظر داشت، نوسانات بالای مرتبط با ارزهای رمز پایه مورد استفاده برای معاملات در بازار املاک متاورسی است. از آنجایی که ارزش‌گذاری ارز دیجیتال پایدار نیست، ارزش اموالی که در متاورس وجود دارد نیز به همان نسبت در نوسان است.

درنهایت اینکه؛ سرمایه‌گذاری در املاک دیجیتال، دارایی نسبتا جدید است، از این رو، جنبه‌های زیادی در آن وجود دارد که هنوز کشف نشده است. نته قابل توجه آنکه؛ سرمایه‌گذاری در بازار املاک دیجیتال متاورس، ماهیت سوداگرایانه دارد باید قبل از انجام هرگونه سرمایه‌گذاری، خرید ملک دیجیتال و خرید زمین در متاورس، موضوع از جوانب مختلف مورد بررسی دقیق قرار گیرد.

یادداشت

سرمایه‌گذاری در دنیای متاورس



پویا لری
کارشناس فضای مجازی

متاورس؛ یک محصول نوآورانه در حوزه تکامل شبکه اینترنت است؛ اما با این تفاوت که در متاورس، ما به جای استفاده از آن، در آن زندگی خواهیم کرد. در دنیای متاورس، ما قادر خواهیم بود کار کنیم، لذت ببریم، یاد بگیریم و رویاهای خود را در این فضا محقق کنیم چرا که در دنیای دیجیتال، هرچیزی امکان‌پذیر خواهد بود.

پذیرش متاورس می‌تواند چشم‌اندازها و رویاهایمان را در دنیای واقعی تغییر دهد. تغییرات فنی در متاورس بسیار سریع و غیرمنتظره خواهد بود و از آنچه که هرکسی تصور می‌کند، بیشتر پیشروی خواهد کرد.

متاورس، واقعیت آینده دنیای اینترنت است. این دنیا بر اساس پلتفرم‌های مجازی فعلی شکل خواهد گرفت. با ورود به متاورس، تجربه حضور در دنیای مجازی به دنیای واقعی نزدیک‌تر می‌شود. تعریف دقیق متاورس دشوار است و هنوز در میان کارشناسان این حوزه اختلاف نظر وجود دارد.

به طور کلی، متاورس به استفاده از فناوری‌های واقعیت مجازی و واقعیت افزوده در جهت بهبود خدمات و سرویس‌های فعلی که در اپلیکیشن‌ها برای کامپیوتر، موبایل و وب وجود دارند، می‌پردازد. برای توصیف متاورس، باید یک جهان را تصور کنیم که با استفاده از عینک‌های واقعیت مجازی، افراد به آن وارد می‌شوند و با استفاده از دستگاه‌های قابل پوشیدن، در آن دنیا با یکدیگر تعامل می‌کنند.

در دنیای متاورس، تمامی سرویس‌ها و خدمات فعلی را در اختیار خواهیم داشت، اما به صورت واقعیت مجازی. به عنوان مثال، جلسات آنلاین به گونه‌ای برگزار خواهند شد که انگار همه افراد در یک میز نشسته و در حال گفت‌وگو هستند، یا فروشگاه‌های آنلاین در متاورس شعبه‌هایی برای فروش محصولات خود خواهند داشت. در این فروشگاه‌ها، کاربران با استفاده از هوش مصنوعی و فناوری واقعیت افزوده، قادر خواهند بود محصولات را تست کنند. به عنوان مثال، با انتخاب یک لباس، خودشان را در آن لباس مشاهده کرده و اندازه و طرح مورد نظر را انتخاب کنند. به طور خلاصه، دنیای متاورس قصد دارد تجربه‌ای عمیق‌تر از حضور در فضای مجازی اینترنت را برای کاربران به ارمغان بیاورد و به طور خاص، آن را به عنوان آینده‌ای برای دنیای اینترنت معرفی کند.

در هر صورت، فناوری‌های مدرن در حال نفوذ در تمامی زمینه‌های فعالیت انسانی هستند و تاثیر قابل توجهی بر کیفیت و کمیت زندگی ما می‌گذارند. متاورس می‌تواند به عنوان تلاشی برای ارتقای دقت در کار، تخیل، خلاقیت، رقابتی‌تر نمودن تولید، کاهش هزینه‌ها، افزایش کارایی، پردازش هوشمند و ارزیابی حجم زیادی از داده‌های متنوع با ماهیت‌های مختلف توصیف شود.

متاورس یک محیط است که در آن می‌توان در زمین مجازی خرید و فروش انجام داد. در واقع، سرمایه‌گذاران با استفاده از پول واقعی، زمین در یک شهر جدید که تنها در واقعیت مجازی وجود دارد، خریداری می‌کنند. افراد می‌توانند با استفاده از روش‌های متنوع، از جمله خرید و فروش زمین مجازی، درآمد کسب کنند. ارزش زمین در متاورس، در طی دو سال گذشته به طور چشمگیری افزایش یافته است. هر برنامه، خدمات یا زیرساختی که به شما امکان می‌دهد با افراد دیگر یا شخصیت‌های دیجیتالی در یک دنیای مجازی تعامل داشته باشید، جزئی از متاورس است. املاک دیجیتال همچنان در حال معامله با نرخ رشد قابل توجهی هستند. در جست‌وجوی خرید زمین «در موتور جست‌وجوی گوگل، عبارت» خرید زمین‌های متاورس پیشنهاد می‌شود که نشان می‌دهد در ایران، بسیاری از افراد به دنبال خرید یا سرمایه‌گذاری در املاک دیجیتال هستند.

برآوردها نشان می‌دهد که ارزش بازار املاک و مستغلات در متاورس تا سال ۲۰۲۶ به بیش از ۵ میلیارد دلار خواهد رسید، به این ترتیب، متاورس به یک دنیای قابل لمس تبدیل می‌شود. بر اساس اطلاعات منتشر شده، مشاوران املاک در فضای مجازی برای خرید زمین در متاورس حدود ۲۰۰۰ دلار هزینه می‌برند.

در کشور ما مشاوران املاک هیچ‌گونه معامله مجازی یا متاورسی انجام نمی‌دهند. این به دلیل عدم عادت مردم ایران به این نوع معاملات است و مردم اراضی‌ای که تاکنون ندیده‌اند، خرید و فروش نمی‌کنند. بررسی‌های انجام شده در چند ماه اخیر نشان می‌دهد معاملاتی در این حوزه انجام شده است، اما تنها حدود بخشی از ارزش این معاملات واقعی بوده و قسمت زیادی از معاملات تقلبی بوده‌اند که باعث ایجاد یک فضای ناامن در این صنعت شده است. ۹۵ درصد از مردم اطلاعات کافی درباره خرید و فروش زمین در حوزه متاورس ندارند، بنابراین افراد بسیاری را می‌توان به راحتی در این زمینه فریب داد.

در متاورس، زمین‌های مجازی تعریف شده‌اند که برخی افراد، به ویژه سرمایه‌گذاران را ترغیب می‌کند که این زمین‌ها را خریداری کنند. این امر با اقتصاد کلان مرتبط است و باعث می‌شود سرمایه‌گذاری در فضای رمزارزها انجام شود که در نهایت منجر به خروج ارز از کشور می‌شود. در اجرای چنین پروژه‌هایی، شاهد تقلب‌های متعددی بوده‌ایم، به‌طوری که ۹۰ درصد از رمزارزهایی که خرید و فروش شده‌اند، تقلبی بوده‌اند. به همین دلیل، احتمالا این پروژه‌ها در زمین‌های مجازی متاورس نیز تکرار خواهند شد. شرکت‌های بزرگ در آینده قصد دارند در متاورس سرمایه‌گذاری کنند، بنابراین شرکت‌های دانش‌بنیان داخل کشور نیز می‌توانند به طراحی این نوع پروژه‌ها در قالب فضای سه بعدی بپردازند.

نظرگاه

نقش پلتفرم‌ها در نرخ مسکن

مهسا مشایخی، کارشناس مسکن: قیمت‌سازی زمانی معنا پیدا می‌کند که عوامل موثر بر نرخ از دیدگاه اقتصاد آزاد یا همان اقتصاد بازار تنها مولفه‌های اثرگذار بر تعیین نرخ کالا یا خدمات نبوده و عواملی، چون عدم شفافیت، همگن نبودن اطلاعات و یا سیاست‌های دستوری در تعیین نرخ کالا و خدمات نقش داشته باشند.

نرخ مسکن نیز همانند دیگر کالاها در اقتصاد از این امر مستثنا نیست.

اما در پاسخ به این سوال که آیا امکان دستوری بودن نرخ مسکن که از نیازهای اولیه هر انسان به شمار می‌رود، از سوی نهادهای مختلف امکانپذیر است یا نه، ابتدا باید بدانیم نرخ مسکن متاثر از چه عواملی است.

هنگامی که صحبت از نرخ به میان می‌آید، نخستین موضوعی که به ذهن می‌رسد تعادل عرضه و تقاضاست، به نحوی که افزایش عرضه (در کنار ثبات تقاضا) موجب کاهش نرخ و افزایش تقاضا (با ثبات عرضه) باعث افزایش نرخ خواهد بود. اما مسئله مهم این است که عرضه و تقاضا هریک متاثر از عوامل متعددی هستند که این امر بر نرخ تعادلی پیش گفته اثر خواهد داشت.

حال می‌پردازیم به مسئله نرخ مسکن در ایران. نخستین مسئله تاثیرگذار بر نرخ مسکن در ایران همانند سایر کالاها و خدمات متاثر از تغییرات عرضه و تقاضاست.

جمعیت رو به افزایش کشور نیازمند سرپناه است، از سوی دیگر سازندگان تمایلی به فروش واحدهای مسکونی ساخته شده خود ندارند و چرایی این امر را باید در عامل اثرگذار دیگر بر نرخ جست و جو کرد: نگاه سرمایه‌گذاری به مسکن!

در ایران مسکن به عنوان یکی از گزینه‌های مهم برای سرمایه‌گذاری به شمار می‌رود. از دیگر عوامل موثر بر نرخ مسکن می‌توان از تغییرات نرخ ارز که تعیین‌کننده اصلی نرخ مواد اولیه ساخت و تجهیزات ساختمانی است، نام برد. رشد یا رکود اقتصادی نیز می‌تواند تاثیر مستقیم بر توان خرید و تقاضای مسکن داشته باشد.

سیاست‌های دولت در زمینه مسکن همچون تسهیلات مسکن و سیاست‌های تنظیم نرخ نیز می‌توانند بر بهای فروش هر متر مربع مسکن تاثیرگذار باشند. عوامل جغرافیایی، شرایط تامین مالی و نرخ سود تسهیلات بانکی و وام مسکن از دیگر عوامل موثر بر توانایی خرید مسکن و در نتیجه نرخ آن به شمار می‌روند.

اگر می‌خواهیم بدانیم پلتفرم‌های آنلاین چگونه می‌توانند بر قیمت‌گذاری مسکن تاثیر داشته باشند، باید توجه کنیم که پلتفرم‌های آنلاین با در کنار هم قرار دادن عرضه‌کنندگان متعدد (شامل فروشندگان و دلالان) رقابت‌پذیری را افزایش داده و موجب شفافیت بیشتر در بازار می‌شوند.

از سویی دسترسی به این پلتفرم‌ها باعث می‌شود کاربران بتوانند با در دست داشتن داده‌های متنوع به تحلیل پرداخته و تصمیم‌گیری نمایند.

بدین ترتیب می‌توان گفت پلتفرم‌های آنلاین یکی از راه‌های کاهش هزینه، شفاف‌سازی قیمت‌ها و صرفه جویی در زمان خرید مسکن به شمار می‌روند.

البته از تاثیر تورمی این پلتفرم‌ها نمی‌توان غافل شد! افزایش تقاضا و افزایش مبادلات در کنار یکدیگر می‌توانند موجب افزایش تورم و شکل گیری انتظارات تورمی شوند. در این بین همواره سودجویانی مترصد یافتن فرصتی برای بیشتر نشان دادن ارزش کالای خود هستند که پلتفرم‌های آنلاین خرید مسکن در صورت عدم نظارت می‌تواند چنین فرصتی را برای آنها فراهم نماید. کوتاه سخن آنکه وجود پلتفرم‌های خرید و فروش مسکن در قیمت‌گذاری موثر خواهند بود، اما این امر بدان معنا نیست که بازار مسکن به‌دست فعالان این حیطه قیمت‌سازی می‌شود، وجود نظارت بر عملکرد این پلتفرم‌ها قطعا سازنده خواهد بود، اما راه‌حل نابسامانی بازار ملکح را باید در عواملی بنیادی‌تر جست‌وجو کرد.

نقش سکوهای اینترنتی در بازار مسکن بررسی شد

اعلام نرخ یا قیمت‌سازی؟



عکس: صمت

محمد انوشه‌ئی
editor@smtnews.ir

دولت در ماه‌های گذشته، مشاوران املاک را عامل اصلی افزایش نرخ در بازار مسکن و اجاره اعلام کرد و اکنون متهم جدیدی برای توجیه تورم مسکن یافته است؛ سکوهای آنلاین! بررسی رفتار دولت‌ها در دوره‌های مختلف نشان می‌دهد، هر زمان که این نهاد از سر و سامان دادن به بازار مسکن ناتوان شده، سعی کرده به جای پیدا کردن نقطه ضعفی که بحران از آن نشت می‌کند، به دنبال مقصری خارج از مجموعه خود بگردد. حالا در گام بعدی مقصریابی نابسامانی بازار ملک، به سراغ پلتفرم‌های خرید و فروش رفته و تصمیم بر کنترل فعالیت آنها است. برهمین اساس از شورای‌عالی مسکن درخواست شده، بازارهای آنلاین مسکن را به سامانه املاک و اسکان متصل کنند تا با کنترل نرخ‌گذاری‌های آگهی‌های مسکن، نظارت بر این بازار افزایش یابد. اما آیا این رویکرد موثر است یا خیر هنوز مشخص نیست.

صمت در این گزارش به بررسی نقش پلتفرم‌های اینترنتی در بازار مسکن پرداخته است.

شیوه نوین معامله مسکن با پلتفرم‌های اینترنتی

یکی از مهم‌ترین کاربردها و مزایای فعالیت پلتفرم‌های مجازی ملکی، ایجاد فضای رقابتی بین فروشنده‌ها و ایجاد مانع در اعلام قیمت‌های غیرواقعی است. مدافعان این پلتفرم‌ها معتقدند؛ به دلیل انتشار قیمت مسکن در فضای مجازی و امکان مقایسه سطح قیمت‌ها برای خریداران با انبوه فایل‌های مشابه عرضه‌شده در این فضا، دیگر قیمت‌های سلیقه‌ای و غیرواقعی ارایه کرد. درواقع، ازآنجاکه فضای مجازی و پلتفرم‌های ملکی امکان مشاهده مشخصات و نرخ انبوه فایل‌های عرضه‌شده برای فروش به بازار مسکن را برای متقاضیان در کوتاه‌ترین زمان ممکن فراهم می‌کنند، مانعی طبیعی در مسیر اعلام قیمت‌های غیرواقعی برای فروشنده‌های مصمم ایجاد می‌شود. در نبود این پلتفرم‌ها و ایجاد محدودیت‌های مجازی، عملا این امکان از بین می‌رود، اتفاقی که به کام بنگاه‌های معاملات ملکی خوش آمده و موافق این موضوع هستند. در نقطه مقابل، مخالفان فعالیت این پلتفرم‌ها معتقدند؛ پلتفرم‌های اینترنتی باعث شدت بخشی به قیمت‌گذاری‌های نادرست و هیجانی از سوی معامله‌گران می‌شود و هیچ نظارتی بر قیمت‌گذاری در این فضا ندارد. اما این‌طور که از شواهد پیداست، شیوه نوین معامله مسکن از طریق پلتفرم‌های اینترنتی، تاثیر مثبتی بر بازار مسکن داشته و خریداران و مستاجران این امکان رادارند تا خانه‌ها را با توجه به امکانات و ویژگی‌هایشان بسنجند. بدین ترتیب، صاحبان ملک نمی‌توانند بیش ازآنچه عرف بازار است، به اعلام نرخ و قیمت‌گذاری بپردازند. از سوی دیگر، این شیوه از عرضه ملک، دست واسطه‌ها را از معاملات کوتاه می‌کند. همچنین هیچ فردی نمی‌تواند با بازارگرمی، معامله را به نفع یکی از طرفین پیش ببرد و تمامی اطلاعات به‌صورت کامل در اختیار عموم است و خریداران و مستاجران قدرت انتخاب بیشتری دارند. در فضای رقابتی سالم، خانه‌های باکیفیت‌تر، سریع‌تر معامله می‌شوند. این امر می‌تواند در مقیاس بزرگ‌تر، بر روی انتظار بازار از کیفیت مسکن نیز تاثیر مثبت داشته باشد.

> شفاف‌سازی اطلاعات از مهم‌ترین و مثبت‌ترین مزایای پلتفرم‌های اینترنتی به شمار می‌رود، بنابراین نمی‌توان با سوداگری، در بازار ملک خلل ایجاد کرد

فعالیت بنگاه‌های املاک شفاف‌سازی شود

فردین یزدانی، کارشناس بازار مسکن در رابطه با تاثیر پلتفرم‌های اینترنتی بر معاملات بازار مسکن به صمت گفت: درمورد نقش بنگاه معاملات ملک در گرانی مسکن در چند سال اخیر بزرگ‌نمایی شده و تمام تقصیرها بر گردن این صنف افتاده است. درکل فعالیت آنها به‌خودی‌خود می‌تواند تا حدی عامل افزایش نرخ مسکن شود مگر اینکه فعالیت این بنگاه‌ها به نحوی مدیریت شود که مجال سوداگری و دلالی از آنها گرفته شود.

یزدانی افزود: این موضوع که بنگاه‌های املاک نمی‌توانند به‌تنهایی عمل گرانی مسکن باشند، بحث درستی است اما سازکار بنگاه‌های املاک مقداری نیز آنقدر شفاف نیست که قابل دفاع باشد.

این کارشناس مسکن گفت: ازاین‌رو ممکن است پلتفرم‌های خرید فروش ملک، بتوانند با سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های صحیح، بازار مسکن را سروسامان دهد.

یزدانی در پاسخ به این سوال که آیا پلتفرم‌های مسکن منجر به بروز سوداگری در بازار مسکن می‌شوند یا خیر؛ به صمت گفت: شفاف‌سازی اطلاعات از مهم‌ترین و مثبت‌ترین مزایای پلتفرم‌های اینترنتی است. ازاین‌رو نمی‌توانند با سوداگری بازار پر تقاضای ملک را هدف قرار دهند و خللی در آن ایجاد کنند. از سوی دیگر هزینه‌های اضافی برای متقاضیان خریدوفروش ملک را کاهش داده و ضعف‌ها و کمبودهای بنگاه‌های معاملات ملکی را جبران می‌کنند. فعالتی این پلتفرم‌ها نه‌تنها ضرر ندارد؛ بلکه با ارایه شیوه‌های نوین مبادلات، در این عرصه یک گام رو به جلو تلقی می‌شوند.

حق خریدار و فروشنده تضمین شود

یزدانی خاطرنشان کرد: فعالیت سایت‌های مجازی در حوزه معاملات مسکن نقاط ضعفی نیز دارد. صرف‌نظر از اینکه این سایت‌ها روال کار را برای دستیابی مشتریان به مسکن موردنیاز، سهل و آسان کرده‌اند؛ اما از سوی دیگر، می‌توانند منجر به بروز نابسامانی و آشفتگی‌هایی در بازار مسکن شوند. به این صورت که برخی از بنگاه‌های املاک با درج آگهی اشتباه یا تقلبی اقدام به جذب مشتری می‌کنند.



به‌عنوان‌مثال بنگاهی با درج آگهی یک مسکن که وجود خارجی ندارد، سبب می‌شود مشتریان بیشتری با آنها تماس بگیرند و مشاوران املاک موردهای مشابه دیگری را به خریداران معرفی کنند. بنابراین برای جلوگیری از این روند نیز باید چارچوب‌ها و قواعد کاربردی وجود داشته باشد.

این کارشناس در پایان گفت: باید فضای قانونمند و سیستم مدیریتی را برای بازار مسکن در پلتفرم‌های تبیین کرد تا با استفاده از پالایش آگهی‌ها یک اطمینان خاطر و ضمانت لازم در خریدار و فروشنده ایجاد شود. در کل اگر بخواهیم از این موضوع نتیجه‌گیری کنیم؛ باید بگوییم که استفاده از پلتفرم‌ها یک گام به‌پیش است و می‌تواند در آینده روال روبه جلویی را در بهبود عملکرد معاملات مسکن ایجاد کند.

فرار سرمایه از بخش مسکن

کیاکسار محمدی، کارشناس بازار مسکن به صمت گفت: بازار مسکن معمولا در دوران رونق، بازار پرسودی است؛ یعنی افراد از طریق پیش‌فروش و یا از طریق معاملات اقدام به خرید مسکن می‌کنند و ممکن است در شرایط رونق بازار نیز از فرصت استفاده کنند و ملک خریداری‌شده را باقیمت گران‌تری بفروشند.

وی افزود: در برخی موارد، سایت‌های مجازی می‌توانند در زمینه فروش مسکن ایجاد رقابت کنند. در این صورت وجود رقابت در بازار می‌تواند این اثر روانی را القا کند که با کاهش و کمبود مسکن در بازار ملک مواجه هستیم و به‌این‌ترتیب این موضوع می‌تواند تاثیر منفی برای بازار به همراه داشته باشد.

این کارشناس بازار مسکن افزود: دلایلی متعددی برای افزایش نرخ ملک وجود دارد و چالش‌هایی که تاکنون در بازار مشاهده می‌شود به مدیریت و سیاست‌گذاری‌های اشتباه ازجمله قیمت‌گذاری و صدور مجوزها برمی‌گردد. مشکل بزرگی که درحال‌حاضر با آن روبه‌رو هستیم، نبود هیچ روش مشخصی برای قانون‌گذاری نرخ مسکن در کشور است. از سوی دیگر، با رشد افسارگسیخته قیمت‌ها در بازار ملک، طبیعی است که این بازار تا حدود زیادی رکود را تجربه کند.

بازگشت آرامش به بازار ملک

این کارشناس خاطرنشان کرد: در کنار خروج سرمایه از بازارهای مالی، شاهد تکرار این اتفاق در بازار مسکن نیز هستیم. درهرصورت اگر تغییری در سیاست دولت ایجاد نشود، ریزش سرمایه‌گذاری در بازار ملک، سال آینده شدت بیشتری می‌گیرد. در اصل تورم و رکود ۲ عامل اصلی در ایجاد بحران در بازار مسکن هستند، اما می‌توان با یک تحول جدی در نظام بانکی و خروج اقتصاد از تورم، بازگشت آرامش به بازار را تضمین کرد.

محمدی در پایان افزود: ممکن است تا حدی عملکرد سایت‌های اینترنتی در آگهی خریدوفروش مسکن، موجب ایجاد جو و فضای روانی منفی در بازار شود. این مسئله زمینه‌ساز افزایش نرخ و گرانی در بازار مسکن شده اما در شرایط کنونی هیچ توجیهی ندارد که مسکن به چندین برابر، قیمت‌گذاری شود.



> محدودیت اینترنت لطمه بزرگی به بازارهای مختلف وارد می‌کند و در شرایط حاضر ناامنی و فرار سرمایه از بخش مسکن را شدت نبخشد

سخن پایانی

برخی معتقدند؛ فعالان پلتفرم‌های اینترنتی با افزایش نرخ غیرواقعی مسکن در آگهی‌ها باعث قیمت‌سازی در بازار املاک و اجاره می‌شوند. این در حالی است که عموم کاربران فعال در این پلتفرم‌های آنلاین، یا همان مشاوران املاک هستند و در نتیجه همان‌گونه که کارشناسان معتقدند، تاثیر آنها بر بازار مسکن گسترده نیست، یا کاربران شخصی هستند که بر اساس قوانین مالکیت خصوصی مجازند ملک خود را به نرخ دلخواه عرضه و داد و ستد کنند. با این حال اما سکوهای آنلاین مورد هجمه قرار گرفته و دولت نیز خواستار ساماندهی سکوهای انتشار آگهی و جلوگیری از قیمت‌سازی این سکوها شده است. از سوی دیگر وزیر اقتصاد هم پیشنهاد در نظر گرفتن جرایم پلکانی و در نهایت لغو مجوز سکوهای متخلف را مطرح کرده و وزارت صمت هم خواستار تعلیق فعالیت پلتفرم‌های دیوار و شیپور شده است!

این درحالی است که به نظر می‌رسد سیاست‌های ساماندهی بازار مسکن و اجاره تا کنون موفقیت چندانی نداشته و حتی در مواردی شکست خورده است. هر چند نمودار نرخ مسکن از دهه‌ها پیش همچنان بر مدار صعودی قرار داشته، اما از سال ۱۳۹۷ و با ابطال یک‌طرفه قرارداد برجام، مسکن تاکنون پرواز قیمتی بی‌سابقه‌ای را تجربه کرده است. بررسی بازار مسکن در این سال‌ها نشان می‌دهد علاوه بر تاثیر تورم و ناترازی‌های اقتصاد کلان کشور بر بازار مسکن، سیاست‌های غلط دولت‌های مختلف نیز در وضعیت نابسامان آن دخیل بوده است. سیاست‌هایی که یا در زمان درست و موقعیت مناسب به اجرا درنیامده‌اند یا با وجود ایده‌های جالب روی کاغذ مانده ودر عمل هیچ کارایی و نتیجه‌ای نداشته‌اند. بنابراین نمی توان گرانی و تورم مسکن و اجاره‌بها را تنها به گردن این دست از فعالیت‌ها انداخت.

نوبت اول
شناسه ۱۵۸۹۰۶۶

آگهی موضوع ماده ۳ و ماده ۱۳ آئین‌نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی آمل مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد:

املاک متقاضیان واقع در بخش نه ثبت آمل- دهستان لیتکوه

۱۲۷- اصلی (قریه مهدی‌آباد)

۱۷۶ فرعی خانم محبوبه صالحی در ششدانگ یک قطعه زمین با ساختمان احداثی با کاربری مسکونی و باغی به مساحت ۱۷۱۰.۸۰ متر مربع خریداری شده بلاواسطه از عنایت‌اله اسماعیلی و مع‌الواسطه از حسین باقرزاده.

لذا به موجب ماده ۳- قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳- آیین‌نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق روزنامه محلی و کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتی که اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی در روستاها از طریق الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض، گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می‌نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین‌نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می‌رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می‌نماید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۸/۰۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۸/۲۰

حسن صالحی، رئیس اداره ثبت اسناد و املاک آمل

نوبت اول
شناسه ۱۵۹۰۷۱۰

آگهی موضوع ماده ۳ و ماده ۱۳ آئین‌نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی آمل مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد:

املاک متقاضیان واقع در بخش نه ثبت آمل- دهستان لیتکوه

۳- اصلی (قریه کلاک سفلی)

۷۵۸۸ فرعی از ۱۶۶۱ فرعی آقای صادق یدالله تبار عمران در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی با کاربری زراعی به مساحت ۳۴۲ متر مربع، خریداری شده بلاواسطه از حسن یدالله تبار عمران و مع‌الواسطه از مالک رسمی مشاعی سیدنعمت‌اله حسینی.

لذا به موجب ماده ۳- قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳- آیین‌نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق روزنامه محلی و کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتی که اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی در روستاها از طریق الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض، گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می‌نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین‌نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می‌رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می‌نماید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۸/۰۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۸/۲۰

حسن صالحی، رئیس اداره ثبت اسناد و املاک آمل

افزایش چشمگیر تعداد کاربران اینترنت

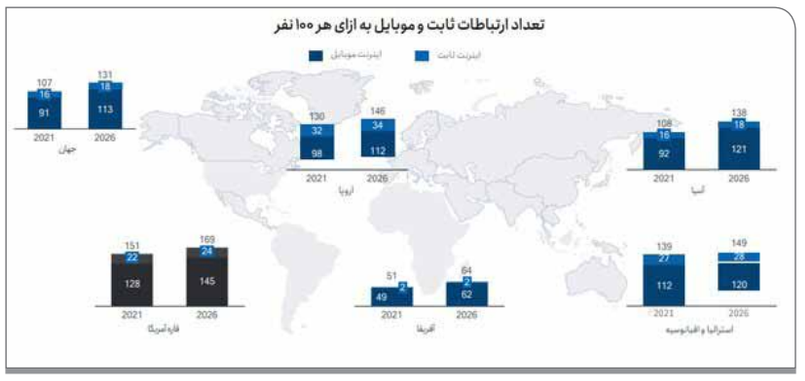
گزارش قطب‌نمای اقتصاد دیجیتال منتشر شد. قطب‌نمای اقتصاد دیجیتال که مربوط به سال ۲۰۲۱ می‌شود و توسط ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری منتشر شده است، نشان می‌دهد که مردم در دنیا به طور میانگین بیش از یک نقطه دسترسی به اینترنت دارند که بیش‌تر این نقاط دسترسی، از نوع موبایل هستند.

گروه گزارش
editor@smtnews.ir


عکس: صمت

وضعیت نرخ جهانی نفوذ اینترنت نشان می‌دهد که مردم دنیا به طور میانگین بیش از یک نقطه دسترسی به اینترنت دارند و تا سال ۲۰۳۰، تقریبا از هر ۴ نفر در سطح دنیا، ۳ نفر کاربر اینترنت خواهند بود. طبق این گزارش که زیرساخت دیجیتال را «موتور محرک همه چیز» عنوان کرده، حضور اینترنت در همه جا فراگیر شده است و به میانگین، هر نفر در دنیا درحال‌حاضر بیش از یک نقطه دسترسی به اینترنت در اختیار دارد که این دسترسی می‌تواند به صورت ثابت یا موبایل باشد.

البته در برخی مناطق دنیا به ویژه در مناطق پایین صحرای افریقا سطح دسترسی کماکان پایین است و حتی در کشورهایی با نرخ نفوذ بالا نیز کیفیت دسترسی از منظر میزان تأخیر، میزان پهنای باند و پایداری ارتباطی در مناطق مختلف، متفاوت گزارش شده است.

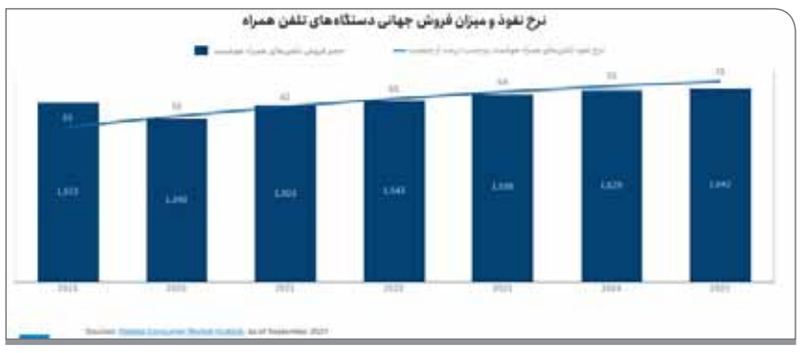


گزارش‌ها نشان می‌دهد که در قاره آسیا به ازای هر ۱۰۰ نفر ۹۲ ارتباط از طریق موبایل و ۱۶ ارتباط از طریق ثابت صورت می‌گیرد و تا ۵ سال آینده این رقم به ۱۲۱ درصد برای موبایل و ۱۸ درصد برای ارتباطات ثابت خواهد بود.

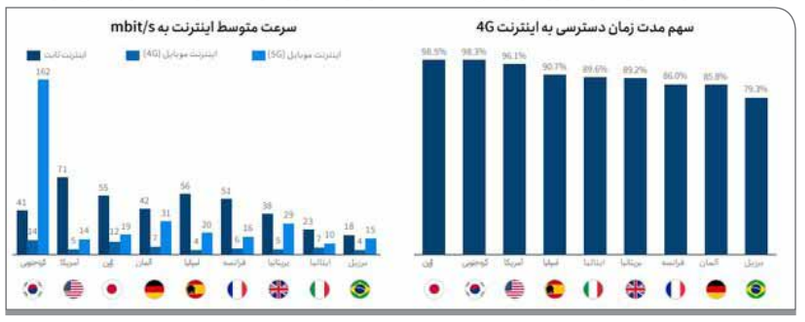
این در حالی است که وضعیت تعداد ارتباطات موبایل در اروپا ۹۸ درصد، در امریکا ۱۲۸ درصد، در افریقا ۴۹ درصد و در اقیانوسیه ۱۱۲ درصد گزارش شده است و متوسط تعداد ارتباطات موبایل به ازای هر ۱۰۰ نفر در جهان ۹۱ است.

پیش‌بینی می‌شود این رقم در جهان تا سال ۲۰۲۶ به ۱۱۳ درصد در موبایل و به ۱۸ درصد در ارتباطات ثابت برسد.

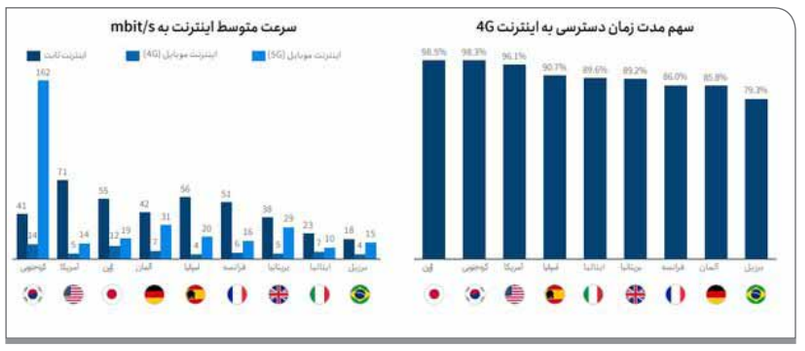
این گزارش نشان می‌دهد که مردم در دنیا به طور میانگین بیش از یک نقطه دسترسی به اینترنت دارند که بیش‌تر این نقاط دسترسی از نوع موبایل هستند. فروش تلفن‌های همراه که به دلیل پاندمی کرونا افت کرده بود به سرعت بهبود یافته است؛ اما اشباع بازار، مانعی در مقابل رشد بیشتر فروش به وجود آورده است.



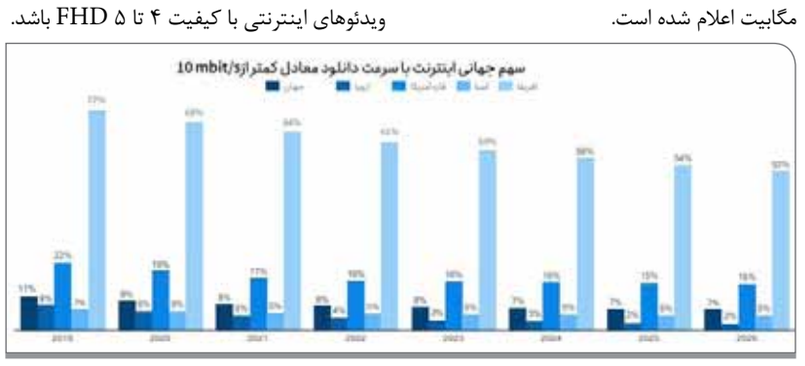
تنوع در سرعت دسترسی به اینترنت باعث ایجاد تجربه‌های متفاوت کاربری در کشورها و نواحی مختلف درون هر کشور شده است و بسیاری از خانوارها به ویژه در افریقا هنوز سرعت اینترنت بسیار پایینی دارند.



برای مثال سرعت متوسط اینترنت ثابت در کره جنوبی ۴۱ مگابیت و در امریکا ۷۱ مگابیت است و این در حالی است که متوسط سرعت در برزیل ۱۸ مگابیت اعلام شده است.

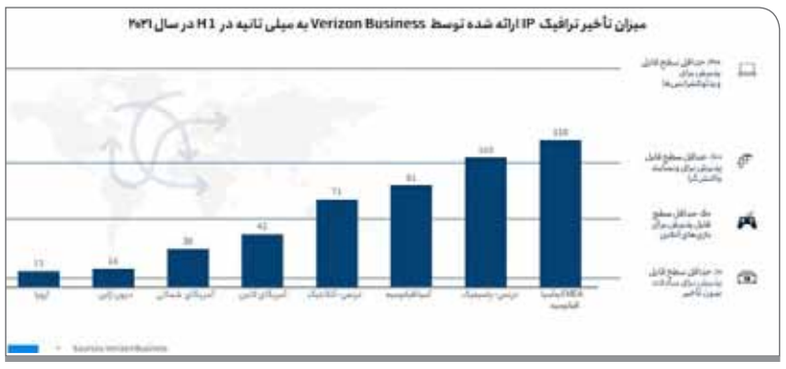


بررسی‌ها نشان می‌دهد که اگر میانگین سرعت دانلود برای هر ارتباط اینترنتی در سطحی معادل ۲۴ مگابیت باقی بماند، می‌تواند پاسخگوی پخش ویدئوهای اینترنتی با کیفیت ۴ تا ۵ FHD باشد.



این گزارش نشان می‌دهد که رشد تعداد کاربران در جهان دچار رکود شده است اما بکارگیری فناوری‌های دیجیتال رشد فزآینده‌ای به همراه داشته است.

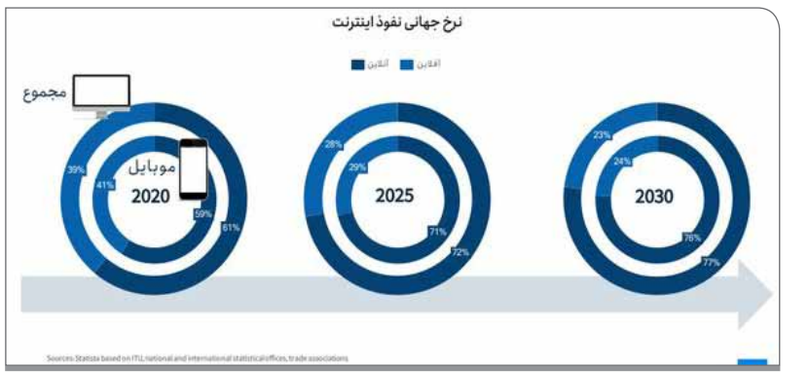
با این حال پیش‌بینی می‌شود که تا سال ۲۰۳۰، تقریباً از هر ۴ نفر در سطح دنیا، سه نفر کاربر اینترنت باشند. این میزان درحال‌حاضر از هر ۵ نفر، سه نفر اعلام شده است.



آمارها نشان می‌دهد که میانگین جهانی سرعت دانلود اینترنت ۲۴ مگابیت است که این رقم در آسیا ۲۳ مگابیت و در افریقا ۱۲ مگابیت اعلام شده است. در همین حال میانگین سرعت اینترنت در قاره امریکا ۲۶ مگ و در اروپا ۳۲ مگ است. با این وجود پیش‌بینی می‌شود که میانگین جهانی سرعت دانلود اینترنت در سال ۲۰۲۶ به ۴۵ مگ برسد و این رقم در آسیا به ۴۲ مگابیت خواهد رسید.

البته سرعت این رشد به واسطه افرادی که در نقاط دورافتاده دنیا زندگی می‌کنند یا به واسطه مسائل اقتصادی قادر به دسترسی نیستند و یا هر دو مشکل را دارند، با افت روبه‌رو شده است.

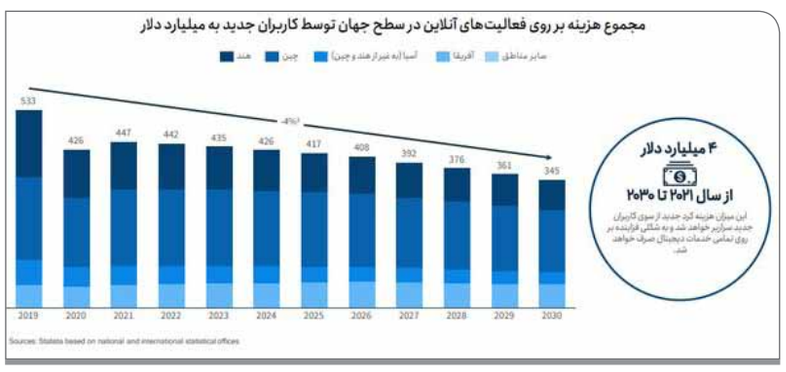
با این وجود هم اکنون نرخ جهانی نفوذ اینترنت موبایل ۵۹ درصد (آنلاین) و ۴۱ درصد (آفلاین) و نرخ نفوذ اینترنت ثابت ۶۱ درصد آنلاین و ۳۹ درصد آفلاین اعلام شده است. این در حالی است که پیش‌بینی شده که تا سال ۲۰۳۰ نرخ جهانی نفوذ اینترنت به ۷۶ درصد در موبایل و ۷۷ درصد در اینترنت ثابت می‌رسد.



بیش‌ترین رشد مورد انتظار به واسطه افزایش نرخ نفوذ در حوزه‌های خدمات دیجیتال در بازارهای شناخته شده اتفاق خواهد افتاد. پاندمی کرونا با گسترش استفاده از محصولات دیجیتال در میان مصرف‌کنندگان در این مسیر به مانند یک کاتالیزور عمل کرده است.

اگرچه میزان رشد تعداد کاربران با افول روبه‌رو شده است اما پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد که تا سال ۲۰۳۰، هند بیشترین تعداد کاربران جدید اینترنت را به دنیا خواهد افزود.

از سوی دیگر به رغم کاهش سرعت رشد تعداد کاربران، اما پیش‌بینی می‌شود که کاربران جدید تا سال ۲۰۳۰ در مجموع رقمی حدود ۴ تریلیون دلار برای فعالیت‌های آنلاین خرج خواهند کرد.



این آمار بیانگر آن است که بین سال‌های ۲۰۲۱ و ۲۰۳۰، کاربران جدید اینترنت سالانه رقمی در حدود ۴۰۰ میلیون دلار برای فعالیت‌های آنلاین صرف می‌کنند و دو کشور هند و چین بیشترین تعداد فعالیت‌های آنلاین را خواهند داشت. این میزان هزینه‌کرد، از سوی کاربران جدید سرازیر خواهد شد و به شکلی فزآینده روی تمامی خدمات دیجیتال صرف خواهد شد.

> هر نفر در دنیا، بیش از یک نقطه دسترسی به اینترنت در اختیار دارد که این دسترسی می‌تواند به صورت ثابت یا موبایل باشد

> در برخی مناطق دنیا به ویژه در مناطق پایین صحرای افریقا، سطح دسترسی به اینترنت کماکان پایین است

یادداشت

آینده روشن هوش‌مصنوعی در ایران



امین فرجی- رئیس مرکز تحقیقات شهر هوشمند ایران

شهر هوشمند مفهومی کلان است که به‌عنوان یک ابزار در مسیر توسعه‌یافتگی شناخته می‌شود. در واقع، توجه به ساخت و توسعه شهرهای هوشمند مقدمه‌ای برای بهتر زندگی کردن است، چراکه به ارتقای کیفیت زندگی شهروندان می‌انجامد. گفتنی است، شهرهای هوشمند با ابزارهای مبتنی بر فناوری معنای حقیقی پیدا می‌کنند و به‌طورخاص نمی‌توان بهره‌گیری از فناوری‌های مبتنی بر هوش‌مصنوعی و اینترنت اشیا را نمود واقعی شهر هوشمند بدانیم. در حقیقت، این مدیریت هوشمند است که به مفهوم شهر هوشمند واقعیت می‌بخشد. مدیریت هوشمند منجر به تصمیم‌گیری درست می‌شود و می‌توان آینده قابل‌تصوری را برای شهر پیش‌بینی کرد.

مدیریت هوشمند موجب می‌شود که مردم با مشکلات کمتری مواجه شوند و در بستری عادلانه‌تر به منابع دسترسی پیدا کنند. در عمل حضور مردم در عرصه شهری با مدیریت فارغ از تلاطم‌ها و آلودگی‌های محیطی است. در اصل می‌توان گفت این مفهوم همان مفهوم شهر هوشمند است که زمینه اصلی توسعه گردشگری هوشمند به‌حساب می‌آید. در شهر هوشمند می‌توان ۴ عنصر زیست، جابه‌جایی، تفریح و گردشگری و کار را به بهترین شکل ممکن پیاده‌سازی کرد. به این ترتیب می‌توان گفت؛ کاربرد هوش‌مصنوعی در مراحل ابتدایی و ساده آن، دادن ظرفیت و قابلیت به ماشین‌ها و ابزارهایی است که بتوانند مانند یک انسان استنباط و استنتاج کنند. آینده کاربرد هوش‌مصنوعی در کشور روشن است، چراکه باتوجه به ظرفیت‌های موجود از جمله مراکز استارت‌آپی و نوآوری و پارک‌های علم و فناوری روزبه‌روز به کاربرد هوش‌مصنوعی در ارکان شهری افزوده می‌شود. حال اینکه کدام بخش پذیرای هوش‌مصنوعی خواهد بود، می‌توان آن بخش‌هایی از نظام اداری کشور را نام برد که فعالیت‌های خود را به فضاهای پلتفرمی گره زده‌اند.

از سوی دیگر به نظر می‌رسد؛ آن دسته از کسب‌وکارهایی که روش‌های سنتی را کنار گذاشته و محدودیت مکانی را از بین برده‌اند، بهتر می‌توانند در این عرصه موفق باشند نمونه چنین روندی پلتفرم‌هایی که در صنعت گردشگری چند سالی است راه افتاده‌اند و به معرفی چند بعدی مکان‌ها می‌پردازند. همچنین، کاربرد واقعیت‌افزوده و واقعیت‌مجازی در صنعت گردشگری نمونه دیگری از گردشگری هوشمند در جهان امروز است. درحقیقت اقتصاد اشتراکی همان مولفه‌ای است که به بهترین شکل ممکن، فناوری‌های مبتنی به هوش‌مصنوعی را به خدمت می‌گیرد و از آن پولسازی و درآمدسازی می‌کند که گردشگری یکی از بسترهای اقتصاد اشتراکی است.

حال با توجه به داده‌های موجود، ایران در ابتدای کاربرد هوش‌مصنوعی در مدیریت شهری و هوشمندسازی قرار دارد و چندان پیشرو نیستیم و مسیر طولانی برای پیمودن داریم.

باوجود این عقب‌ماندگی و باتوجه به اینکه نیاز به دید و نگرشی شفاف از وضعیت هوشمندسازی در شهرهای کشور داریم، سامانه‌ای در مرکز تحقیقات شهر هوشمند راه‌اندازی شده که هدف آن ارائه دید روشن از مسیر هوشمندسازی شهرها در کشور است.اگر در نقطه شروع بدانیم که وضعیت فعلی کشور در بهره‌گیری از هوش‌مصنوعی و هوشمندسازی چیست، باعث می‌شود که تجویزهای درستی داشته باشیم. در گام نخست، هدف ما این است که در ابتدای مسیر به رتبه‌بندی ۵۲ شهری که بالای ۲۰۰ هزار نفر جمعیت دارند، بپردازیم. در مراحل بعدی، بقیه شهرها با دسته‌بندی‌های مشخص‌شده رتبه‌بندی می‌شوند. هدف این است که از این محل بتوان مسیر تعالی را پیدا کرد.

در واقع، از آنجایی که ویژگی‌های اقتصادی ـ اجتماعی ـ فرهنگی و حتی ویژگی‌های کالبدی شهرها متفاوت است به همین دلیل نمی‌توان یک نسخه واحد برای همه شهرها در مسیر هوشمندسازی در نظر گرفت. به همین سبب ماهیت شهرها برای قدم گذاشتن در مسیر هوشمندسازی فرق می‌کند. در واقع هم از نظر محیطی و هم از نظر انسان‌هایی که در این شهرها زندگی می‌کنند، باید برای هر شهر یک برنامه مجزایی برای هوشمندی طراحی کرد.

شناخت این فرصت و تهدیدها می‌تواند به هوشمندسازی شهرها یاری رساند و این سامانه مسیر را هموار می‌کند. حتی می‌تواند از ظرفیت شهرهای پیشرو برای منتورشیپ شهرهایی که می‌خواهند در این مسیر قدم بردارند، نهایت بهره‌برداری را بکند. به‌عبارت‌دقیق‌تر، بعضی از شهرهای بزرگ نظیر تهران، مشهد، شیراز و تبریز و در کل، کلانشهرهایی که بالای یک میلیون جمعیت دارند، مسیر نسبتا خوبی رفتند، هرچند فعالیت‌ها بیشتر به‌صورت جزیره‌ای بوده است؛ می‌توان با ظرفیت‌های این شهرها، شهرهای دیگر را در ارتباط با سیستم‌های فناورانه آنها قرار داد و به درجه هوشمندی شهرهای کشور افزود. همین روند موجب توسعه گردشگری هوشمند می‌شود. برای مثال، خود را در قالب خریدوفروش بلیت‌های اسکان مسافران و زمان‌های بازدید با برنامه‌های مشخص در راستای آسیب کمتر به محیط نشان می‌دهد. از سوی دیگر؛ به‌دلیل وسعت سرزمینی و تنوع اقلیمی و باتوجه به نیروی کار جوان و خلاق و تعداد بالای دانشگاه‌های کشور می‌توان به هوشمندسازی ارکان‌های شهری در قالب وسیع امیدوار بود، اما باید در مسیر درست خود قرار بگیرد.

این مسیر درست می‌تواند از طریق فناوری اتفاق بیفتد و تغییری که باید ایجاد کنیم، نیازمند تحولات هوشمندانه است. این تحولات هوشمندانه کمک می‌کند که شیوه برنامه‌ریزی، مدیریت، نظارت و پایش منابع در حوزه‌های مختلف تغییر کند. بیش از هر مولفه‌ای، نیازمند تعریف ایدئولوژی‌های خود از توسعه شهر هوشمند هستیم. در حقیقت، باید بدانیم که چه می‌خواهیم و چیستی و چرایی کاربرد فناوری‌ها باید مورد بازبینی قرار بگیرد.

نظرگاه

چالش جهان با تهدیدهای سایبری



سجاد عابدی، کارشناس امنیت سایبری: امروزه جنگ به‌شکل قدیم خود منحصر نمی‌شود، بلکه به‌علت پیشرفت خارق‌العاده در علوم رایانه‌ای، نوع جدیدی از مخاصمات تحت‌عنوان جنگ سایبری شکل گرفته است. براین اساس، در تعریف جنگ اطلاعاتی یا سایبری باید گفت این نوع از جنگ به‌معنای انجام عملیات نظامی با اصول مربوط به اطلاعات است. به‌عبارت‌دیگر، جنگ سایبری به‌نوعی از نبرد گفته می‌شود که طرفین جنگ در آن از رایانه و شبکه‌های رایانه‌ای (به‌ویژه شبکه اینترنت) به‌عنوان ابزار استفاده می‌کنند و نبرد را در فضای مجازی انجام می‌دهند؛ بنابراین در جنگ سایبری تلاش می‌شود همه‌چیز را درباره دشمن بدانیم و در عین حال، نگذاریم او هیچ‌چیزی درباره ما بداند.

هدف اصلی در جنگ سایبری اگر موازنه توان رزمی وجود نداشته باشد، برهم زدن موازنه اطلاعات و دانش، به‌نفع نیروهای خودی است. پس در جنگ سایبری ممکن است بتوان با بهره‌گیری از دانش برتر، ضعف سرمایه و نفرات کمتر را جبران کرد.

نبرد سایبری به‌نوعی خود ابداع‌کننده گونه‌ای جدید از سلاح‌های مدرن است که می‌تواند تغییرات بنیادین در عرصه نبردهای مدرن ایجاد کند. رایانه‌ها امروزه تا جایی پیش رفته‌اند که در آن نیروهای نظامی توانایی وارد کردن جراحت، کشتن و ایجاد خسارت‌های فیزیکی از طریق فضای مجازی را دارند. دامنه نبرد سایبری می‌تواند از فعالیت‌های شبکه‌ای بی‌ضرر تا حملات شدید به ساختارهای زیربنایی در سطح ملی در نوسان باشد. به‌همین‌دلیل، ابهاماتی در رابطه با مشروعیت جنگ‌های سایبری در حقوق حاکم بر فضای بین‌الملل وجود دارد.

تلاش برای نفوذ به شبکه‌ها، به‌منظور سرقت یا خرابکاری اطلاعات و فلج کردن سیستم‌های نظامی و دولتی از طریق فناوری‌های پیشرفته را می‌توان به‌عنوان سلاح‌های سایبری نام برد که در حال حاضر این نوع از جنگ‌ها، از حیث همین سلاح، جهان را در آستانه تهدید و نگرانی قرار داده است. به‌عبارت‌دیگر، عملیات سایبری می‌تواند نگرانی‌های بشردوستانه را افزایش دهد، به‌ویژه هنگامی که اثرات آن محدود به داده‌ها و اطلاعات یک سیستم موردهدف نیست و شمار زیادی از مردم یک یا چند کشور را در بر می‌گیرد. به‌نظر می‌رسد این امکان وجود دارد که بتوان از طریق فضای سایبری و بکارگیری همین روش‌ها به‌عنوان سلاحی سایبری، در سیستم‌های کنترل فرودگاه، سیستم‌های حمل‌ونقل، سدهای برقابی یا دستگاه‌های نیروگاه‌های هسته‌ای اختلال ایجاد کرد که متاسفانه قربانی اصلی چنین عملیات‌هایی معمولا غیرنظامیان و مردم عادی هستند.

به هر روی حملات سایبری اگر مصداقی از تجاوز یا توسل به زور محسوب نشوند، می‌توانند به‌عنوان مداخله در امور داخلی دولت، یک تخلف بین‌المللی تلقی شوند. در صورت انتساب این اقدامات به یک دولت خاص، طرح مسؤلیت بین‌المللی دولت امکان‌پذیر خواهد بود و امکان جبران خسارت به روش‌های مختلف اعم از توقف عمل متخلفانه، پرداخت غرامت و جلب‌رضایت وجود خواهد داشت.

راه رفتن روی یک شمشیر دولبه



حمید بهنگار ـ فعال حوزه دانش‌بنیان: اخلاق در فناوری آنجایی خود را نشان می‌دهد که همزمان با توسعه فناوری‌های نوظهور موردتوجه قرار بگیرد. بیشتر جامعه‌شناسان معتقدند رشد فناوری به‌منظور رسیدن به جامعه‌ای امن باید با اخلاق‌مداری همراه باشد. برای مثال، در بحث حریم خصوصی باید مشخص شود که افراد به چه میزان از اطلاعات می‌توانند دسترسی داشته باشند و چه میزانی به دولت و سایرین اختصاص دارد؛ اگر این موضوعات به‌درستی هدف‌گذاری شود، آن آسیب‌هایی که متصور می‌شویم، رخ نمی‌دهد و اتفاقاتی نظیر فیلترینگ و آسیب‌هایش در کشور کمتر به‌وجود می‌آید، اما در صورت نبود چنین روندی این تحولات از کنترل خارج می‌شود. در کل، اینها مسائلی است که باید به‌صورت چندجانبه و از منظر دین، اخلاق، فلسفه، دانش و روانشناسی به آن پرداخته شود.

همواره راه‌های مطمئنی برای رفع نگرانی‌ها درباره اشاعه گسترده اطلاعات چه فردی و چه سازمانی وجود دارد، اما می‌توان نسبت به آینده دید بهتری داشت، زیرا ما روزبه‌روز به دنیایی نزدیک می‌شویم که بسیاری از کارهای غیرضروری بشر مرتفع و بسیاری از دغدغه‌ها، بیماری‌ها، معضلات و مسائلی که امروز موجب معضلات و حتی مرگ‌ومیر است، حل می‌شود و کمتر شاهد پاندمی‌های رخ‌داده خواهیم بود. بی‌شک فناوری مسیر خود را طی می‌کند و انسان خواه‌ناخواه با آن همسو می‌شود. در این شرایط است که تاب‌آوری بشر در مقابل مشکلات بیشتر می‌شود و آینده‌ای به‌سمت فضا، هوای پاک و دنیای آزادتر همراه با عدالت فردی و اجتماعی رقم می‌خورد.

از آنجایی که حرکت در مسیر فناوری مانند راه رفتن روی یک شمشیر دولبه است، اگر ما درست رفتار کنیم، می‌توانیم به بهترین نحو ممکن از آن بهره‌مند شویم و اگر در تلاش برای نادیده انگاشتن آن باشیم، باید زیان و آسیب‌های این اغماض را هم متحمل شویم.

تصمیمات یک‌شبه، آفتی برای کسب‌وکارهای اینترنتی است

کسب‌وکارها پشت سد فیلترینگ



کیمیا ملکی
editor@smtnews.ir

فیلترینگ یکی از دغدغه‌های همیشگی فعالان شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه اینستاگرام و صاحبان کسب‌وکارها است. به‌صورت میانگین، ۳ میلیون کسب‌وکار در اینستاگرام فعالیت دارند و نزدیک ۱۰ میلیون نفر درآمد خود را از طریق اینستاگرام کسب می‌کنند که فیلترینگ اخیر تاثیر بسزایی در کسب‌وکار آنها داشته است. شاید هنوز زمان اعلام نتیجه قطعی بررسی‌ها درباره تاثیر فیلترینگ بر کسب‌وکارهای اینستاگرامی نرسیده باشد، اما به‌نظر می‌رسد فیلترینگ، ضربه مهلکی به کسب‌وکارهای اینستاگرامی وارد کرده؛ گرچه آنها را از بین نبرده است. در واقع دولت با فیلتر کردن شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی به‌دنبال اعمال مدیریت بر این فضا و کاربران بود که در ظاهر چندان موفقیت‌آمیز نبوده است، زیرا بسیاری از کاربران با استفاده از فیلترشکن ارتباط با این پلتفرم‌ها را ادامه داده و تنها متحمل هزینه بالاتر و البته سرعت کمتر اینترنت شده‌اند. بر همین اساس، بسیاری از کارشناسان، فیلترینگ را طرحی شکست‌خورده و تنها موجب کسب درآمدهای ویژه برای عده‌ای خاص می‌دانند.

افراد از کسب‌وکار در فضای مجازی دست می‌کشند



عبدالله احمدی، کارشناس کسب‌وکار: بهتر است اثرات اختلالات و محدودیت‌های اینترنت را به دو دسته تاثیرات کوتاه‌مدت و بلندمدت تفکیک کنیم. تاثیرات کوتاه‌مدت به‌معنی اختلالاتی است که ایجاد می‌شود یا دسترسی‌هایی که در شبکه‌های اجتماعی و اینترنت در سطح کلان، محدود می‌شود و در نتیجه آن یک سری از کسب‌وکارها که به‌صورت مستقیم مبتنی بر این پلتفرم‌ها کار می‌کنند، آسیب می‌بینند. همچنین کسب‌وکارهایی وجود دارند که به‌نوعی مبتنی بر اینترنت هستند. در عصر حاضر بسیاری از کسب‌وکارهایی که خدمات و محصولات آنها مبتنی بر اینترنت است، حتی امکان ارسال یک استعلام را از طریق همین پلتفرم‌ها، ندارند؛ بنابراین بسیاری از مشاغل خسارت دیده یا کاهش فروش داشته‌اند که در نهایت منجر به ازدست رفتن برخی از آنها شده است.

ما الان شرایط خوبی برای سرمایه‌گذاری نداریم و اتفاقاتی چون فیلترینگ هم نگاه فعالان اقتصادی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. برای شکل‌گیری و ادامه فعالیت کارآفرینان و رونق اقتصاد باید در یک افق میان‌مدت، اعتماد به آینده وجود داشته باشد؛ در غیر این صورت سرمایه‌گذاران به سمت بازارهای کوتاه‌مدت و سوداگری می‌روند؛ به بیان دیگر پول به‌جای اینکه در استارت‌آپ‌ها سرمایه‌گذاری شود که مولد است و می‌تواند شغل، خدمات، کالا و توسعه ایجاد کند، وارد فعالیت‌های غیرمولد می‌شود. در نتیجه عملا افراد از کسب‌وکار در فضای مجازی دست می‌کشند.

در سوی دیگر آثار بلندمدت اختلالات و محدودیت‌های اینترنت است که بسیار مهم‌تر است، زیرا صاحب کسب‌وکار را نابود می‌کند و به این سمت سوق می‌دهد که پول خود را یا از کشور خارج یا وارد فعالیت‌های غیرمولد کند. قطعا این آسیب خیلی بیشتر است، زیرا ذخیره کارآفرینی افراد و سرمایه برای این کار کاهش پیدا می‌کند. درباره انتقال فعالان اقتصادی از پلتفرم‌های خارجی به داخلی نیز باید این موضوع را یادآور شد که اگر این قطعی برای برخی پلتفرم‌ها پایدار باشد، حیات برخی فعالیت‌های اقتصادی تمام می‌شود و باید دید آیا می‌توان آن را در پلتفرم دیگری تعریف کرد؟ همچنین در روند این انتقال برخی از رقبا حذف می‌شوند؛ در نتیجه فضا برای افراد جدیدالورود باز می‌شود. این اتفاق شاید در کوتاه‌مدت منفعت‌هایی داشته باشد، اما در بلندمدت آسیب‌زا است که نخستین آسیب کم شدن بازیگران و به‌دنبال آن رقابت کمتر است.

همچنین آثار زیانبار اقتصادی با ادامه فیلترینگ اینستاگرام به‌وجود می‌آید. از لحاظ اقتصادی هر اندازه که بخواهیم در روند معمول بازار دست ببریم و دخالت کنیم، در بلندمدت ضرر بیشتری می‌بینیم؛ این در حالی است که ما از وسط مسیر به این نتیجه رسیدیم. در نتیجه کار سختی را شروع کردیم که ممکن است سرانجام خوبی نداشته باشد و بسیاری از مشاغل را نابود کند.

> آثار بلندمدت اختلالات و محدودیت‌های اینترنت است که بسیار مهم‌تر است، زیرا صاحب کسب‌وکار را نابود می‌کند

اجبار در هیچ جای دنیا جواب نمی‌دهد



محمود راشدی، کارشناس اقتصاد در حوزه کسب‌وکارهای اینترنتی: طرح مالیات اینفلوئنسرها و صیانت که در یک سال مطرح شد، شاید به‌صورت غیرمستقیم با یکدیگر در ارتباط باشند، اما به‌طور مستقیم اشتراکی ندارند. طرح اخذ مالیات از اینفلوئنسرها ازسوی وزارت اقتصاد به‌علت کسب درآمد میلیاردی این افراد مطرح شده است. هرچند این موضوع مدتی است که پیگیری نشده و اقدامی برای دریافت مالیات از اینفلوئنسرها صورت نگرفته است.

طرح صیانت موضوع دیگری است که در جلسه رای اعتماد وزیر ارتباطات ازسوی ایشان مطرح شد و یکی از اهداف اصلی آن پیگیری پلتفرم‌های ملی است. به‌عقیده برخی از کارشناسان این سیاست از ابتدا برای مسئولان دولت سیزدهم مطرح بود و برنامه‌ریزی‌های آن انجام شده بود که با کاهش پهنای باند، مردم کم‌کم به سمت پلتفرم‌های داخلی سوق داده شوند، اما اتفاقات اخیر دلیلی شد که این برنامه زودتر عملی شود. این در حالی است که تصمیم قطعی از سمت نهاد مشخصی مبنی بر اجرای طرح صیانت اعلام نشده است.

اجبار در هیچ جای دنیا جواب نمی‌دهد و مردم راه‌های دور زدن محدودیت‌ها را پیدا می‌کنند. باید امکان انتخاب به مردم داده شود. اینکه بخواهند با اجبار مردم را به سمت پلتفرم‌های داخلی ببرند، شدنی نیست. بودجه‌های هنگفتی برای ایجاد برخی از این پلتفرم‌ها هزینه می‌شود، این در حالی است که به‌عقیده برخی از کارشناسان شواهد حاکی از آن است که دولت قصد رفع فیلترینگ باوجود هزینه‌های سنگینی که برای دولت و مردم ایجاد کرده را ندارد.

در مجموع قطع اینترنت به‌ویژه در مدت زمان طولانی درست نیست و به اقتصاد کشور آسیب زیادی وارد می‌کند. متاسفانه نخستین اقدام دولت در برخورد با هر اتفاقی قطع اینترنت است؛ در حالی که بیشترین آسیب این اقدام شامل حال صاحبان کسب‌وکار در فضای مجازی می‌شود.

راهکار اصلی این است که از افراد متخصص برای مدیریت امور استفاده شود. یک پلتفرم ملی برای تحقق انتظارات مردم نیازمند دارا بودن امکانات مختلف است. طیف‌های مختلف مردم و نیازهای آنها برای ساخت این پلتفرم باید بررسی شود. همچنین فرد صاحب‌نظر باید خنثی از دیدگاه سیاسی باشد. از سوی دیگر باید از علم جوانان ایرانی که سرمایه ملی هستند در ساخت پلتفرم داخلی استفاده شود.

کاهش استفاده و دسترسی کاربران در شرایط فعلی قابل‌ارزیابی است. دسترسی به فیلترشکن و دور زدن فیلترینگ مربوط به شهرهای بزرگ است و بسیاری از شهرهای کوچک در حال حاضر دسترسی به اینترنت ندارند.

> در مجموع قطع اینترنت به‌ویژه در مدت زمان طولانی درست نیست و به اقتصاد کشور آسیب زیادی وارد می‌کند

ضربه محکم فیلترینگ به صنعت چاپ دیجیتال



جلال ذکایی، نایب رئیس اتحادیه چاپ دیجیتال و لیتوگرافی تهران : یکی از مشکلات جدی که در حال حاضر برای اعضای صنف پیش آمده، فیلترینگ فضای مجازی است که موجب از بین رفتن درآمد بسیاری از فعالان شده است. در واقع شرایط کنونی ضربه جدی به بازاریابی دیجیتال وارد کرده و ادامه این وضع، آسیب‌ها را بیشتر می‌کند. اگر پلتفرم‌های داخلی و خارجی برای سایر افراد اهمیتی سطحی دارد، برای صنف ما مایه حیات است. برای مثال سال‌هاست که انتقال فایل‌های گرافیکی ما از طریق پلتفرم‌های خارجی صورت می‌گیرد.

در حال حاضر باوجود بیش از ۵ پلتفرم داخلی هیچ یک از آنها پاسخگوی نیاز فعالان حوزه چاپ دیجیتال نیستند. از سوی دیگر بسیاری از همکاران ما روی سیستم‌های اپل فعالیت می‌کنند که هیچ یک از پلتفرم‌های داخلی روی سیستم‌عامل این برند اجرا نمی‌شود. مدت‌هاست که فعالان این حوزه به استفاده از ایمیل روی آوردند که بسیاری از اوقات به‌دلیل حجم زیاد فایل برگشت می‌خورد. در گذشته افراد فایل‌های خود را از طریق پلتفرم‌های مختلف از سایر استان‌ها به تهران ارسال می‌کردند، اما اکنون چالش ما این است که با چه برنامه‌ای قرار است فایل برای ما ارسال شود.

اگر مسئولان به‌منظور حفظ امنیت دستور فیلترینگ را صادر می‌کنند، پیش از آن باید جایگزینی برای آنها در نظر بگیرند. همچنین دولت باید حمایت‌های لازم را از یک پلتفرم داخلی انجام دهد تا آن برنامه به توسعه مطلوب برسد. دولت به‌عنوان حاکمیت باید مدیریت و پلتفرمی را ایجاد کند که همه افراد بتوانند برای فعالیت‌های خود از آن استفاده کنند. با این شرایط در فضای کاری هیچ مشکل امنیتی پیش نمی‌آید؛ به‌ویژه برای صنف ما که فعالان تنها می‌خواهند یک فایل گرافیکی را ارسال کنند.

چین با جمعیتی حدود یک میلیارد و ۵۰۰ میلیون نفر دو پلتفرم داخلی دارد و برخی از پلتفرم‌های خارجی در این کشور فیلتر هستند اما این دو پلتفرم داخلی بسیار خوب عمل می‌کنند و دولت نیز از آنها حمایت‌های لازم را می‌کند. هرچند برخی از کشورها از جمله چین از اینترنت ملی استفاده می‌کنند اما زمانی که بحث ارتباطات بین‌المللی برای مباحثی مانند تجارت مطرح است استفاده از پلتفرم‌های جهانی مجاز است. در واقع دولتمردان چینی برای کمک به اقتصاد، استفاده از اپلیکیشن‌های بین‌المللی را مجاز دانسته‌اند. بسیاری از صنایع نیازمند واردات مواد اولیه هستند و با بسیاری از تامین‌کنندگان خارجی در بستر فضای مجازی ارتباط دارند. همچنین بسیاری از صنایع صادرات‌محور برای صادرات، نیازمند بازاریابی هستند که عمده این اقدامات در بستر اینترنت بین‌المللی انجام می‌شود. حال ممکن است برخی از کشورها از اپلیکیشن‌های بومی استفاده کنند، اما زمانی که سخن از ارتباطات بین‌المللی برای مباحث بازرگانی به‌میان می‌آید ناگزیر از ۳ پلتفرم بین‌المللی مانند واتس‌اپ، اینستاگرام و تلگرام استفاده می‌شود.

> اجبار در هیچ جای دنیا جواب نمی‌دهد و مردم راه‌های دور زدن محدودیت‌ها را پیدا می‌کنند

فیلترینگ در همه جای دنیا وجود دارد



سهیل تقوی، کارشناس فضای مجازی: براساس آمارهای موجود می‌توان شاهد کاهش مخاطبان شبکه‌های اجتماعی خارجی پس از فیلترینگ آنها بود. بررسی تعداد پست‌های منتشرشده، تعداد لایک‌ها و کامنت‌ها در این اپلیکیشن‌ها نیز گواه این موضوع است.

البته هیچ‌کس تاکنون نتوانسته محاسبه دقیقی از گردش مالی فروش فیلترشکن ارائه دهد، اما بنده فکر نمی‌کنم این تجارت عدد و رقم بزرگی داشته باشد.

فیلترینگ در همه جای دنیا وجود دارد و یکی از ابزارهای اعمال حکمرانی است که در همه کشورهای دنیا از آن استفاده می‌شود. اصولا کشورهای مختلف در این زمینه تجارب مختلفی داشته‌اند و نمی‌توان این موضوع را به مسائل داخلی گره زد. برخی از آنها کاملا اینترنت را قطع می‌کنند و برخی دیگر مانند کشورهای اروپایی برای «افراد» محدودیت ایجاد می‌کنند، اما کاری به فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی ندارند.

با این حال اعمال فیلترینگ برای کنترل، آخرین مرحله است. مشکل اصلی این است که ما ابزارهای جایگزین مناسبی را در اختیار مردم نگذاشته‌ایم؛ همچنین فیلترینگ آخرین راه و پرهزینه‌ترین راه است.

اما برخی از وجود مافیا پشت‌پرده تجارت فیلترشکن می‌گویند که این موضوع بستگی دارد تعریف شما از مافیا چه باشد؟ به‌طورقطع شرکت‌هایی وجود دارند که از این فضا درآمد خوبی کسب می‌کنند، اما تاکنون هیچ سند و مدرکی در این‌باره ارائه نشده است. اصلا چرا دولت باید باوجود هزینه‌های سنگینی که فیلترینگ دارد، با این شرکت‌ها نیز در ارتباط باشد. اصلا این موضوع چه سودی برای دولت دارد؟ وجود مافیا در این ماجرا منطقی نیست و تنها یک جوسازی رسانه‌ای است.

> احبار در هیچ جای دنیا جواب نمی‌دهد و مردم راه‌های دور زدن محدودیت‌ها را پیدا می‌کنند

سخن پایانی

کسب‌وکارهای اینترنتی که اوج حضور مفید خود را در دوران کرونا نشان دادند و این روزها در زندگی روزمره ما حضور پررنگی دارند، به‌واسطه تصمیم‌گیری‌های یک‌شبه دچار چالش‌های بسیاری شدند. این تصمیمات چالش‌های زیادی برای کسب‌وکارهای اینترنتی ایجاد می‌کند که مهم‌ترین آن از بین رفتن اعتماد است.

ایران برای دستیابی به اقتصاد دیجیتال باید اقتصاد پویایی داشته باشد

روایتی از یک سرگیجه بی‌پایان



اقتصاد دیجیتال تا سال ۲۰۳۰، ۳۰ درصد تولید ناخالص جهانی را به خود اختصاص می‌دهد و ۳۰ میلیون شغل ایجاد خواهد کرد. امروزه فناوری‌های دیجیتال فرصت مناسبی را در اختیار شرکت‌های بین‌المللی قرار داده تا بتوانند به بازارهای جهانی دسترسی پیدا کنند و اطلاعات محصولات و خدمات خود را به‌صورت آنلاین در اختیار مشتریان قرار دهند. باتوجه به نقش پررنگ اینترنت در اقتصاد و دیجیتالی شدن آن سرنوشت کشورها در ساختار جهانی و منطقه‌ای، به سرمایه‌گذاری در اقتصاد دیجیتال گره خورده است. همان‌طور که در طول قرن‌های ۱۹ و ۲۰، کشورهای جهان با سرمایه‌گذاری در اقتصاد فیزیکی توانستند قدرت خود را در جهان تثبیت کنند، اکنون اقتصاد دیجیتال نقشی تعیین‌کننده در مشخص‌شدن قدرت‌های بزرگ در آینده جهان دارد، اما وضعیت اقتصاد دیجیتال در ایران تعریفی ندارد. اگر از دولتمردان درباره وضعیت اقتصاد دیجیتال در ایران بپرسید به‌استناد سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها برای مثال ایجاد شبکه فیبر نوری، خطوط تلفن و اینترنت، می‌گویند در سال گذشته بیش از ۱۷۷هزار میلیارد تومان به شرکت‌هایی که تحت عنوان دانش‌بنیان جای می‌گیرند، تسهیلات مالی داده شده، اما کیفیت پایین اینترنت، ماه‌هاست که صدای فعالان این بخش و عموم مردم را درآورده است. به‌گفته عیسی زارع‌پور، وزیر ارتباطات، در حال حاضر، سهم اقتصاد دیجیتال از تولید ناخالص ملی ۷,۴ درصد است و برای رسیدن به سهم ۱۵درصدی تا پایان سال ۱۴۰۶ برنامه‌ریزی شده است.

صمت به‌مناسبت روز جهانی اینترنت به بررسی وضعیت اقتصاد دیجیتال در ایران پرداخته است.

مهتاب دمیرچی
editor@smtnews.ir

راهی که باید رفت

علیرضا چابکرو، محقق و استاد دانشگاه در گفت‌وگو با صمت با اشاره به اجبار دیجیتالی شدن اقتصاد کشورها در سال‌های آینده گفت: فعالیت کشورها در دنیای دیجیتال باتوجه به حجم زیاد اطلاعات حتمی است و اصلا راهی جز انجام فعالیت‌های اقتصادی در بستر اینترنت در آینده‌ای نزدیک وجود ندارد؛ در غیر این صورت و مقاومت در برابر اقتصاد دیجیتال، اقتصاد کشورها محکوم به شکست خواهد بود؛ بنابراین دیر یا زود کشورها باید میان اقتصاد سنتی و دیجیتال، تعاملی منطقی برقرار کنند تا بقای خود در تبادلات و عرصه‌های اقتصادی را حفظ کنند. بر این اساس باید میان این دو سازگاری دقیقی شکل بگیرد تا در نتیجه این سازگاری، جهان به‌سمت اقتصاد فول‌دیجیتالی شدن، میل پیدا کند؛ یعنی تمام تبادلات بر بستر سایبر انجام شود. با این حال باید بدانیم که این به‌معنای آن نیست که ارکان اقتصاد سنتی از بین می‌رود یا روابط اقتصادی و دادوستدها منفعل می‌شوند. در واقع، حرکت در مسیر اقتصاد دیجیتالی منوط به ایجاد همپوشانی دو نوع اقتصاد دیجیتالی و سنتی است. تجربه این روند در اغلب کشورها اجتناب‌ناپذیر است.

وی افزود: ناگفته نماند که اقتصاد سایبری مقیاس وسیع‌تری نسبت به اقتصاد دیجیتال دارد و فرآیندهای دیجیتالی به‌عنوان یک تکنیک در اقتصاد سایبری شناخته می‌شود. اقتصاد جوامع به‌آرامی در فضای سایبر هضم می‌شود و این روند اجتناب‌ناپذیر است. در واقع، می‌توان گفت فعالیت در بستر اقتصاد دیجیتال در آینده‌ای نزدیک یک انتخاب نیست؛ بلکه اجبار است و در نهایت باید از آن تبعیت کرد. در این مسیر، ایران یا هر کشور دیگری چند راهکار پیش‌رو دارد؛ یا باید روش منفعلانه‌ای را در پیش گیرد و منتظر تصمیمات قدرت‌ها باشد یا باید نقش خودش را تعریف کند تا بتواند عملکرد موثری در اکوسیستم اقتصاد دیجیتال جهانی داشته باشد.

به‌گفته چابکرو، اگر ایران نقش منفعلانه را در اقتصاد دیجیتال جهان برای خود برگزیند، سرورهای بزرگ فناوری اطلاعات که به‌عنوان غول‌های اقتصادی شناخته می‌شوند، کنترل‌کننده اصلی فعالیت‌های اقتصادی خواهند بود. آنها نقش اقتصادی ایران را تعیین می‌کنند و ایران ملزم به طی کردن همان روندی خواهد شد که برایش در نظر می‌گیرند.

این کارشناس زیربنای فعالیت موثر در دنیای دیجیتال را پویایی اقتصاد دانست و گفت: اگر ایران خواهان عملکرد موثر است، باید پلتفرمی برای خود ایجاد کند که قدرت رقابت با پلتفرم‌های قوی دنیا را داشته باشد. همچنین، نیازمند یک اقتصاد پویا است تا بتواند در مسیر دیجیتالی شدن در مقیاسی وسیع گام بردارد. در این شرایط می‌تواند یکی از تعیین‌کننده‌های اقتصاد سایبری جهان باشد.

رویایی که سال‌ها می‌بینیم

به‌گفته چابکرو پیش از هر چیز باید دید نقش ایران در اقتصاد دیجیتالی کجاست. سازگاری میان اقتصاد سنتی و سایبری همان مرحله گذار اقتصاد کشور به‌سوی فضای سایبر در مقیاسی وسیع است. به‌منظور دستیابی به این سازگاری، ابتدا باید زیرساخت‌های اقتصاد دیجیتال در کشور فراهم شود.

وی گفت: باید ابتدا به اقتصاد دیجیتال قدرت بخشید و بعد آن را در مسیر سودآوری قرار داد. همچنین لازم است مقدار زیادی از ظرفیت‌های مردمی و اقتصادی را متوجه این نوع از اقتصاد کرد، زیرا در این شرایط نیز اقتصاد کشور ارزش‌افزوده بالایی خواهد داشت که در نهایت منجر به افزایش قدرت آن می‌شود. حال سوال این است که آیا می‌توان به چنین آرمانی در اقتصاد کشور دست یافت؟ واقعیت این است که اگر خواهان این هستیم که جزئی از اقتصاد دیجیتال در جهان شویم، باید با بازیگران اصلی آن تعامل داشته باشیم. در واقع اگر می‌خواهیم جزو جامعه جهانی شویم، باید نقش‌آفرین باشیم. اگر بتوانیم قطعه‌ای از پازل بزرگ سایبری و اقتصاد دنیا شویم، می‌توانیم حرفی برای گفتن در اقتصاد دیجیتال داشته باشیم.

جنگ بر سر صفرویک

وی افزود: نقش‌آفرینی در اقتصاد جهانی رویایی زیباست، اما به‌راحتی شدنی نیست، چراکه جنگ اقتصادی که پیش از این بیشتر بر سر نفت بود، حالا بر سر صفرویک‌هایی است که در فضای سایبر تعیین‌کننده نفوذ هستند. یعنی قدرت‌ها از خواهران نفتی به خواهران اطلاعاتی آینده تبدیل شدند؛ بنابراین مسیر آسانی برای کشورها در راستای قدرت‌نمایی اقتصادی وجود ندارد.

این کارشناس اقتصاد در ادامه بیان کرد: برای تعامل با جامعه جهانی، نخستین مولفه استقلال اقتصادی است که باید به سطحی قابل‌قبول برسد. در حقیقت ابتدا باید اقتصاد سنتی را پویا و فعال کنیم تا در نهایت، به اقتصاد دیجیتال برسیم. برای مثال، در بحث انرژی نباید فقط متکی به نفت باشیم و می‌توانیم از دیگر نهاده‌های انرژی در کشور نظیر انرژی خورشیدی و بادی نیز استفاده کنیم. اینجاست که می‌توانیم صحبت از استقلال اقتصادی به میان آوریم؛ یا اینکه نباید منبع اصلی درآمد کشور خام‌فروشی باشد. بی‌شک سرمایه‌گذاری روی دانش‌افزایی یکی از راه‌های استقلال اقتصادی است که می‌توان مانور زیادی روی آن داد. در این شرایط، فضای سایبری مجبور است اقتصاد را در خود بگنجاند و با آن همسو شود، چراکه منبع ثروت به‌حساب می‌آییم. در این مرحله، لازم است از ابزار دوم استفاده کنیم. باید در این مرحله قدرت و ظرفیت خود را در فضای سایبری تعیین کنیم. در این شرایط است که کمپانی‌های بزرگ سایبری مجبورند ظرفیت، توان و نقش‌آفرینی ایران را ببینند.



تنها سرعت اینترنت ملاک نیست

چابکرو درباره چالش‌های شکل‌گیری اقتصاد دیجیتال تصریح کرد: به‌اعتقادمن، در حال حاضر ۲ تا ۳ اشتباه استراتژیک در ورود به اقتصاد دیجیتال در کشور رخ داده است؛ نخست اینکه بسیاری از نخبگان فکر می‌کنند داشتن سرعت انتقال یعنی ورود به دنیای سایبری، اما باید بدانند که این‌گونه نیست و باید دنیای سایبر را یک مجموعه منسجم منتظم ببینیم. وقتی نمی‌توانیم کارمندان ادارات را مجبور به استفاده از فضای سایبری در قالب درست و بهینه کنیم، چگونه می‌توانیم از سرعت بالای اینترنت نهایت استفاده را ببریم؛ به‌عبارت روشن‌تر، باید دید هر تولیدی که از دانش‌بنیان‌ها روانه بازار می‌شود، در کجا می‌تواند مورداستفاده قرار بگیرد. در واقع باید مجموعه دولت و ادارات به فضای سایبر مرتبط شوند.

وی افزود: دوم اینکه تا در تراز اقتصادی مشخص قرار نگیریم، نمی‌توانیم وارد فضای سایبر و به مدد آن وارد جامعه جهانی شویم؛ بنابراین سرمایه‌گذاری روی برخی مولفه‌های اقتصادی که هنوز برای مردم تعریف نشده، روندی منطقی است. اقتصاد سایبری مانند یک چرخه است و باید تمام ارکان آن چرخه را در اختیار داشته باشیم.

فعالیت کشورها در دنیای دیجیتال باتوجه به حجم زیاد اطلاعات ضروری است و اصلا راهی جز انجام فعالیت‌های اقتصادی در بستر اینترنت در آینده‌ای نزدیک وجود ندارد

گام‌های نخست دیجیتال‌مارکتینگ در ایران

دیجیتال‌مارکتینگ یکی از نمودهای اقتصاد دیجیتال است و تاثیر جدی در بازاریابی دیجیتالی دارد. جلال ترابی، کارشناس فناوری و دیجیتال‌مارکتینگ با اشاره به توسعه دیجیتال‌مارکتینگ در کسب‌وکارها در گفت‌وگو با صمت، گفت: تاثیر دیجیتال‌مارکتینگ را باید به ۲ دوره پیش و پس از کرونا تقسیم‌بندی کنیم؛ پیش از کرونا، کسب‌وکارها کم و بیش با این حوزه آشنا بودند و صاحبان صنایع، شناخت محدودی از آن داشتند؛ به‌گونه‌ای که بیشتر آنها تنها به داشتن یک وب‌سایت اینترنتی قانع بودند و سئو برای موتورهای جست‌وجو در اولویت دوم‌شان قرار داشت. معمولا این کسب‌وکارها، مشتریان مشخصی داشتند و از طریق معرفی دوستان و در بستری کاملا سنتی توسعه می‌یافتند.

وی افزود: اما بعد از کرونا، بیشتر کسب‌وکارها به اهمیت دیجیتال‌مارکتینگ پی بردند. اینکه فضای وب می‌تواند موجب رشد اقتصادی آنها شود، تفکری بود که دیجیتال‌مارکرها به آنها القا کردند. در حال حاضر، دیجیتال‌مارکتینگ در ایران گام‌های نخست خود را برمی‌دارد و در مرحله نوزادی قرار دارد. به‌اعتقاد من، مهم‌ترین مولفه توسعه و رشد اقتصادی کسب‌وکارها این است که فرهنگ دیجیتال‌مارکتینگ جا بیفتد. در حال حاضر، گام‌های اول را برمی‌داریم و در ایران به‌تازگی به اهمیت آن پی برده شده است.

به‌گفته ترابی، سال‌ها است که دیجیتال‌مارکتینگ در جهان مورداستفاده قرار دارد و موجب رشد و توسعه اقتصادی در کسب‌وکارهای مختلف شده است. این شیوه از بازاریابی اینترنتی، نمودهای مختلفی دارد. نمونه بارز آن، استفاده از هوش‌مصنوعی و چت جی پی تی است. گفتنی است کشورهای پیشرو به‌دلیل اینکه رسانه‌ها و شبکه‌های مجازی را در اختیار دارند، توانسته‌اند رشد یابند و به صرفه‌های اقتصادی بالایی برسند.

وی با اشاره به اهمیت داده‌پردازی کسب‌وکارها برای ورود به دنیای دیجیتال‌مارکتینگ گفت: با گذشت زمان، پلتفرم‌ها پیچیدگی خود را بیشتر می‌کنند، چراکه نیاز کاربران هم پیچیده‌تر می‌شود و از سویی هم استفاده از این پلتفرم‌ها باعث راحت‌تر شدن کار کاربر می‌شود که هرقدر استفاده از پلتفرم‌ها راحت‌تر باشد، نیاز به داده‌های بیشتری هم دارد؛ به‌همین دلیل، امروزه کسب‌وکارها به سمت داده‌محورشدن پیش می‌روند. بر همین اساس کسب‌وکارها نیاز زیادی به داده دارند و این امر بسیار اهمیت دارد. ترابی گفت: اصولا کسب‌وکارهایی که بحث خدمات و صادرات برای آن مهم است، نظیر گیاهان‌دارویی و محصولاتی که تولیدشان در انحصار ایران است، در اولویت بازاریابی به روش دیجیتال‌مارکتینگ هستند و می‌توانند شرایط موثری را در بازار جهانی تجربه کنند.



به‌گفته ترابی، کسب‌وکارهایی هستند که خدمات آنها تسهیل‌کننده کسب‌وکارهای دیگر است؛ برای مثال فروشگاه‌هایی که خودشان محصول ندارند، اما به‌واسطه ترافیکی که روی سایت‌شان وجود دارد، به فروش محصولات دیگر فروشگاه‌ها می‌پردازند. رسالت این فروشگاه‌ها، ایجاد بستر برای فروشگاه‌هایی است که خودشان به‌طورمستقیم فعالیتی در حوزه دیجیتال‌مارکتینگ انجام نداده‌اند.

کشورهای پیشرو به‌دلیل اینکه رسانه‌ها و شبکه‌های مجازی را در اختیار دارند، توانسته‌اند رشد یابند و به صرفه‌های اقتصادی بالایی برسند

سخن پایانی

بی‌شک فناوری دیجیتال تاثیر زیادی بر بخش‌های مختلف یک اقتصاد مانند سلامت، آموزش و خدمات دولتی دارد. وجود متخصصان بسیار زیاد در زمینه فناوری اطلاعات ظرفیت تامل‌برانگیزی در توسعه اقتصاد دیجیتال و پیشرفت آن در کشور محسوب می‌شود و باتوجه به اینکه میزان رشد اقتصاد دیجیتال هر سال حدود ۱۰ درصد است، از رشد سالانه اقتصاد دنیا بیشتر است.

در بازارهای نوظهور، اقتصاد مبتنی بر اینترنت هر سال بین ۱۲ تا ۲۵ درصد رشد می‌کند که این امر تاثیرات شگرفی بر اوضاع اجتماعی، اقتصادی و سیاسی دارد.

یادداشت

اقتصادی که استارت‌آپش را نمی‌شناسد



محمد قیصری، فعال دانش‌بنیان در زمینه فناوری اطلاعات

شکی در اهمیت توسعه اکوسیستم استارت‌آپی در توسعه اقتصاد دیجیتال و در کل هر فرآیند نوین فناورانه نیست. در واقع استارت‌آپ‌ها زیربنای توسعه اقتصاد دیجیتال در هر کشوری محسوب می‌شوند و در توسعه هر فرآیند نوآورانه نقش مهمی دارند. وقتی صحبت از اقتصاد دیجیتال می‌شود، قاعدتا باید به‌سمت آن دسته از کسب‌وکارهایی رفت که نوین هستند و مدل‌های استارت‌آپی باید رونق کافی داشته باشند. استارت‌آپ‌ها هم برای رشد نیاز به سرمایه‌گذاری اولیه دارند و متاسفانه این روند در کشور مغفول است. فرق استارت‌آپ با شرکتی که گردش مالی بالایی دارد، زیاد است؛ استارت‌آپ نمی‌تواند حتی پول بیمه خود را متقبل شود.

رهبران استارت‌آپی تلاش زیادی می‌کنند که به مرحله دانش‌بنیان شدن برسند و بعد از کلی دوندگی آنها می‌توانند گواهی دانش‌بنیان نوع ۲ را دریافت کنند، اما در عمل حمایت درخوری از آنها صورت نمی‌گیرد و تسهیلات خاصی به آنها داده نمی‌شود. حتی اگر به مراکزی که برای خدمات‌دهی به دانش‌بنیان‌ها افتتاح شده‌اند، سر بزنید، اجاره این مکان‌ها تفاوتی با یک شرکت غیردانش‌بنیان ندارد.

بنابراین تا زمانی که به اکوسیستم دانش‌بنیان در کشور توجه نشود، صحبت از توسعه مولفه‌های اقتصادی برمبنای نوآوری بیشتر شبیه یک رویا است. موفقیت استارت‌آپ‌ها در شرایط فعلی کشور تنها منوط به ایجاد روندی است که کمتر فعالی در این عرصه می‌تواند آن را فراهم کند. در واقع باتوجه به شرایط موجود، نمی‌توان توفیقی برای استارت‌آپ‌ها متصور شد. به‌نظر می‌رسد داشتن توان مالی بالا یا وصل شدن به برخی نهادهای بالادستی برای دریافت رانت، رمز موفقیت برخی از این استارت‌آپ‌ها یا دانش‌بنیان‌ها در کشور است؛ نه آن دسته از استارت‌آپ‌هایی که متشکل از چند جوان نخبه هستند که تنها دارایی آنها علم و فن آنها است.

برای توسعه اکوسیستم استارت‌آپی در کشور باید مشاوران حقوقی در کنار تیم‌های استارت‌آپی کوچک و خرد قرار بگیرند، زیرا این شرکت‌ها و تیم‌های استارت‌آپی هیچ مشاور حقوقی و حتی توانایی مالی لازم را هم ندارند که بخواهند هزینه‌های ساعتی مشاور را پرداخت کنند. این می‌تواند یکی از خدماتی باشد که ازسوی معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری به شرکت‌های استارت‌آپی تخصیص می‌یابد یا حتی از سوی وزارت کار یا صنعت، معدن و تجارت. برگزاری دوره‌های مختلف از جمله دوره‌های قراردادنویسی‌نیز می‌تواند به‌شدت به‌کار استارت‌آپ‌ها بیاید. البته ناگفته نماند که رهبران استارت‌آپ‌ها و تیم‌های استارت‌آپی نمی‌توانند در ابتدای مسیرشان چنین هزینه‌هایی را متقبل شوند، به‌همین‌دلیل این خدمات باید ازسوی نهادهای بالادستی با هزینه‌های اندک و در برخی موارد به‌صورت رایگان در اختیار استارت‌آپ‌ها قرار داده شود.

یک قاعده کلی در استارت‌آپ‌ها و محصولات استارت‌آپی در کل دنیا رعایت می‌شود و آن این است که استارت‌آپ‌ها باید در زمان خود به بازار ورود کنند و اگر در زمان و مکان نامناسبی اقدام کنند، نمی‌توانند محصولات خود را به‌فروش برسانند. زمانی که یک استارت‌آپ می‌خواهد به یک جامعه خدمتی ارائه دهد، باید متناسب با نیاز بازار و آن جامعه باشد و اگر زودتر این خدمات ارائه شود، با شکست و فروپاشی مواجه می‌شود؛ به‌عبارت دیگر، تولید محصول و خدمت باید در زمان و مکان خود اتفاق بیفتد. در واقع، زمان ورود یک استارت‌آپ به بازار جزو مولفه‌های مهم است. استارت‌آپی که زودهنگام وارد بازار می‌شود، باید توان مقابله با قدرت‌های دولتی و شخصی را داشته باشد.

در مجموع می‌توان اقتصاد دیجیتال را اقتصادی معرفی کرد که ایجاد ارزش در آن مبتنی بر فناوری‌های دیجیتال و ستون فقرات آن، ارتباطاتی به‌منظور ساخت اکوسیستمی بین مردم، سازمان‌ها و زیرساخت‌های فناورانه است. بهتر است برای درک بهتر مفهوم اقتصاد دیجیتال نگاهی به ۵ شرکت برتر لیست فورچون در سال ۲۰۱۸ بیندازیم.

جالب است! هر ۵ شرکت فعال در حوزه فناوری اطلاعات هستند و خبری از غول‌های نفتی، خودروسازی، صنعت غذا و بانکداری نیست، در حالی که حدود ۴۰ سال پیش داستان کاملا متفاوت بود. شاید برای‌تان جالب باشد که سهام شرکت اپل، هم‌اکنون ارزشی چندین برابر ارزش کل بورس برخی کشورها از جمله کشور ما دارد! یک شرکت در مقابل چندین کشور! با همه این اوصاف باید پذیرفت که دنیا وارد اقتصادی جدید شده با نام اقتصاد دیجیتال؛ اقتصادی که در آن هسته ارزش‌آفرینی مبتنی بر فناوری‌های دیجیتال است.

این اقتصاد ویژگی‌هایی دارد که آن را با نسل‌های قبلی‌اش متفاوت می‌سازد، اما ایران کجای داستان دیجیتالی کردن اقتصادش است؟ اقتصادی که سال‌ها است ازسوی مسئولان عالی‌رتبه صحبت از بیماری آن و الزام به جراحی‌اش می‌شود.

دریچه

چالش حفظ امنیت سایبری

امنیت سایبری (Cyber Security) برابر است با برنامه‌ریزی و اقدام برای حفاظت سیستم‌ها، شبکه‌ها، دیتابیس‌ها و برنامه‌ها در برابر حملات دیجیتال و سازماندهی یک استراتژی دفاعی علیه مجرمان اینترنتی و اقدامات مخرب آنها. حملات سایبری معمولا به‌منظور دستیابی، تغییر و از بین بردن اطلاعات حساس، اخاذی و دزدی پول از کاربران یا متوقف کردن فرآیندهای معمول کاری انجام می‌شود. یک رویکرد امنیت سایبری موفق، دارای چندین لایه حفاظت در سراسر کامپیوترها، شبکه‌ها، برنامه‌ها یا دیتابیس‌هایی است که شخص قصد دارد از آنها حفاظت کند.

انواع امنیت سایبری

امنیت زیرساخت‌های حیاتی: تامین امنیت سایبری زیرساخت‌های حیاتی به‌معنای محافظت از شبکه‌های ارتباطی، شبکه انتقال انرژی، تصفیه آب، چراغ‌های راهنمایی، پایانه‌های فروش و مراکز بهداشتی است. این مراکز ممکن است به‌طور مستقیم با حمله‌های سایبری مرتبط نباشند، اما می‌توانند به‌عنوان بستری برای ورود بدافزارها به نقاط پایانی سامانه‌هایی که به آنها متصل می‌شوند استفاده شوند.

امنیت اپلیکیشن: امنیت اپلیکیشن روی نگهداری نرم‌افزار و دستگاه‌ها تمرکز دارد. قبل از پیاده‌سازی دستگاه یا برنامه باید زمینه امنیت آن را تامین کرد.

امنیت اطلاعاتی: از یکپارچگی و حریم خصوصی دیتا محافظت می‌کند. این کار هم در رسانه ذخیره‌سازی و هم هنگام انتقال اطلاعات انجام می‌شود.

امنیت عملیاتی: شامل فرآیندها و تصمیماتی است که برای کنترل و حفاظت از دیتا انجام می‌شود. مثلا Permissionهای کاربر هنگام دسترسی به شبکه یا فرآیندهایی که مشخص می‌کنند اطلاعات چه موقع و کجا ممکن است ذخیره یا به اشتراک گذاشته شوند.

آموزش کاربر: به موارد غیرقابل پیش‌بینی امنیت سایبری اشاره می‌کند؛ یعنی افراد. هر کسی ممکن است به‌طور تصادفی ویروسی وارد سیستم امنیتی کند. آموزش کاربر برای حذف پیوست‌های مشکوک در ایمیل، وصل نشدن به USBهای ناشناس و دیگر موارد مهمی که حیاتی است باید جزو برنامه امینت سازمانی هر شرکتی باشد.

موارد ذکرشده تنها چند مورد از انواع امنیت سایبری است و تمامی آنان را شامل نمی‌شود.

انواع تهدیدهای امنیت سایبری

بدافزارها (Malware): نوعی نرم‌افزار مخرب هستند که در آنها می‌توان از هر فایل یا برنامه‌ای برای آسیب رساندن به کاربر رایانه مانند کرم‌ها، ویروس‌های رایانه‌ای، Trojanها و نرم‌افزارهای جاسوسی (Spyware) استفاده کرد.

باج‌افزارها (Ransomware): نوعی بدافزار است که شامل یک مهاجم است که فایل‌های سیستم رایانه قربانی را قفل می‌کند. این کار معمولا از طریق رمزگذاری صورت می‌گیرد و خواستار پرداخت پول برای رمزگشایی و باز کردن قفل آنها است.

مهندسی اجتماعی (Social Engineering): سوءاستفاده زیرکانه از تمایل طبیعی انسان به اعتماد کردن است که به کمک مجموعه‌ای از تکنیک‌ها، فرد را به فاش کردن اطلاعات یا انجام کارهایی خاص متقاعد می‌کند. مهاجم به‌جای استفاده از روش‌های معمول و مستقیم نفوذ و جمع‌آوری اطلاعات و عبور از firewall برای دسترسی به سیستم‌های سازمان و پایگاه داده‌های آن، از مسیر انسان‌هایی که به این اطلاعات دسترسی دارند و با استفاده از تکنیک‌هایی برای فریب دادن آنها، اقدام به جمع‌آوری اطلاعات در راستای دستیابی به خواسته‌های خود می‌کند.

فیشینگ (Phishing): نوعی کلاهبرداری است و در آن ایمیل‌های جعلی ارسال می‌شود که شبیه ایمیل از منابع معتبر است. با این حال، هدف از این ایمیل‌ها سرقت داده‌های حساس مانند کارت اعتباری یا اطلاعات ورود به سیستم است.

حملات زنجیره تامین: حملات زنجیره تامین ارتباط یک سازمان با اشخاص خارجی را Exploit می‌کند. مهاجمان می‌توانند با روش‌های زیر از روابط مورداعتماد سوءاستفاده کنند:

دسترسی Third-Party: شرکت‌ها معمولا به Vendor ها، تامین‌کنندگان و افراد خارجی دیگر این امکان را می‌دهند که به محیط‌ها و سیستم‌های IT خود دسترسی داشته باشند. اگر یک مهاجم بتواند به شبکه یک شریک معتمد دسترسی پیدا کند، خواهد توانست دسترسی قانونی آن شریک را به سیستم‌های شرکت Exploit کند.

نرم‌افزار خارجی مورداعتماد: تمام شرکت‌ها از نرم‌افزارهای Third-Party استفاده می‌کنند و در شبکه‌های خود اجازه استفاده از آن را می‌دهند. مانند هک در SolarWinds؛ اگر مهاجمی بتواند کد مخرب یا یک بروزرسانی را درون نرم‌افزار Third-Party قرار دهد، آن کد مخرب ممکن است در محیط سازمان مورد اعتماد باشد و دسترسی به داده‌های حساس و سیستم‌های حیاتی را فراهم کند.

کد Third-Party: تمام برنامه‌های کاربردی کدها و متن‌باز را مورداستفاده قرار می‌دهند. این کد خارجی ممکن است شامل آسیب‌پذیری‌هایی مثل Log4j یا عملکرد مخربی با امکان Exploit شدن باشد که مهاجم آن را وارد کرده است. اگر برنامه‌های کاربردی یک سازمان به کدهای مخرب یا آسیب‌پذیر اتکا کنند، ممکن است در معرض حمله یا سوءاستفاده قرار بگیرند.

حملات Distributed DoS یا DDoS: در یک حمله DDoS چندین دستگاه درخواست‌های Spam زیادی را به یک سرویس ارسال می‌کنند. از آنجایی که یک برنامه کاربردی، سیستمی که آن را Host می‌کند و اتصالات شبکه آن همگی پهنای باند محدودی دارند، مهاجم می‌تواند از این آستانه‌ها عبور و سرویس را برای کاربران قانونی از دسترس خارج کند.

حملات Ransom DoS یا RDoS: در یک حمله RDoS، مهاجم درخواست باج می‌کند تا حمله DDoS را در مقابل سازمان انجام ندهد یا یک حمله DDoS در حال انجام را متوقف کند. این حملات ممکن است کمپین‌های مستقلی باشند یا با حملات باج‌افزاری ترکیب شوند تا مهاجم، اهرم بیشتری برای باج‌گیری از قربانی داشته باشد.

Exploitهای آسیب‌پذیری: ممکن است برنامه‌های کاربردی خطاهایی منطقی مثل آسیب‌پذیری Buffer Overflow داشته باشند و در صورت Exploit شدن، این امر می‌تواند موجب از کار افتادن آنها شود. اگر یک مهاجم این آسیب‌پذیری‌ها را Exploit کند، می‌تواند یک حمله DoS را در مقابل خدمات آسیب‌پذیر انجام دهد.

تاریخچه اتصال ایران به شبکه جهانی اینترنت

از «بیت‌نت» تا «اینترنت»



گروه گزارش
editor@smtnews.ir

اینترنت ۳۳ سال پیش وارد ایران شد، ۲۸ سال قبل در دسترس عموم قرار گرفت و در دهه‌های بعد گسترش پیدا کرد. اینترنت این مسیر را با فرازوفرودهای بسیار طی کرده و حالا فراگیر شدن آن در آستانه ۳۰سالگی قرار دارد.

اینترنت که در ابتدای ورود به ایران بیت‌نت خوانده می‌شد، در سال ۱۳۶۸ توسط مرکز تحقیقات فیزیک نظری و ریاضیات وارد کشور شد. ۳ سال بعد با تبادل داده‌هایی ازطریق پروتکل NJE بین ایران و اتریش، کشورمان نخستین اتصال به شبکه جهانی را تجربه کرد. یک سال بعد از آن بود که پروتکل IP/TCP در ایران راه افتاد. این پروتکل به‌عنوان یک زبان مشترک برای ارتباط میان کامپیوترها استفاده می‌شود و امکان اتصال آنها به یکدیگر را فراهم می‌کند.

ضریب نفوذ اینترنت در ایران

آنچه که امروز به‌نام اینترنت می‌شناسیم و بخش لاینفک زندگی‌مان شده، در اوایل دهه ۱۹۶۰ میلادی و دوران جنگ سرد، توسط یکی از دانشمندان علوم کامپیوتر دانشگاه MIT به‌نام جوزف کارل رابنت لیکلایدر ساخته و ابداع شد. شبکه فراکهکشانی که لیکلایدر ابداع کرده بود به مرور زمان و با تلاش دانشمندان دیگری پیشرفت کرد تا اینکه نمونه اولیه اینترنت با نام آرپانت توسط وزارت دفاع ایالات متحده عملیاتی شد و به کمک آن در اواخر دهه ۶۰ میلادی چندین کامپیوتر در یک شبکه به یکدیگر متصل شدند. تمام دهه ۷۰ و ۸۰ میلادی صرف بهبود و ارتقای این ابداع جدید شد تا بتواند رشد کند و در جهان فراگیر شود. این تلاش‌ها در سال ۱۹۹۰ به بار نشست و با اختراع وب توسط تیم برنزلی اینترنت به‌صورت گسترده‌تری در دسترس مردم در سراسر جهان قرار گرفت. البته این دسترسی یکسان نبود؛ کشورهای پیشرفته‌تر زودتر به اینترنت متصل شدند و امکانات بیشتری برای استفاده از آن داشتند.

طبق آخرین گزارش Datareportal تا آوریل ۲۰۲۲، حدود ۶۳ درصد مردم جهان به اینترنت دسترسی پیدا کرده‌اند و بدین‌ترتیب، تاکنون ۵ میلیارد نفر از مردم دنیا به جهان آنلاین دسترسی دارند. در ایران نیز طبق آمار سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، تا پایان سال ۱۴۰۰، تعداد مشترکان اینترنت پهن‌باند به بیش از ۱۰۶ میلیون رسیده که از این میان بیش از ۹۵ میلیون مشترک اینترنت سیار و حدود ۱۱ میلیون نیز مشترک اینترنت ثابت هستند. ضریب نفوذ اینترنت در ایران تا پایان سال ۱۴۰۰ نیز ۱۲۷ درصد برآورد شده است.

دهه ۷۰؛ سلام ایران به شبکه جهانی اینترنت

تا سال ۱۳۷۱ فقط چند دانشگاه کشور از جمله دانشگاه صنعتی شریف به اینترنت دسترسی داشتند و ظرفیت‌های لازم برای دسترسی گسترده به شبکه جهانی اینترنت برای عموم جامعه فراهم نبود. در سال ۱۳۷۲، ظرفیت اتصال ایران به اینترنت ۹.۸ کیلوبیت بر ثانیه بود که برای ردوبدل کردن ایمیل کافی بود، اما هنوز سرویس‌های وب و فایل‌های گرافیکی در اینترنت ایران ارائه نمی‌شد.

سال ۱۳۷۳ برای اینترنت ایران سال مهمی بود. در ابتدای این سال دامنه دات‌آی‌آر برای ایران ثبت شد و بدین‌ترتیب سایت‌های ایرانی آدرس اختصاصی خود را پیدا کردند. پس از آن، نخستین شرکت خصوصی ارائه‌دهنده اینترنت نیز در کشور راه افتاد. این موسسه که «ندارایانه» نام داشت برای نخستین بار سرویس اینترنت Dial-up را در کشور ارائه کرد و علاوه بر آن، نخستین وب‌سایت ایرانی نیز به نام این شرکت راه‌اندازی شد.

یک سال بعد شرکت امور ارتباطات دیتا به‌دستور مجلس و تحت نظر شرکت مخابرات ایران تاسیس و مسئولیت توسعه خدمات دیتا به‌صورت انحصاری به آن واگذار شد. تا پایان سال ۱۳۷۹ ایران تنها ۴۱۸ هزار کاربر اینترنت داشت، اما با آغاز دهه ۸۰ توسعه زیرساخت‌های شبکه استفاده از اینترنت شدت و سرعت گرفت و به مرور زمان تعداد کاربران آن نیز افزایش پیدا کرد.

شروع فیلترینگ در ایران

همزمان با افزایش تعداد کاربران اینترنت در کشور موضوع فیلترینگ نیز در ایران به‌صورت جدی مطرح و توسط مقامات کشور پیگیری شد. در سال ۱۳۸۰ با صدور ابلاغیه «سیاست‌های کلی شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای» توسط رهبری، قانون‌گذاری درباره فیلترینگ در ایران آغاز شد. یک سال بعد، برای رسیدگی به وضعیت اینترنت در کشور، کمیته سه‌نفره‌ای متشکل از نمایندگان وزارت اطلاعات، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صداوسیما تشکیل شد.

این کمیته در آغاز فعالیت خود فهرستی از ۱۱۱ هزار سایت ممنوعه تهیه کرد و دستور مسدودسازی آنها را به شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات اینترنتی داد. در همان سال تعدادی از سایت‌ها نیز با دستور قوه قضاییه فیلتر شد. بدین‌ترتیب، اکنون ۲۰ سال از آغاز فیلترینگ و انسداد دسترسی به سایت‌ها یا برخی محتواهای اینترنتی در ایران می‌گذرد.

دهه ۸۰؛ ورود به شبکه‌های اجتماعی

از زمان ارائه سرویس اینترنت توسط موسسه ندا رایانه تا ۹ سال پس از آن، فقط اینترنت Dial-up در کشور وجود داشت؛ تا اینکه در سال ۱۳۸۲، وزارت پست و تلگراف و تلفن برای شرکت‌های مختلف سرویس‌دهنده اینترنت پروانه PAP ارائه اینترنت پرسرعت (ADSL) صادر کرد. در این زمان، حداقل هزینه اینترنت پرسرعت حدود ۵۰ هزار تومان بود که سرویس گرانی محسوب می‌شد و برای خانواده‌ها هزینه زیادی داشت. در دهه ۸۰ همزمان با اتصال تعداد بیشتری از ایرانی‌ها به اینترنت، شبکه‌های اجتماعی نیز رواج یافتند و کاربرانی در ایران پیدا کردند. هرچند جدی‌ترین تلاش‌ها برای راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی در جهان به اواخر دهه ۹۰ میلادی بازمی‌گردد، اما این رسانه نوین برای نخستین بار اواسط دهه ۲۰۰۰ میلادی (اواسط دهه ۸۰ شمسی) با ظهور فیس‌بوک در ایران معرفی شد و کاربرانی را جذب کرد.

دهه ۹۰؛ از گسترش پهنای باند تا ظهور پیام‌رسان‌ها

در دهه ۹۰، دسترسی مردم ایران به اینترنت رشد چشمگیری داشته است. طبق اعلام سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی ضریب نفوذ اینترنت پهن‌باند در کشور از ۷.۶ درصد در سال ۱۳۹۲ به ۱۲۷ درصد در پایان سال ۱۴۰۰ رسیده است. علاوه‌براین، تعداد اشتراک اینترنت پهن‌باند ثابت در کشور ۵۸ هزار مشترک در سال ۱۳۹۲ بود که این عدد در سال ۱۴۰۰ به بیش از ۹ میلیون رسیده است. تعداد مشترکان اینترنت پهن‌باند سیار نیز در سال ۱۴۰۰ به بیش از ۹۵ میلیون مشترک رسید؛ درحالی‌که تعداد این مشترکان در سال ۱۳۹۲ صفر بوده است.

دهه ۹۰ را باید عصر ظهور و رواج پیام‌رسان‌ها در ایران دانست. افزایش استفاده از گوشی‌های هوشمند در ایران در این دهه، باعث رونق گرفتن هرچه بیشتر بازار مسنجرها نیز شد. هرچند پیش از پیام‌رسان‌های مربوط به گوشی‌های هوشمند، یاهومسنجر و نیمباز به‌عنوان نخستین مسنجرها مورد استفاده قرار می‌گرفتند، اما ظهور و گسترش نفوذ گوشی‌های هوشمند تعداد پیام‌رسان‌ها و میزان استفاده از آنها را در سراسر جهان گسترش داد.

در همین دهه پیام‌رسان‌های موبایلی مثل وی‌چت، وایبر، لاین، واتساپ و... روی گوشی‌های کاربران ایرانی نصب می‌شدند و با قابلیت‌های متنوع خود امکانات جدیدی را برای برقراری ارتباط دردسترس کاربران قرار می‌دادند. هرچند در همان ابتدای دهه ۹۰ بعضی از این پیام‌رسان‌ها، از جمله وی‌چت و وایبر، فیلتر شده و دسترسی به آنها مسدود شد.

پیام‌رسان تلگرام که در سال ۲۰۱۳ نخستین نسخه عمومی آن منتشر شد، به‌سرعت نفوذ یافت و کاربران فراوانی را از سراسر جهان به خود جذب کرد.

این پیام‌رسان در ایران نیز طرفداران بسیاری پیدا کرد و قابلیت‌های مختلف آن، مانند امکان تشکیل گروه و کانال، باعث استقبال فراوان کاربران از آن شد. محبوبیت تلگرام در ایران به حدی رسید که در سال ۱۳۹۶، نزدیک ۶۰ درصد کاربران اینترنت در کشور از این پیام‌رسان استفاده می‌کردند.

در دی سال ۱۳۹۶ تلگرام فیلتر و بعد از گذشت ۲ هفته رفع فیلتر شد، اما این برداشته شدن محدودیت برای تلگرام عمر کوتاهی داشت و این پیام‌رسان در اردیبهشت ۱۳۹۷ برای همیشه فیلتر شد. فیلتر شدن تلگرام باعث کاهش تدریجی کاربران آن شد؛ البته بعدتر دامنه فیلترینگ به سایر شبکه‌های اجتماعی خارجی از جمله واتساپ و اینستاگرام هم رسید.

تولد پیام‌رسان‌های ایرانی

از اواسط دهه ۹۰ و پیش از فیلترینگ تلگرام، پیام‌رسان‌های بومی نیز در ایران ساخته و عرضه شدند. هرچند از ابتدای پیدایش این شبکه‌ها تا امروز تلاش‌های فراوانی برای جذب کاربران به این پیام‌رسان‌ها صورت گرفته، اما هنوز هم نمونه‌های خارجی این پیام‌رسان‌ها محبوبیت بیشتری در کشور دارند. گپ، آی‌گپ، سروش‌پلاس، ایتا، بله، روبیکا و... از جمله پیام‌رسان‌های داخلی هستند. جز پیام‌رسان‌ها، تلاش‌های دیگری نیز در راستای ایجاد پلتفرم‌های اینترنتی داخلی و بومی‌سازی شبکه در ایران انجام شده است. برای نخستین بار در سال ۱۳۸۴ بحث شبکه ملی اطلاعات مطرح شد تا زیرساختی برای ارتباطات در بستر فضای مجازی باشد که به کمک آن جست‌وجوها و درخواست‌های دسترسی داخلی برای کسب اطلاعات موجود در دیتاسنترهای داخلی از خارج از کشور مسیریابی نشود. همچنین با شبکه ملی اطلاعات امکان ایجاد اینترانت شبکه‌های خصوصی داخلی فراهم خواهد شد.

طرحی برای صیانت از حقوق کاربران!

سال ۱۴۰۱ در ایران با تلاش‌هایی در راستای اجرای طرح صیانت از حقوق کاربران آغاز شد؛ طرحی که از سال ۱۳۹۷ کلید خورد و تا سال ۱۴۰۰ و روی کار آمدن مجلس یازدهم پیگیری نشده بود.

مرداد ۱۳۹۹ نمایندگان مجلس یازدهم با نگاهی به طرح پیشین، طرح جدیدی تدوین کردند که البته موردمخالفت دولت وقت قرار گرفت.

بعد از انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۱۴۰۰ و روی کار آمدن دولت سیزدهم، مجلس بار دیگر بررسی طرحی برای ساماندهی وضعیت فضای مجازی را در دستور کار قرار داد. این طرح با نام «صیانت از حقوق کاربران در فضای مجازی و ساماندهی پیام‌رسان‌های اجتماعی» در تابستان ۱۳۹۹ تدوین شده بود که بنا بود در تیر ۱۴۰۰ به بررسی آن ذیل اصل ۸۵ رأی داده شود.

با انتشار محتوای این طرح، بسیاری از کارشناسان و کاربران به مخالفت با آن پرداخته و از مفاد آن انتقاد کردند. پس از آن، نمایندگان مجلس با تغییر نام و برخی مواد این طرح، این بار طرح «حمایت از حقوق کاربران و خدمات پایه کاربردی فضای مجازی» را جایگزین طرح صیانت کردند. این طرح همچنان ازسوی کارشناسان و فعالان حوزه فضای مجازی دارای ایراد و اشکال خوانده می‌شد، اما نمایندگان مجلس به‌دنبال اصل هشتادوپنجی شدن آن بودند تا بتوانند آن را خارج از صحن علنی مجلس به رأی بگذارند.

باوجود تمام مخالفت‌ها، ۶ مرداد ۱۴۰۰ نمایندگان مجلس به بررسی طرح یادشده ذیل اصل ۸۵ قانون اساسی رأی دادند. بااین‌حال، مخالفت‌ها با این طرح همچنان ادامه داشت و حتی برخی از نمایندگان مجلس خواستار لغو اصل هشتادوپنجی شدن این طرح شدند. پس از آن، کمیسیونی مشترک با حضور نمایندگان کمیسیون‌های مختلف مجلس تشکیل شد تا به بررسی این طرح بپردازد. در نهایت، مرکز پژوهش‌های مجلس با بررسی طرح و شنیدن نظرات مختلف درباره آن، اعلام کرد طرح مغایر با قانون اساسی و بررسی آن نیازمند زمان بیشتری است.

موضوع تصویب طرح صیانت در مجلس چند ماه ادامه داشت و باوجود عدم اتفاق‌نظر درباره بررسی و تصویب آن، در نهایت موافقان این طرح در تاریخ ۴ اسفند ۱۴۰۰ در جلسه کمیسیون مشترک با رأی ۱۸ نفر از اعضا کلیات طرح را تصویب کردند. با این حال، معاونت قوانین مجلس این رأی‌گیری را دارای ایرادات فنی و قانونی خواند و نمایندگان مجلس هم با امضای نامه‌ای به هیات‌رئیسه مجلس، خواستار لغو بررسی طرح صیانت در کمیسیون مشترک و بازگشت آن به صحن علنی مجلس شدند.

از آن زمان هرچند خبری از لغو این طرح نشده، اما پیگیری رسمی دیگری توسط نمایندگان مجلس نیز صورت نگرفته است. بااین‌حال، در سال ۱۴۰۱ مشکلات و اختلالات در دسترسی به اینترنت همچنان وجود دارد. اوایل تیر امسال کارشناسان و کاربران از اختلالات گسترده در سرویس‌های رمزنگاری‌شده خبر دادند و وزارت ارتباطات نیز اعلام کرد جلوی فروش VPNها گرفته شده است. بااین‌حال، عده‌ای از فعالان و کارشناسان علت این اختلالات را تغییر در سیستم فیلترینگ کشور می‌دانند.

ایجاد میزهای تجاری برای توسعه صادرات ضروری است

تسهیل مبادلات بین‌المللی در تبریز

گروه استان‌ها
editor@smtnews.ir


عکس: صمت

میزهای تجاری با هدف شناسایی گره‌های موجود در حوزه تجارت و مشکلات تجار و بازرگانان داخلی برای مبادلات اقتصادی با کشورهای خارجی در حوزه‌های کالایی، خدماتی و صادراتی، ایجاد هماهنگی میان نهادهای خدمات دهنده در حوزه صادرات، ارائه پیشنهادات برای اصلاح ساختارهای فرآیند کالا و خدمات و تسهیل حضور تجار در بازارهای هدف و انتقال مشکلات موجود به نهادهای تصمیم گیرنده راه‌اندازی شده است. البته توسعه تجارت با همسایگان و کشورهای منطقه از اولویت‌های دولت سیزدهم بوده و رئیس‌جمهوری بارها با تاکید بر توسعه تجارت با همسایگان همواره خواستار ایجاد دیپلماسی اقتصادی مناسب برای افزایش مبادلات با ۱۵ کشور هم مرز با ایران شده است.

اتاق بازرگانی تبریز با بهره‌گیری از توان بخش دولتی و خصوصی و راه‌اندازی ۶ میز تجاری با کشورهای منطقه شامل روسیه، قزاقستان، ارمنستان، گرجستان، جمهوری آذربایجان و عراق و تلاش برای راه‌اندازی میز تجاری ترکیه به دنبال احصاء مشکلات تجار برای مبادلات اقتصادی و تجاری با این کشورها و تسهیل شرایط صادرات و واردات است.

توسعه صادرات غیرنفتی

سرپرست اداره کل صنعت، معدن و تجارت آذربایجان‌شرقی با اشاره به اهمیت و ضرورت ایجاد میزهای تجاری برای توسعه صادرات غیرنفتی با کشورهای هدف صادراتی، گفت: ایجاد میزهای تجاری باید هدفمند و با برنامه انجام شود تا علاوه بر شروع قدرتمند، نتایج مطلوب و تاثیرگذاری در این حوزه حاصل شود.

محمدجعفر عظمائی، افزود: ایجاد میزهای تجاری در رفع مشکلات مبادلات اقتصادی با کشورهای منطقه در حوزه‌های کالایی، خدماتی و صادراتی موجب تسهیل امور برای مراودات اقتصادی به این کشورها می‌شود. ایجاد میزهای تجاری در رفع مشکلات مبادلات اقتصادی با کشورهای منطقه در حوزه‌های کالایی، خدماتی و صادراتی موجب تسهیل امور برای مراودات اقتصادی به این کشورها می‌شود.

وی با بیان اینکه ایجاد میزهای تجاری در پذیرش و اعزام هیات‌های تجاری در استان نیز موثر است، اظهار کرد: اعزام و پذیرش هیات‌های تجاری و شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی و انعکاس این مسائل برای بهره‌برداری افراد ذینفع می‌تواند تاثیر ویژه‌ای در توسعه صادرات و مبادلات تجاری ایفا کند. سرپرست اداره کل صنعت، معدن و تجارت آذربایجان‌شرقی با اشاره به اینکه اتاق بازرگانی تبریز نقش ویژه‌ای در افزایش برنامه‌های پذیرش و اعزام هیات‌های تجاری دارد، می‌گوید: توسعه مراودات اقتصادی با کشورهای منطقه و صادرات غیرنفتی از سوی وزارت صمت به صورت جدی پیگیری می‌شود و آماده همکاری برای رفع مشکلات موجود در حوزه صادرات و تسهیل امور است.

عظمائی، با تاکید بر همکاری این اداره کل با میزهای تجاری کشورهای منطقه برای رفع مشکلات تجار و بازرگانان استان، ادامه می‌دهد: همکاران اداره کل صمت استان همواره پای کار هستند تا موانع و مشکلات بخش تجارت و صادرات غیرنفتی را رفع کنند.

میزهای تجاری موجب تسهیل مراودات تجاری با کشورهای هدف صادراتی و رونق اقتصادی آذربایجان شرقی می‌شود.

استقرار دبیرخانه میزهای تجاری

در ادامه مسئول امور بین‌الملل اتاق بازرگانی تبریز نیز با بیان اینکه دبیرخانه میزهای تجاری در این اتاق مستقر شده است، گفت: تلاش برای شناسایی دغدغه‌ها و چالش‌های مرتبط با حوزه تجارت با کشورهای هدف از طریق برگزاری جلسات، هدف عمده ایجاد میزهای تجاری است. سهند شهبازی با اشاره به راه‌اندازی میزهای تجاری کشورهای فدراسیون روسیه، قزاقستان، گرجستان، جمهوری آذربایجان، ارمنستان و عراق در اتاق تبریز، می‌افزاید: تلاش می‌شود در هفته آینده نیز میز تجاری ترکیه نیز راه‌اندازی شود. وی مهم‌ترین هدف ایجاد میزهای تجاری را ساماندهی و ضابطه مندی فرآیندهای مربوط به کشورهای هدف صادراتی اعلام کرده و اظهار می‌کند: شناسایی و بررسی مسائل و مشکلات تجارت با کشورهای هدف، ایجاد زمینه همکاری دستگاه‌های متولی با تجار و بازرگانان استان و انتقال آمار و اطلاعات صادراتی و وارداتی، تعرفه‌های واردات و صادرات و قوانین جدید به اعضا از دیگر اهداف ایجاد میزهای تجاری است. شهبازی، با اشاره به تاثیرگذاری ایجاد این میزها در رونق اقتصادی استان، ادامه می‌دهد: با تشکیل میز روسیه هیاتی از تجار و بازرگانان استان به روسیه و تاتارستان اعزام شدند و با برگزاری ملاقات‌های تجاری با تجار و بازرگانان آنها، مراودات اقتصادی با این کشور را توسعه دادند. وی یادآوری کرد: با ایجاد میزهای قزاقستان و ارمنستان، زمینه حضور و شرکت تجار آذربایجان شرقی در نمایشگاه‌های این کشور فراهم شد و در این نمایشگاه‌ها قراردادهای تجاری با تجار این کشورها به امضا رسید. شهبازی افزود: میز تجاری گرجستان زمینه را برای رفع محدودیت صادرات برخی کالاها از جمله فولاد به این کشور رفع کرد و میز تجاری جمهوری آذربایجان نیز به دنبال برقراری ارتباطات زمینی تجار با این کشور است.

لزوم همکاری بخش خصوصی و دولتی

مدیرکل دفتر هماهنگی امور اقتصادی استانداری آذربایجان‌شرقی نیز با تاکید بر اینکه تشکیل میزهای تجاری نقش قابل توجهی در شناسایی و رفع مشکلات تجارت با کشورهای مختلف دارد، می‌گوید: بخش خصوصی و دولتی با حضور در میزهای تجاری برای هموار کردن مسیر تجارت استان با سایر کشورها با هم همکاری می‌کنند.

طاهر روحی، با اشاره به تجربه موفق تشکیل میزهای تجاری در استان، می‌افزاید: میزهای تجاری با ایفای نقش موثر در زمینه افزایش مبادلات تجاری و رفع دغدغه‌های تجار می‌توانند موجب رونق اقتصادی استان شوند. میزهای تجاری با ایفای نقش موثر در زمینه افزایش مبادلات تجاری و رفع دغدغه‌های تجار می‌توانند موجب رونق اقتصادی استان شوند. وی اظهار می‌کند: در این میزها مشکلات موجود بر سر راه مبادلات تجاری با کشورهای هدف صادراتی احصا و پیشنهادات لازم برای رفع آنها به دستگاه‌های متولی ارائه می‌شود. روحی، ادامه می‌دهد: برخی از موانع و مشکلات، استانی بوده و از سوی مدیران دستگاه‌های استانی قابل حل است و برخی کشوری و پاره‌ای از مشکلات به کشور مقصد مربوط می‌شود که برای رفع آنها نیز رایزنی‌های لازم با مراجع مربوط انجام می‌شود.

توسعه تجارت با همسایگان

رئیس اداره بازرگانی خارجی اداره کل صنعت، معدن و تجارت آذربایجان‌شرقی نیز با بیان اینکه سیاست دولت و سازمان توسعه تجارت ایران، توسعه تجارت با کشورهای همسایه است، می‌گوید: ایجاد میزهای تجاری در این زمینه از نقش بسزایی برخوردار هستند.

محمد هنربر، با اشاره به علاقه‌مندی سازمان توسعه تجارت به تشکیل جلسات میزهای تجاری به صورت ملی با حضور مسوولان کشوری در استان‌ها، می‌افزاید: ظرفیت خوبی در میزهای تجاری بین آذربایجان‌شرقی با کشورهای هدف صادراتی روسیه، ارمنستان و ترکیه وجود دارد، بنابراین باید روی این سه کشور تمرکز بیشتری شود.

ظرفیت خوبی در میزهای تجاری بین آذربایجان‌شرقی با کشورهای هدف صادراتی روسیه، ارمنستان و ترکیه وجود دارد، بنابراین باید روی این سه کشور تمرکز بیشتری شود. وی با اشاره به رشد ۲۶۶ درصدی صادرات از مقصد آذربایجان‌شرقی به روسیه در ۵ماه نخست امسال، اظهار می‌کند: روسیه جزو کشورهایی است که مراودات تجاری با این کشور دوسویه بوده و صادرات و واردات با آن انجام می‌شود. رئیس اداره بازرگانی خارجی اداره کل صنعت معدن و تجارت آذربایجان‌شرقی، با بیان اینکه میزتجاری ترکیه نیز در آینده نزدیک تشکیل می‌شود، می‌گوید: ایجاد این میز تاثیر خود را در مراودات اقتصادی بین ۲ کشور خواهد گذاشت.

هنربر، با اشاره به فعالیت میز تجاری ارمنستان در اتاق بازرگانی تبریز می‌گوید: با توجه به عضویت ارمنستان در اتحادیه اقتصادی اوراسیا، ایران نیز دارای موافقتنامه تجارت ترجیحی با این اتحادیه است و در صورت تبدیل این موافقتنامه به موافقتنامه تجارت آزاد، بسیاری از چالش‌های تجارت با این کشور رفع می‌شود.

وی با تاکید بر اینکه آذربایجان شرقی ظرفیت بالایی برای صادرات کالا به ارمنستان دارد، یادآوری می‌کند: در پنج ماه نخست امسال مجموع مبادلات تجاری بین ایران و ارمنستان ۱۵۸ میلیون دلار بوده که سهم آذربایجان شرقی از آن ۷۸ میلیون دلار است.

میز تجاری جمهوری آذربایجان

رئیس کمیسیون صادرات و مدیریت واردات اتاق تبریز نیز یکی از مشکلات تبادلات تجاری با جمهوری آذربایجان را حمل‌ونقل زمینی اعلام کرده و می‌گوید: حمل‌ونقل در کشور ما راننده محور بوده و شرکت محور نیست، به همین دلیل در زمینه حمل بار با بی‌برنامگی و رفتارهای سلیقه‌ای مواجه هستیم و میز تجاری جمهوری آذربایجان به دنبال رفع این مشکل است.

سیدیوسف حسینی، می‌افزاید: تعرفه‌های ترجیحی از دیگر عوامل تاثیرگذار در تجارت با این کشور بوده تفاوت نرخ‌های تعرفه‌های گمرکی برای کالاهای ایرانی و کالاهای مشابه برخی کشورهای همسایه در جمهوری آذربایجان، امکان رقابت را از صادرکنندگان استان سلب می‌کند. وی با اشاره به محدودیت‌های موجود در گمرک آستارا، خواستار راه‌اندازی گمرک در مرز خداآفرین شده و اظهار می‌کند: با این اقدام مبادلات تجاری بین این استان و جمهوری آذربایجان تسریع و تسهیل می‌شود.

> میزهای تجاری باید هدفمند و با برنامه ایجاد شود تا علاوه بر شروع قدرتمند، نتایج مطلوب و تاثیرگذاری در این حوزه حاصل شود

> میزهای تجاری با ایفای نقش موثر در زمینه افزایش مبادلات تجاری و رفع دغدغه‌های تجار می‌توانند موجب رونق اقتصادی استان شوند

سخن پایانی

ایجاد میزهای تجاری با کشورهای مختلف منطقه در آذربایجان شرقی موجب تسهیل شرایط مبادلات تجاری و رفع موانع حوزه تجارت می‌شود، مبادلات اقتصادی و تجاری با کشورهای مختلف علاوه بر رونق اقتصادی نقش بسزایی در تامین کالاهای مورد نیاز کشورها و کاهش خطرپذیری و آسیب‌پذیری اقتصاد آنها دارد.

روی خط خبر

«افقی‌نو» راهی برای توسعه کارآفرینی در صنعت



مرکز نوآوری و کار آفرینی «افقی‌نو» در راستای توسعه اکوسیستم و تکمیل زیرساخت‌های نوآوری و کارآفرینی شرکت سنگ آهن مرکزی ایران در محل دانشگاه آزاد اسلامی بافق راه‌اندازی شده است. به گزارش خبرنگار صمت از یزد، مجتبی حمیدیان، مدیرعامل شرکت هدف از راه‌اندازی این مجموعه را توسعه فرهنگ کارآفرینی، آموزش و توسعه فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه نوجوانان و جوانان علاقمند به این حوزه دانست و گفت: «بافقی نو» با ایجاد یک فضای مناسب و درشان مردم شهرستان بافق سعی دارد تیم‌ها و هسته‌های اشتغال را شکل دهد.

به نقل از مرکز اطلاع رسانی شرکت سنگ آهن مرکزی ایران وی افزود: این مجموعه با کنار هم قراردادن خانه نخبگان، خانه خلاق، خانه صنعت و استارتاپ‌ها قصد دارد هم افزایی بیشتری بین کارآفرینان ایجاد کند و با ساماندهی فضای کارآفرینی و اشتغال شهرستان یکپارچگی در اقدامات و فعالیت‌های ارگان‌های متولی اشتغال ایجاد نماید.

حمیدیان با اشاره به دستاوردهای مرکز نوآوری و کارآفرینی بافقی نو گفت: راه‌اندازی یک واحد صنعتی و سه واحد کارگاهی، راه‌اندازی ۲۰ شغل خانگی، برگزاری دو دوره تربیت کارآفرین، جذب و حمایت از ایده‌های نوآورانه برخی از دستاوردهای این مرکز است.

مدیرعامل شرکت سنگ آهن مرکزی تصریح کرد: بافقی نو، دارای بخش‌های پشتیبانی مختلفی از جمله فضای کار اشتراکی، سالن جلسات و دورهمی، خانه رسانه و تولید محتوا، خانه بازی و سرگرمی، کافه و بخش اداری است. در این مرکز سعی شده محیطی دلنشین برای علاقمندان مهیا شود.

وی اظهارکرد: مرکز نوآوری و کارآفرینی بافقی نو محلی برای حضور جوانان جهت شرکت در فعالیت‌ها و رویدادهای کارآفرینی بوده و متعلق به همه شهروندان بافقی است.

وی در پایان گفت: فرصت را غنیمت شمرده و از همه علاقمندان و دوست داران کار آفرینی و نوآوری دعوت می‌کنم تا یاری گر این مجموعه برای رسیدن به اهداف و دستاوردهایی در راستای آبادانی هرچه بیشتر شهرستان بافق باشند.

خواهرخواندگی «اصفهان» و «کاپان» ارمنستان



بهروز راعی: شهردار اصفهان گفت: آمادگی همه‌جانبه شهرداری این استان را برای به اشتراک گذاشتن دانش فنی و تجارب خود با شهرداری «کاپان» ارمنستان و همچنین افزایش سطح ارتباطات در برگزاری رخدادهای فرهنگی و هنری اعلام می‌کنیم.

به گزارش خبرنگار صمت از استان اصفهان، علی قاسم‌زاده در نشستی با شهردار شهر «کاپان» کشور ارمنستان با اشاره به اعزام هیاتی به نمایندگی مدیر منطقه ۵ شهرداری اصفهان به‌منظور بررسی ظرفیت‌ها و امکان تبادلات فرهنگی به شهر کاپان در گذشته اظهار کرد: مدیریت شهری انگیزه زیادی برای کمک به مردم شهر کاپان دارد و سفر شهردار این شهر به اصفهان موجب می‌شود سطوح ارتباطات و تعاملات بین دو شهر بیشتر شود.

وی ادامه داد: موضوع خواهرخواندگی بین شهر کاپان و منطقه پنج شهرداری اصفهان که محل استقرار ارامنه در اصفهان است قبلا مطرح‌شده بود که امیدوارم به نتایج خوبی منتهی شود.

شهردار اصفهان خاطرنشان کرد: شهرداری اصفهان آمادگی همه‌جانبه خود را برای به اشتراک گذاشتن دانش فنی و تجارب خود به شهرداری کاپان و افزایش سطح ارتباطات در برگزاری رخدادهای فرهنگی و هنری اعلام می‌کند.

شهردار کاپان نیز در این دیدار اظهار کرد: خواهان ارتباطات عمیق‌تر، موثرتر و جدی‌تر با اصفهان هستیم. ارتباط نزدیک بین ایران و ارمنستان قدمتی طولانی دارد و درصدد هستیم همکاری نزدیکی بین دو شهر اصفهان و کاپان برقرار شود.

گئورک پارسیان همکاری و همفکری در سطوح مختلف با شهرداری اصفهان را از اهداف سفرش به اصفهان دانست و افزود: شهر کاپان ازنظر موقعیت استراتژیکی شهر مهمی است، چراکه در مسیر ارتباط زمینی شمال به جنوب قرار گرفته و مسیر ارتباطی دریای سیاه و کشورهای آسیایی از این شهر عبور می‌کند.او با بیان اینکه این دو شهر ظرفیت‌های زیادی برای مراودات اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، پزشکی، علمی و ورزشی دارند، گفت: برقراری همکاری نزدیک با شهرداری اصفهان، افزایش ارتباطات و تعاملات در سایه تصمیم‌های سرکنسولگری ایران در شهر کاپان و بالعکس نیز از موضوعات مطرح‌شده در این دیدار است.

به گفته او، افزایش تعامل هنرمندان دو شهر و برقراری پرواز مستقیم از شهر کاپان به اصفهان از دیگر زمینه‌های همکاری با شهر اصفهان خواهد بود.

ورود مازندران به خط کشتی‌سازی

سهم ناچیز ایران از کشتیرانی دریای خزر، مازندران را برآن داشت تا با ورود به صنعت کشتی‌سازی برای جبران این عقب ماندگی تلاش کند. استان مازندران که به دلیل نداشتن کشتی‌های کانتینری و تجاری همواره دستش در دریای خزر خالی و پیش دیگر استان‌ها و کشورها دراز بود اکنون به فکر کشتی‌سازی افتاد تا این عقب ماندگی دیرینه را جبران کند. غفلت از تقویت ناوگان دریایی در خزر در حالی است که کارخانه بزرگ کشتی‌سازی ایران در مازندران وجود دارد. با همت دولت سال گذشته قرارداد ساخت کشتی‌های تجاری و تفریحی شروع شد تا با تکمیل آن مازندران از این عقب ماندگی تاریخی رهایی یابد. نقش آفرینی مازندران در مسیر کریدور شمال - جنوب نیازمند تقویت ناوگان کشتیرانی در حوزه خزر است تا کالاها و تولیدات استان از طریق ناوگان دریایی به بازارهای مقصد برسد. به گزارش مهر حسن خیریان‌پور معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار مازندران در گفت‌وگو با خبرنگار مهر با بیان اینکه تقویت ناوگان کشتیرانی در دریای خزر جزو برنامه‌های راهبردی در استان است، گفت: در سال گذشته با بهره‌گیری از ناوگان کشتیرانی محموله صادراتی استان به کشورهای حاشیه خزر ارسال شده بود. وی افزود: امسال نیز با همکاری پایانه صادراتی روماک گستر و بندر امیرآباد محموله‌های صادراتی مرکبات با کشتی به کشورهای حاشیه و روسیه ارسال می‌شود. وی با اشاره به قرارداد ساخت کشتی گفت: با تلاش‌های دولت سیزدهم کشتی‌سازی در مازندران وارد فاز جدید شد تا از ظرفیت‌های مغفول مانده صنعت کشتی‌سازی در استان بهره‌گیری شود. خیریان پور گفت: این کارخانه در زمینه تعمیرات کشتی نیز فعالیت دارد و هم اکنون کشتی‌هایی از سوی کشورهای دیگر نیز برای تعمیر به کارخانه اعزام شده است.

ظرفیت ۱۰۰ هزار تنی کشتیرانی ایران در خزر

از سوی دیگر درحال‌حاضر ۱۴۰ فروند کشتی در دریای خزر تردد می‌کند که سهم ایران از آن ۲۶ فروند با ۱۰۰ هزار تن است واین ظرفیت در مقایسه با دریا و ناوگان جنوب ناچیز است.

علی تقی‌پور ریس اتاق بازرگانی مازندران با بیان اینکه ناوگان حمل‌ونقل دریایی از جمله نیازها برای توسعه تجارت به شمار می‌رود، گفت: درحال‌حاضر به دلیل مجهزنبودن این ناوگان محصولات استان از طریق مرزهای زمینی به دیگر کشورها می‌رود. وی در گفت‌وگو با مهر همسایگی مازندران با کشورهای حاشیه خزر و اوراسیا را فرصتی بی‌بدیل برای توسعه تجارت استان بیان کرد و گفت: برای حضور پررنگ در بازارهای منطقه نیازمند ناوگان ریلی و دریایی هستیم زیرا تجارت از طریق دریا ارزان‌تر و راحت‌تر است. وجود سه بندر فعال در استان مازندران نیز توسعه ناوگان حمل‌ونقل دریایی را برای تبادل تجارت با کشورهای حاشیه خزر الزامی می‌سازد و ورود سرمایه‌گذار بخش خصوصی برای کشتی‌سازی در استان مازندران نیاز اساسی است. استاندار مازندران در بازدید از کارخانه کشتی‌سازی صدرا آن را از افتخارات بزرگ دانشمند ایران دانست و افزود: برای نخستین بار ساخت چهار فروند شناور توسط سازمان کشتیرانی کشور سفارش داده شد که دو کشتی رو رو و دو کشتی ۳۵۰۰ تنی است.سید محمود حسینی پور با عنوان اینکه این کشتی‌ها با تجهیزات داخلی در حال ساخت است، افزود: این مجموعه یکی از بزرگترین صنایع دریایی کشور محسوب می‌شود و امیدواریم این مجموعه را به عنوان تنها مجموعه صنعت دریایی کریدور شمال جنوب قرار دهیم. وی با بیان اینکه نیازمندی‌های دریای خزر به تولید شناور جدی است، گفت: هر چه در این مجموعه سرمایه‌گذاری شود به نفع ماست و طرح توسعه‌ای دنبال می‌شود و مقرر شد طرح توسعه‌ای مجموعه آماده شود.

حسینی پور افزود: مجموعه ایران صدرا علاوه بر تولید شناور، به دلیل شرایط مناسب هزینه‌ای در حال بازسازی شناورهای روسی هستند.

استاندار مازندران گفت: به شدت نیازمند شناورهای متناسب با صادرات، کانتینر و یخچال دار هستیم و با توجه به چشم‌انداز توسعه تجارت دریایی مازندران با کشورهای همسایه، کارخانه کشتی‌سازی استراتژیک است.

نوبت دوم
شناسه ۱۵۸۳۸۷۵

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی ساختمانهای فاقد سند رسمی

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان جویبار

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۰۹/۲۰ و برابر **رای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۱۰۰۱۴۰۰۳۳۹۳- ۱۳۹۷/۰۶/۱۹** هیات مستقر در واحد ثبتی جویبار به کلاسه **پرونده شماره ۱۳۹۷۱۱۴۴۱۰۰۱۴۰۰۰۲۳۴** ماده یک قانون مذکور، تصرفات مالکانه بلامعارض **متقاضی حسین بهرام‌پور فرزند اسداله نسبت به شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۱۲۹۸/۲۶ مترمربع واقع در جویبار - سه‌راهی خدمات کشاورزی- به سمت پل شیب‌آبندان - سروکلا قسمتی از پلاک... فرعی از ۱۸- اصلی بخش هفت ثبت جویبار خریداری از حسن بهرام‌پور** محرز گردیده است.

لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۲ آیین‌نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق روزنامه محلی و کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتی‌که اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نماید در غیر این صورت اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می‌نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نمی‌باشد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۷/۲۲ — تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۸/۰۶

سقا قاسمی، رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان جویبار

شنبه
۶ آبان ۱۴۰۲- ۱۲ ربیع‌الثانی ۱۴۴۵ - ۲۸ اکتبر ۲۰۲۳- شماره ۲۴۳۳-پیاپی ۳۷۵۱

صمت
صنعت معدن تجارت

منشور اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در روزنامه صمت: www.smtnews.ir/about.html

صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی و مطبوعاتی «صمت»

مدیرمسئول: عاطفه خسروی

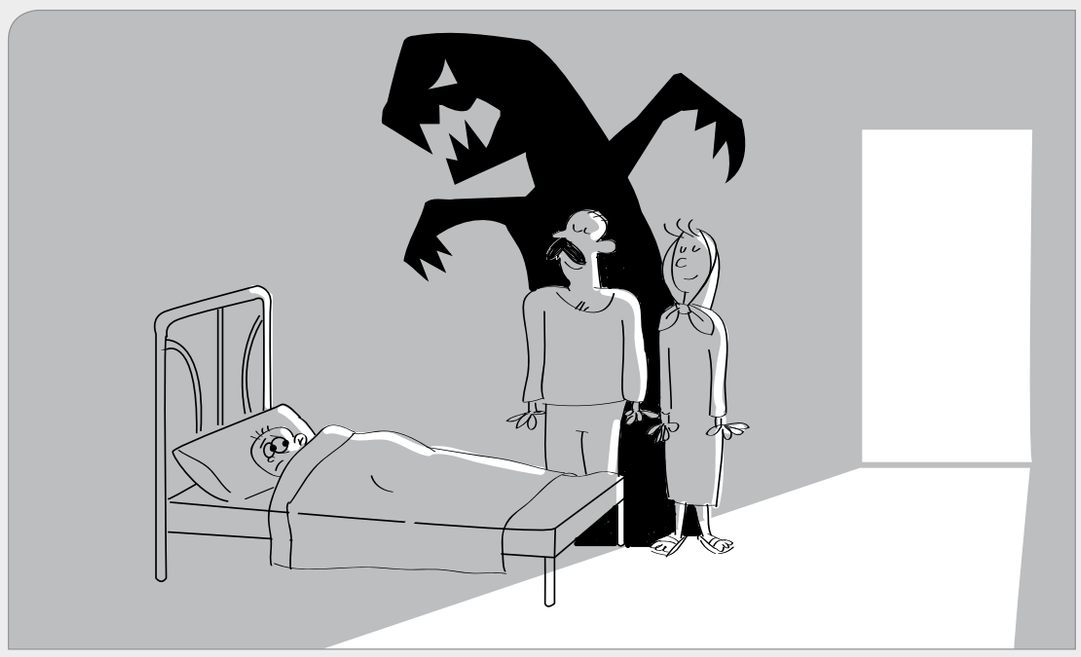
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۷۲۲۷۳۲ - ۰۹۹۹۱۹۵۷۶۱
ایمیل آگهی‌ها: ads.smtnews@gmil.com
تلفن: ۸۲۱۹۰ - نمابر:(داخلی-۱۰۴) پیامک: ۳۰۰۰۸۲۱۹۰
امور مشترکین: ۸۸۷۲۲۷۳۵ - روابط عمومی: ۸۸۱۰۵۳۰۹
توزیع و سازمان شهرستان‌ها: ۸۸۷۲۲۷۳۵
تهران، خیابان قائم‌مقام فراهانی - کوچه آزادگان شماره ۲۶ - کد پستی ۱۵۸۶۷۳۳۸۱۱
روابط عمومی: pr@smtnews.ir
امور استان‌ها: ostanha@smtnews.ir
چاپخانه: صمیم

www.smtnews.ir
telegram.me/smtnews
info@smtnews.ir
instagram.com/smtnewspaper
tozi.smtnews@gmail.com

روزنامه صمت با رتبه ۱
در میان روزنامه‌های تخصصی مقام ۱
در میان روزنامه‌های اقتصادی مقام ۲

عضو انجمن مدیران روزنامه‌های غیردولتی
عضو انجمن مدیران رسانه
عضو تعاونی مطبوعات

کارتون روز



بدون شرح

طرح: حسین علیزاده

یادداشت

استفاده بهینه از شبکه‌های اجتماعی



قربانعلی تنگ‌شیر
استاد دانشگاه

۱ _ آیا باید به درخواست فرزندان تلفن همراه، تبلت، کامپیوتر، یا بازی‌های رایانه‌ای برای آنها تهیه کرد؟

۲ _ آیا فرزندان اجازه استفاده از اینترنت و شبکه‌های مجازی را دارند؟ از چه سنی؟

۳ _ اگر پاسخ منفی است چگونه باید رفتار کرد. بازی‌های مناسب برای فرزندان کدامند و از کجا می‌توان اطلاعاتی در این زمینه کسب کرد؟ یا نحوه خرید نگهداری و مدیریت هر یک از این ابزارهای رسانه‌ای چگونه باید باشد؟ کاربردهای استفاده درست از رسانه‌ها کدامند؟

اینکه والدین پاسخی برای این پرسش‌ها ندارند، باعث ایجاد تنش‌هایی در نظام تربیتی خانواده و برخورد نادرست با فرزند می‌شود. در بعضی از این برخوردها، والدین احساس عجز و ناتوانی می‌کنند و خسته از تلاش برای مدیریت و تربیت فرزند، تن به خواسته‌های فرزندشان می‌دهند. در برخی از موارد نیز در مقابل خواست فرزندشان بدون داشتن پاسخ منطقی ایستادگی می‌کنند که ممکن است باعث پرخاشگری و ایجاد تنش بین فرزندان و والدین شود.

در هر دو حالت، نقش درست تربیتی والدین کم‌کم فراموش شده و به‌دنبال آن نوعی سرگشتگی در نظام خانواده حاکم می‌شود؛ این به معنای نقطه آغاز آسیب برای والدین و فرزندان است.

والدین باید به این نکته توجه ویژه داشته باشند که تربیت فرزندان فقط یک‌بار توسط آنها انجام می‌شود و راه بازگشت و تکراری ندارد.

آیا می‌شود فرزندان را طوری تربیت کرد که تحت‌تاثیر رسانه‌ها قرار نگیرند؟

مهم‌ترین مشکلات و نقش خانواده در این زمینه چیست؟

عدم‌اختصاص وقت مناسب برای تربیت فرزندان، نبود آگاهی والدین، فقدان برنامه‌ریزی، فقدان هماهنگی، عدم‌حمایت، فقدان فضای عاطفی مناسب، عدم‌قاطعیت والدین، فقدان اعتماد به نفس، نبود مدیریت و نظارت والدین، وجود چشم و هم‌چشمی، فقدان دوراندیشی(آینده‌نگری) نبود الگوی‌های رفتاری مناسب.

خود والدین بیشتر از فرزندان از رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و ابزارهایی مانند موبایل، ماهواره، تلویزیون آنچنان در ساختار خانواده ریشه دوانده که جایی برای مطالعه کتاب باقی نگذاشته است. یک ضرب‌المثل عربی می‌گوید: اگر پدر پیاز باشد و مادر سیر، چگونه می‌توان انتظار داشت فرزند آنها رایحه خوشی داشته باشد.

یادداشت

جدال صنعت و اینترنت



رضا آرباراد
کارشناس حوزه صنعت

تاثیر اینترنت بر کسب‌وکارهای صنعتی غیرقابل انکار است. به‌عنوان نمونه، وزارت صنعت، معدن و تجارت از ابتدای سال، شناسنامه‌دار کردن تمام قطعات وارداتی و تولید داخل را به‌طور جدی در دستور کار قرار داده است و بنابر این تصمیم، تمامی واردکنندگان و تولیدکنندگان قطعات یدکی خودرو موظف هستند برای ورود کالا به زنجیره تامین کشور، متناسب با مجوز فعالیت خود در سامانه جامع تجارت، نسبت به اخذ و نصب شناسه کد رهگیری اقدام کنند.

در یک دهه اخیر، ارتباطات مستقیم کاهش پیدا کرده و نقش فضای مجازی در زندگی روزمره پررنگ‌تر شده است. دسترسی‌ها، وسیع و آنی شده و به‌جای مراجعه حضوری، بخش زیادی از امور به شکل مجازی انجام می‌شود.

انجام اینترنتی امور، بار ترافیکی و هزینه‌های مالی و زمانی را کاهش داده است. در دو سال اخیر در دوران اپیدمی کرونا مزایای این بستر ملموس‌تر شد و بسیاری از افرادی که بیگانه با اپلیکیشن‌ها بودند، ناگزیر به استفاده از اپلیکیشن‌های خبری و خدماتی شدند؛ به‌گونه‌ای که تقاضا در جهان برای خرید لپ‌تاپ و کامپیوترهای خانگی بسیار افزایش یافت. همین امر باعث شد تیراژ تولید چیپ‌ست‌ها، پاسخگوی بازار تقاضا نبوده و صنعتگرانی مانند خودروسازان با مشکل مواجه شوند. به‌طوری‌که نرخ این قطعات در بازار جهانی ۲۰ برابر شد. این امر برای شرکت‌های خودروساز داخلی به‌دلیل تحریم مشکل‌سازتر بود.

بسترهای لازم در حوزه اینترنت در کشور فراهم نیست و برای کاهش واسطه‌گری، نظارت بیشتر بر چنین بسترهایی در صنعت مثلا خودروسازی لازم است تا التهاب بازار خودرو کاهش پیدا کند. اما اینکه آیا اینترنت کارآیی لازم را در حوزه فعالیت‌های صنعتی داشته و رضایت‌مندی کاربران فعال در صنعت را تامین کرده یا خیر، جای بحث بیشتری دارد. در حال‌حاضر، واحدهای صنعتی و حتی کارگاه‌های کوچک، انجام هر کاری نیاز به ورود به سامانه‌های گوناگون از وزارت صنعت، معدن و تجارت تا گمرکات دارند.

در عصر حاضر، بخش زیادی از بازار از شکل سنتی خارج شده و معاملات مجازی انجام می‌شود. در حوزه ثبت‌نام و فروش خودرو از طریق وب‌سایت‌های خودروسازان گلایه‌هایی به‌وجود آمد که به مرور از حجم این اشکالات کاسته شد.

مفقودی

برگ سبز سواری پژو ۴۰۵ خاکستری به شماره پلاک ۶۹ج۴۳۵ ایران ۳۱ و به شماره موتور ۱۲۴k۰۵۷۸۳۰۵ و به شماره شاسی NAAM۰۱CA۲ER۰۷۰۹۶۷ به نام مهرانه میر عباس مفقود گردیده و از اعتبار ساقط است.

خرم‌آباد

یاد بود

داستان سیاسی‌ترین رستوران ایران



در اوایل دهه ۱۳۳۰ شمسی در منطقه سبزه میدان تهران، یک چلوکبابی وجود داشت که نماد جنبش ملی و مرکز ارتباط اصناف و نیروهای سیاسی وقت بود.

این چلوکبابی را محمدحسن شمشیری دایر کرده بود که یکی از قدیمی‌ترین رستوران‌های شهر تهران به‌شمار می‌آید. کیفیت پخت غذاهای آن به حدی بود که مشتریان ساعت‌ها در صف می‌ماندند تا نوبت ورود آنها به داخل رستوران و صرف غذا برسد.

البته غذا خوردن در رستورانی که عکس بزرگی از مصدق، نخست‌وزیر محبوب بر دیوار آن نصب بود و دیدن مرد ملی‌گرا، میانسال، خوش‌رفتار، سبیلو، درشت‌هیکل و ثروتمندی که «قهرمان قرضه ملی» نام گرفته بود و مدام می‌گفت: «آرزو دارم یک روز آزادی ملت ایران را ببینم و بمیرم!» برای خیلی از جوانان اهل سیاست آن دوران، نوعی پز و تفاخر سیاسی هم محسوب می‌شد. محمدحسن شمشیری سواد خواندن و نوشتن نداشت و در کودکی شاگرد قهوه‌خانه حاج‌اسماعیل کریم‌آبادی بود که استادش به سیاست علاقه داشت. همین امر، زمینه‌ساز علاقه‌مندی محمدحسن به سیاست شد و در جوانی، برخی روزها برای شنیدن نطق نمایندگان و اخبار سیاسی کشور به مجلس می‌رفت. در همین زمان بود که از سخنان و عقاید ملی دکتر محمد مصدق خوشش آمد و در سلک هواداران او در آمد.

دوستی شمشیری و مصدق بالا گرفت به‌طوری که او رابط میان مصدق و اصناف تهران شد. با شروع جنبش ملی شدن نفت، شمشیری بازار تهران را در حمایت از مصدق بسیج کرد. تحریم فروش نفت ایران، دولت مصدق را در تنگنای مالی قرار داد و برای تامین هزینه‌های اداره مملکت، مجبور به فروش اوراق قرضه کرد، شمشیری در اقدامی جوانمردانه و وطن‌خواهانه ۳۰۰ هزار تومان از اوراق قرضه دولت را یکجا خرید و یک میلیون تومان هم در اختیار «بانک بیمه» قرار داد تا به افراد نیازمند و تحت‌فشار وام اعطا کند.

حسن شمشیری یکی از نیکوکاران بنام و اسوه سخاوتمندان عصر خودش بود. فرزندی نداشت و تمام ثروتی که با استکان‌شویی و ظرفشویی تهیه کرده بود را صرف آزادی و سربلندی ایران و رفع حوائج مردم گرفتار کشور کرد. برای آزادی بسیاری از زندانیان سیاسی وقت، وثیقه ملکی فراهم کرد، هزینه تحصیل تعدادی از دانشجویان بی‌بضاعت را تامین کرد و در مجموع یک‌سوم دارایی‌اش را وقف امور خیریه کرد.

در سال‌های بعد از کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲، این پیرمرد وطن‌دوست و نیک‌کردار ایرانی، به خاطر حمایت از مصدق، زیر فشارهای شدید امنیتی قرار گرفت. تعدادی از اوباش حکومتی به خانه و چلوکبابی شمشیری هجوم بردند. شیشه‌ها را شکستند و تابلوی آن را کندند تا نامی از شمشیری باقی نماند.

تمام تلاش حکومت این بود تا وادارش کند علیه مصدق چیزی بگوید. شمشیری در عوض، آیت‌الله کاشانی و تمام کسانی که به مصدق پشت کرده بودند را مورد سرزنش قرار داد و در جریان دفاعیاتش در دادگاه گفت: «... من با تمام وجود، عاشق این مردِ بزرگ و وطن‌پرست و مردم‌دوست هستم و جان و مالم فدای یک تار موی مصدق است...». او مدتی به جزیره خارک تبعید شد. در همان حال ناامید نشد؛ شروع به سوادآموزی کرد و برای مردم خارک کارآفرینی کرد و در سال ۱۳۴۰ درگذشت.

مرگ حاج حسن شمشیری آن‌هم ۸ سال بعد از تحقیرها و سرکوب‌های ناشی از کودتا، برای نیروهای سیاسی وطن‌دوست ایران و هر کسی که او را می‌شناخت، ناگوار و غم‌انگیز بود. دکتر مصدق که در تبعید به سر می‌برد، با شنیدن خبر مرگ این یار وفادار خود، برای نخستین‌بار اطلاعیه‌ای را با دست خط خودش صادر کرد و نوشت: «از خبر درگذشت رادمرد وطن‌پرست و آن خیر نیکوکار، آقای شمشیری آن‌قدر متاثر شدم که نتوانستم از عهده نگارش این سطور برآیم». ادیب برومند در سوگ او سرود: «ساده مردی که فراخواست زِ انبوه عوام / لیک در جمع خواصش، سخن از محمدت است...»

پدیده‌ای مثل حاج محمدحسن شمشیری ثابت کرد که کمک به وطن و مردم وطن، مستلزم هیچ درجه‌ای از دانش یا منصب و مقام نیست.

می‌توان حتی بدون توان خواندن و نوشتن و با یک قهوه‌خانه کوچک، در عرصه سیاست و جامعه، تاثیراتی گذاشت که ده‌ها نخبه علمی و حزب و گروه سیاسی قادر به آن درجه از اثرگذاری نباشند.

امروز، از چاقوکشان و اوباش اجیرشده حکومت که رستوران شمشیری را غارت کردند، هیچ نام و اثری نیست، اما بعد از مرگ شمشیری، با اینکه از او هیچ فرزندی نماند، صدها رستوران و چلوکبابی با عنوان «شمشیری» در سراسر کشور تاسیس شد تا نام او را جاودانه کنند.

یادش گرامی باد

جهان در تسخیر «آرپا»



پیدایش اینترنت به دهه ۱۹۶۰ میلادی بازمی‌گردد؛ دولت امریکا در آن زمان، طرحی به‌نام آرپا (ARPA)، مخفف «آژانس تحقیق پروژه‌های پیشرفته» را برای کارکردهای دفاعی ایجاد کرده بود. براساس این طرح، کامپیوترهای سازمانی بزرگی که هر کدام دارای اطلاعات زیادی بودند، در هر منطقه مستقر شدند تا در صورت نیاز به یکدیگر متصل شده و اطلاعات را به‌هم منتقل کنند یا در صورت ایجاد بستر مناسب، اطلاعات را با هم به اشتراک بگذارند. از آن زمان تاکنون، فقط ۶۰ سال می‌گذرد، اما در همین مدت، «آرپا» با سرعتی باورنکردنی، جهان را تسخیر کرده است.

تاریخچه مختصری از پیدایش اینترنت

در همان دوران، سیستم‌هایی به‌وجود آمد که امکان ارتباط بین کامپیوترهای یک سازمان را از طریق شبکه مختص همان سازمان فراهم می‌کردند. بر این اساس، کامپیوترهای موجود در بخش‌ها یا طبقات مختلف به‌راحتی می‌توانستند با یکدیگر تبادل اطلاعات کنند و امکان ارسال نامه بین بخش‌های مختلف آن سازمان را فراهم می‌کردند که اکنون به این سیستم ارسال نامه، پست الکترونیک می‌گویند. در ادامه برای اتصال و ارتباط این شبکه‌های کوچک و پراکنده با هم که هر کدام با روش‌ها و استانداردهای خودشان کار می‌کردند، استانداردهای جدید و مشخصی که همان پروتکل‌ها هستند، توسط کارشناسان وضع شد.

در نهایت در سال ۱۹۶۱ میلادی، ۴ کامپیوتر در دو ایالت مختلف با موفقیت با هم ارتباط برقرار کردند و با اضافه شدن واژه نت به طرح اولیه، آن را آرپانت (Arpanet) نامیدند.

۲۹ اکتبر ۱۹۶۹ نخستین انتقال اینترنتی انجام و نخستین ایمیل ارسال شد؛ البته نصفه‌نیمه، چراکه دو حرف Lo از Login ارسال‌شده و کامپیوتر کِرَش کرد.

در دهه ۱۹۷۰ میلادی پروتکل‌های جدیدتری توسط رابرت کان (Robert E. Kahn) و وینت سرف (VintCerf) تعریف شده و روی بسیاری از سیستم‌های عامل تست شد. از جمله این سیستم‌های عامل، TCP بود که استفاده از آن تا به امروز هم رواج دارد. با مشارکت کامپیوترهای میزبان (Host) بیشتر به آرپانت و گسترده شدن آن به نواحی دیگر و فراتر از مرزهای ایالات‌متحده، آرپانت شهرت بیشتری یافت و ایده اینترنت همراه با جزئیات بیشتر در زمینه شبکه‌های کامپیوتری مطرح شد.

طی سال‌های پایانی دهه ۱۹۷۰ شبکه‌های مختلف تصمیم گرفتند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و آرپانت را به‌عنوان هسته اصلی انتخاب کردند. بعدها در سال ۱۹۹۳ میلادی نام اینترنت روی این شبکه بزرگ گذاشته شد.

کلمه اینترنت نیز در دسامبر سال ۱۹۷۴ به‌کار رفت و همه برای توصیف شبکه جهانی از این کلمه استفاده کردند.

تا پایان سال ۱۹۷۹ میلادی، ۱۵ مکان مختلف به آرپانت متصل شده بودند که نشانه بسیار خوبی برای رشد این تکنولوژی بود.

در سال ۱۹۸۳ نخستین شبکه برپایه بسته پروتکل اینترنت (TCP/IP) با جایگزین شدن پروتکل‌های قدیمی NCP آرپا، شروع به کار کرد.

در سال ۱۹۸۹ اینترنت دوباره تغییر پیدا کرد. در آن سال یک برنامه‌نویس سوئدی به‌نام تیم برنرز لی، وب جهان‌گستر (www) را اختراع کرد و سرن، سازمان اروپایی پژوهش درباره ذرات، این پروژه را به اطلاع همگان رساند. اینترنتی که تنها فایل‌ها را از یک مکان به مکان دیگر جابه‌جا نمی‌کرد، بلکه محلی برای ارائه تمام اطلاعات بود و هر کسی که از اینترنت استفاده می‌کند، می‌تواند به آن دسترسی داشته باشد. اینترنتی که ما امروز از آن استفاده می‌کنیم را برنرز لی به‌وجود آورده است.

از آن زمان تاکنون اینترنت از بسیاری لحاظ تغییر پیدا کرده است. اینترنت هم‌اکنون دارای قراردادهای گوناگونی درباره پروتکل‌های ارتباطی و شامل اطلاعات فنی آنهاست که به‌وسیله آنها نوع تبادل اطلاعات در سطح شبکه اینترنت تعیین می‌شود.

جالب است بدانید که حروف L و O نخستین حروفی بودند که از طریق اینترنت، بین دو کامپیوتر منتقل شد.

سال ۱۹۶۹ در چنین روزی نخستین پیام الکتریکی از یک رایانه به رایانه‌ای دیگر ارسال شد و به همین دلیل ۲۹ اکتبر به‌عنوان روز جهانی اینترنت شناخته شد.

در سال ۱۹۶۹ اینترنت با عنوان ARPANET شناخته می‌شد که معنی آن «شبکه آژانس پروژه‌های تحقیقاتی پیشرفته» بود.

نخستین پیام اینترنتی توسط یک دانشجو به‌نام چارلی کالین فرستاده شد.

حقایقی درباره اینترنت

بین ۱۶ تا ۲۰ درصد جست‌وجوها در طول روز درخواستی جدید به‌شمار می‌روند که تاکنون پرسیده نشده بودند.

در جهان بیش از ۳.۶ میلیارد اکانت ایمیل وجود دارد. روزانه ۲۹۴ میلیارد ایمیل ارسال می‌شود.

روزانه حدود ۱۰۰ هزار ثبت دامین اینترنتی (Domain) جدید انجام می‌شود.

هر روز ۳۰ هزار وب‌سایت هک می‌شود.

اینترنت و میزبانی وب!

برای اینکه بازدیدکنندگان وب‌سایت‌ها امکان دسترسی به اطلاعات و فایل‌ها را در دنیای مجازی داشته باشند، نیاز به قرارگیری این فایل‌ها روی رایانه‌ای که در شبکه اینترنت به‌عنوان «هاست» (Host) شناخته شده می‌شوند، داریم. آن رایانه را سرویس‌دهنده یا سرور (Server) می‌نامند. سرورهای که به‌صورت مداوم (۲۴ ساعته) مانند سرور مجازی ایران در محل‌هایی به‌نام دیتاسنتر به شبکه جهانی اینترنت متصل هستند، منابع موردنیاز برای نگهداری و ارائه اطلاعات وب‌سایت‌ها که هر روز در حال دیدن آنها هستید را به بازدیدکنندگان و مالک وب‌سایت‌ها ارائه می‌کنند. به این خدمات میزبانی، وب‌هاست (Web Hosting) می‌گویند که باید این ویژگی را داشته باشند:

-نیاز به اتصال دائم و با سرعت مناسب به اینترنت دارد.

- از نظر پردازشی به اندازه کافی قدرتمند است تا امکان پاسخگویی به مراجعه‌کنندگان را داشته باشد.

- نرم‌افزارهای لازم برای اجرای انواع فایل‌ها از لحاظ نوع برنامه‌نویسی را باید داشته باشد.

هر رایانه در اینترنت می‌تواند یک سرور مانند سرور مجازی آرپا باشد، اما با توجه به بالا بودن هزینه‌های قطعات سخت‌افزاری نیرومند، نیروی پشتیبانی و... راه‌اندازی یک میزبان وب برای هر وب‌سایت به‌صرفه نیست؛ بنابراین شرکت‌هایی مانند IRPOWER این مسئولیت را پذیرفته‌اند و با فراهم آوردن لوازم کار در سطح وسیع بخشی از فضای دیسک سخت سرورهای خود را به‌صورت اجاره‌ای در اختیار متقاضیان قرار می‌دهند. به این شرکت‌های ارائه‌کننده خدمات میزبانی وب در اصطلاح هاستینگ (Web-Hosting Company) می‌گویند.

اینترنت یا اکسیژن

امروزه آن‌چنان زندگی ما با اینترنت عجین شده که کمتر ممکن است هر لحظه به آن فکر نکنیم؛ شبیه اکسیژن که دائما در حال استفاده از آن هستیم و تنها زمانی آن را احساس می‌کنیم که قطعی یا سرعت پایین آن به ما احساس خفگی دهد! این دستاورد آن‌چنان در زندگی ما تاثیرگذار است که کمتر کسی می‌تواند نقش اینترنت را در تجارت، آموزش (به‌ویژه در شرایط کرونا!)، ارتباطات و... انکار کند!

همواره یکی از آرزوهای بشر این بوده که بتواند در یک چشم به‌هم زدن خودش را در مکان‌های مختلف تصور کند که تمامی این موارد از طریق اینترنت مهیا شده است و حالا می‌توان فقط با چند کلیک، به اطلاعات موجود در سراسر جهان دست یافت.