

رویداد

۲۸ هزار فروشگاه اینترنتی نماد الکترونیکی دریافت کردند

● **مهر:** به گفته معاون مرکز توسعه تجارت الکترونیکی وزارت صنعت، ۲۸ هزار فروشگاه اینترنتی نماد اعتماد الکترونیکی دریافت کرد. فرانک اسکویی در این باره بیان کرد: «ارائه نماد اعتماد الکترونیکی به فروشگاه‌های اینترنتی و کسب‌وکارهای آنلاین در زمینه ساماندهی این کسب‌وکارها و نیز اطمینان از درگاه پرداخت این سایت‌ها برای فروش آنلاین است. او ادامه داد: «علاوه بر این، حدود ۱۰ هزار تقاضا نیز در سیستم مرکز توسعه تجارت الکترونیکی برای دریافت نماد الکترونیکی، به ثبت رسیده است که البته برخی فقط اطلاعاتشان را وارد کرده‌اند و پرونده‌شان فعال نیست». او همچنین از تلاش برای مقررات‌زایی دریافت نماد اعتماد الکترونیکی کسب‌وکارهای نوپا و استارت‌آپ خبر داد و گفت: «از آنجایی که تمامی کسب‌وکارهای صنفی برای دریافت نماد اعتماد الکترونیکی ابتدا باید از اتاق اصناف پروانه فعالیت بگیرند، تلاش بر این است که این مقررات و الزام برای کسب‌وکارهای نوپا تسهیل شود و در این زمینه با هیئت مقررات‌زایی وزارت اقتصاد وارد مذاکره شده‌ایم».

تعیین تکلیف شماره‌های ۹۰۹ در ماه جاری

● **فارس:** معاون مشتریان شرکت مخابرات ایران از تعیین تکلیف شماره‌های ۹۰۹ شبکه هوشمند کشوری (IN) به‌زودی خبر داد. داوود زاریان با اعلام این خبر گفت: موضوع همین ماه حل خواهد شد و دو کار انجام خواهیم داد. او ادامه داد: «مشکل حوزه IN آنلاین نبودن شارژینگ است که زیرساخت کارکردن را با تأخیر به مخابرات ارائه می‌دهد. این امر باعث ایجاد قبض‌های نامتعارف برای برخی مردم شده و شکایت زیادی در این باره به مخابرات ارجاع می‌شود». او گفت: «از این رو، از شرکت ارتباطات زیرساخت و سازمان تنظیم مقررات ارتباطات رادیویی درخواست کردیم شارژینگ IN آنلاین کند. در غیر این صورت فکری برای این کار نبود». او ادامه داد: «رئیس سازمان رگولاتوری به زیرساخت ابلاغ کرده که باید شارژینگ آنلاین را در دو بخش تلفن ثابت بین‌الملل و شبکه هوشمند کشوری در اختیار مخابرات قرار دهد، دوستان زیرساخت در حال آماده‌سازی این امکان برای مخابرات هستند که دیگر با رویه فعلی مواجه نشویم». او افزود: «این موضوع در همین ماه حل خواهد شد و دو کار انجام خواهیم داد؛ با شارژینگ IN زیرساخت کشوری را آنلاین خواهیم کرد که مشکلی برای مشتریان پیش نیاید یا با توافق رگولاتوری و زیرساخت IN آنلاین کشوری را روی IN تهران که شارژینگ آنلاین دارد، برگردان می‌کنیم». او بیان کرد: «برای تسریع‌شدن حل مشکل IN در نامه‌ای به استان‌ها دستور قطع سرویس را به جز تهران دادم، زیرا نمی‌خواستیم کسب‌وکارها تعطیل شود. تلاش شرکت مخابرات ایران به جای رسانه‌ای کردن موضوع حل مشکل است».

ارائه ویدئوی ارزان‌تر برای مخابراتی‌ها

● **ایسنا:** به گفته عضو هیئت‌مدیره شرکت مخابرات تهران، مخابرات علاوه بر کاهش ۵۰ درصدی تعرفه داخل نسبت به میزان آن در سطح بین‌الملل، یک پله فراتر رفته و ویدئویی را که از شبکه مخابرات ایران است، برای مشتریان خود ارزان‌تر از سایر مشتریان عرضه می‌کند تا کمکی به حوزه تولید محتوا باشد. سمیع‌الله صادقی بیان کرد: «مزیتی که این موضوع دارد، کاهش قیمت است. مخابرات ویدئویی را که در شبکه مخابرات دارد، برای مشتریان خود ارزان‌تر از سایرین عرضه می‌کند تا کمکی به حوزه تولید محتوا باشد. بنابراین ما علاوه بر کاهش ۵۰ درصدی تعرفه داخل نسبت به سطح بین‌الملل، یک پله فراتر رفته‌ایم». او ادامه داد: «وزارتخانه به دنبال این موضوع است که از حجم‌فروشی به سمت فروش سرعت برویم و این کار با ADSL عملی نیست، اما با فیبر نوری بازه سرعت محدودیت ندارد. کابل مسی در فاصله‌های طولانی برای ارائه سرعت، بیشتر از دو مگابیت به مشکل مواجه می‌شود، اما در فیبر محدودیت سرعت به این شکل نداریم. فیبر نوری سرمایه‌گذاری زیادی می‌خواهد، اما مخابرات تحت نظر سازمان تنظیم مقررات فعالیت می‌کند و قصد انحصار ندارد». او در ادامه درباره نحوه درخواست سرویس تانوما بیان کرد: «مشترکان با مراجعه به پورتال مخابرات و وارد کردن شماره تلفن خود در بخش تانوما می‌توانند ببینند که این امکان برای آنها فراهم شده یا خیر. در صورتی که زیرساخت برای آنها وجود داشته باشد، می‌توانند درخواست داده و سرویس را خریداری کنند. او همچنین گفت: «شرکت مخابرات ایران در بخش خرده‌فروشی هم در قالب رقابت سالم با بقیه شرکت‌ها کار می‌کند. ما روی کیفیت شبکه کار می‌کنیم و مشتری‌مداری را مورد نظر قرار می‌دهیم. با ایجاد سامانه‌های کشوری از جمله پورتال مخابرات که مشتریان می‌توانند درخواست خود را در آن ثبت کنند، تلاش داریم خدمات خوب و باکیفیتی را در کوتاه‌ترین زمان ارائه کنیم».

کارشناسان از علت شکست زود هنگام شرکت‌های نوپا در حوزه فناوری می‌گویند

پس از مرگ‌نویسی استارت‌آپ‌ها



و تحول» دانشگاه شهید بهشتی، می‌گوید: «یکی، انتباهی هستند که وقتی نیاز به راه‌اندازی کسب‌وکارشان را فهمیدند به سمت آموزش‌های مدیریت آمده‌اند و این قبیل افراد معمولاً آتشی درون خود دارند که به سمت مباحث مدیریت کسب‌وکار سوقشان می‌دهد؛ گروه دیگر انتباهی هستند که در راه‌اندازی بیزینس خود تردید دارند و به همین دلیل در دوره‌های حرفه‌ای مدیریت شرکت می‌کنند تا با اصول تجارب دیگران آشنا شوند. اما گروه سومی هم هست که شامل استارت‌آپی‌ها شکل‌گرفته و توسعه‌یافته می‌شود؛ بنیان‌گذاران یا به عبارتی کارآفرینان این کسب‌وکارها وقتی به درجه‌ای از بزرگی می‌رسند که اهمیت مقوله مدیریت برای آنها بیشتر می‌شود، مسکن هدایت را به یک مدیر می‌سپارند و خودشان به سراغ فرآیندی مباحث و فنون مدیریتی می‌روند».

تفاوت مشهود دوره‌های مدیریت کسب‌وکار دانشگاه و مؤسسات

نادر غریب‌نواز؛ مدرس «اصول و استراتژی‌های بازاریابی و مباحث فروش»، بیان می‌کند: «اگر کسانی که در رشته‌های فنی و تخصصی تحصیل کرده‌اند (مانند برخی مدیران کسب‌وکارهای نوپا)، به سمت آموزش دوره‌های MBA بیایند، در فروش و بازاریابی محصولات موفق‌تر خواهند بود».

از دیرباز به‌عنوان چالش اصلی شناخته می‌شد و MBA کمک کرده تا این چالش به حد اعلاء حل شود، اما چالش مهم‌تر این است که مردم ما خیلی سخت به دنبال یادگیری می‌روند و سرانه مطالعه آنها پایین است.

این مشاور حوزه استارت‌آپی معتقد است که گذراندن زمان با مدیران صاحب ایده و خلاق راهی برای برون‌رفت از مشکلات و بحران‌های پیش‌روی کسب‌وکارهای نوپا است که در این باره کلاس‌هایی با رویکرد تریق مهارت‌های اجرایی مدیریت با تکیه بر ظرفیت‌های دانشگاهی کشور شکل گرفته که بسیار کمک‌کننده به مدیران صرفاً فنی و متخصص خواهد بود.

پایداری سازمان پرستهدف با علم مدیریت عملیاتی

شهادت شعبانی، مدرس «سازمان مدیریت» دانشگاه شهید بهشتی نیز، از دیگر افرادی است که متولیان کسب‌وکارهای نوپا را به آموزش دوره‌های مدیریتی نصیحت می‌کند و ضمن تأیید نرخ بالای شکست در این قبیل کسب‌وکارها می‌گوید: «فعالان استارت‌آپی بعضاً دارای تجارب مدیریتی نیستند، به این معنا که تحصیلات فنی دارند و با فرایندهای مدیریتی آشنا نیستند؛ فرایندهای مدیریتی اصولاً پشتیبان سازمان هستند و در دوره‌های عالی و کاربردی مدیریت کسب‌وکار آموزش داده می‌شود». او می‌افزاید: «ممکن است فردی در رشته تخصصی خودش بهترین مهارت‌ها را داشته باشد، اما برای اینکه تیمش به پایداری سازمان در بستر هدف کمک کند، نیاز به آموزش‌های متفاوت‌تری از حوزه‌های فنی و تخصصی دارد».

به نظر می‌رسد کسب‌وکارهای اقتصادی نوپا که اغلب بر بستر فناوری‌های ارتباطی و اینترنتی و با تکیه بر دانش فنی افراد متخصص و صاحب ایده شکل می‌گیرد، به دلیل ضعف مباحث مدیریتی در سرشاخه راهبری گروه، رفته‌رفته با تحلیل قوا مواجه شده و شاکله تیم را با بحران مواجه می‌کند که نتیجه‌ای جز آشفتگی در برنامه‌های ترسیم‌شده سازمانی و اهداف در نظر گرفته‌شده نخواهد داشت؛ بنابراین شاید اشراف بر مباحث مدیریت اجرایی و سازمانی راهی برای جبران تمامی مواردی باشد که این روزها با عنوان «دلایل شکست استارت‌آپ‌ها» از آنها یاد می‌شود.

دریچه

هشدار مدیر سابق فیس‌بوک درباره آینده فناوری

● به‌تازگی، آنتونیو مارتینز، مدیر سابق شبکه اجتماعی فیس‌بوک، اعلام کرده است در ۳۰ سال آینده شاهد مخاطرات زیادی، شاید در حد نابود شدن جوامع بشری به‌واسطه رشد بی‌رویه فناوری خواهیم بود. براساس گزارش وب‌سایت خبری تحلیلی ibtimes، آنتونیو مارتینز نام بزرگی در سیلیکون ولی محسوب شده و نکته جالب اینکه با وجود ترک فیس‌بوک، همچنان رسانه‌ها به او توجه می‌کنند. در این میان، به‌تازگی او در مصاحبه‌ای پرسروصدا اعلام کرده، بشر با رویکرد ویژه‌ای که به منظور توسعه فناوری اتخاذ کرده است - در عمل - در حال نابودکردن آینده خود است و احتمال دارد جوامع بشری به‌زودی سقوط را تجربه کند. مارتینز که نگاهی بدبینانه به فناوری دارد، معتقد است، استفاده بی‌رویه از تلفن‌های همراه هوشمند انسان‌ها را به ماشین‌ها وابسته کرده است و از سوی دیگر با توجه به عرضه قریب‌الوقوع خودروهای بدون راننده نیز می‌توان انتظار داشت که نسل بشر به چرخه‌ای از طغیان، درگیری و ناامیدی وارد شود. او همچنین معتقد است، هوش مصنوعی و صنایع روباتیک در حال نابودکردن بازار کار انسان‌ها هستند و به‌زودی انسان‌ها در اثر کمبود شدید کار با مشکلاتی بزرگ در سطح جوامع مختلف روبه‌رو خواهند شد. به این ترتیب، او پیش‌بینی می‌کند در طول ۳۰ سال آینده، سطح بی‌کاری به‌واسطه فناوری به‌اندازه‌ای بالا خواهد رفت که جوامع بزرگ شروع به از هم پاشیدن خواهند کرد. مارتینز در این باره می‌گوید: «هر بار که کسی خارج از چرخه سیلیکون ولی را می‌بینم، به این فکر می‌کنم که ده‌ها شرکت بزرگ به‌صورت دیوانه‌وار در حال تلاش هستند تا او از کره زمین دیگر شغلی برای خود نخواهند داشت و این امر به انقلاب‌های درونی جامعه‌ها منتهی خواهد شد».

او در پایان سخنان خود گفت: «مردم عادی درک نمی‌کنند که شاهد رقابتی میان سیاست و فناوری هستیم و فناوری در آستانه پیروزی در این رقابت است. فناوری به اندازه‌ای از ما پیش است که پیش از اینکه بخواهیم درک کنیم، می‌تواند کارهایمان را از ما گرفته و اقتصاد جهانی را به زانو درآورد».

توانتخاب می‌کنی...

حجم و قیمت و سرعت ارتباطات تو آسیاتک، اپراتور برتر ارتباطات ثابت کشور



۱۵۴۴ آسیاتک اینترنت یک، آسیاتک asiatech.ir

دارای مجوز FCP به شماره ۱۶-۹۴-۱۰۵۰ از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

بازار

عرضه ۳۷/۹ میلیون دستگاه تبلت به بازار

مؤسسه IDC جدیدترین گزارش خود را از میزان عرضه تبلت در سه‌ماهه دوم ۲۰۱۷ منتشر کرد. آمار منتشرشده این مؤسسه نشان‌دهنده عرضه ۳۷.۹ میلیون دستگاه تبلت به بازار است که در مقایسه با ۳۹.۳ میلیون دستگاه ارائه‌شده در سه‌ماهه دوم ۲۰۱۶، کاهشی ۳.۴ درصدی را نشان می‌دهد.

با اینکه گزارش IDC یازدهمین کاهش پیاپی در عرضه جهانی تبلت‌ها را نشان می‌دهد، میزبان کاهش عرضه اسمال برخلاف سال گذشته تک‌رقمی بوده است؛ خبری که برای تولیدکنندگان امیدوارکننده خواهد بود. براساس این گزارش، دو تولیدکننده برتر تبلت، یعنی اپل و سامسونگ، در مجموع حدود نیمی از سهم بازار را در اختیار دارند و همچون دو دوره گذشته، به ترتیب جایگاه اول و دوم را به خود اختصاص داده‌اند. به گزارش IDC، کندتر شدن فرآیند کاهش عرضه در سه‌ماهه جاری در اثر عرضه تبلت‌هایی با قیمت نسبتاً پایین‌تر بوده است. صرف نظر از آشفتگی در بازار تبلت، در میان پنج تولیدکننده اصلی و برتر بازار، سهم سه کمپانی افزایش یافته است. در واقع، فاکتور قیمت در سازندگان سطح اول تبلت کمک کرده است تا سهم بازار سالانه خود را افزایش دهند. البته، IDC در ادامه گزارش خود به تولیدکنندگان هشدار می‌دهد که این رشد ممکن است موقتی باشد، زیرا همانند رایانه‌های شخصی، چرخه جایگزینی تبلت‌های جدید در مقایسه با گوشی‌های هوشمند طولانی‌تر است. با فشار برندهای بزرگ برای کاهش قیمت، تولیدکنندگان تبلت‌های ناشناخته (موسوم به white box) و کوچک‌تر توجه خود را از بازار تبلت دور خواهند کرد؛ فرایندی که بنا بر گزارش IDC در آینده نیز ادامه خواهد یافت.

تبلت‌های جداشدنی (detachable) که در سه‌ماهه نخست ۲۰۱۷ به‌عنوان عامل نجات‌دهنده بازار شناخته شدند، در این فصل با افت عرضه مواجه شده‌اند. ظاهراً دلیل این کاهش عرضه، انتظار مصرف‌کنندگان برای ارائه تبلت‌های جدیدی از این نوع از سوی شرکت‌هایی مانند اپل و مایکروسافت بوده است.

به این ترتیب، با عرضه محصولات جدید در انتهای سه‌ماهه دوم، می‌توان انتظار داشت بازار تبلت‌های جداشدنی جایگاه مستحکمی را در نیمه دوم سال جاری میلادی به خود اختصاص دهد. از سوی دیگر، تبلت‌های تبدیل‌شدنی (convertible) گونه‌ای از تجربه رایانشی را

از سوی دیگر، لین هوانگ، مدیر تحقیقات در بخش ابزارها و صفحه‌نمایش در مؤسسه IDC، بازار تبلت را به میدان مسابقه‌ای تشبیه می‌کند که در آن باید معین شود آیا رشد تبلت‌های جداشدنی سرعت کافی برای غلبه بر رکود طولانی‌مدت بازار تبلت‌های ساده (slate) دارد یا نه. او باور دارد که براساس چنین دیدگاهی، سه‌ماهه دوم امسال نشان‌دهنده احیای بازار ظاهر می‌شود و برای نیمه دوم سال ۲۰۱۷ می‌توان به موضوعات بسیاری امیدوار بود.

رومنای از محصولات جدید مایکروسافت و اپل با سه‌ماهه‌های پر عرضه همراه خواهد بود، درحالی‌که اجرای ویندوز ۱۰ بر بستر معماری ARM نیز می‌تواند شکاف موجود در رده‌های میانی بازار را پر کند. او در ادامه پیش‌بینی کرده است که در دوره منتهی به تعطیلات، تعداد بیشتری از تبلت‌های جداشدنی مبتنی بر سیستم‌عامل کروم عرضه شود. گفتنی است، مؤسسه Strategy Analytics نیز اخیراً گزارش خود را درباره سهم سیستم‌عامل تبلت‌ها منتشر کرده است.

براساس این گزارش، iOS افزایش ۲۶ درصدی را تجربه کرده است، درحالی‌که سهم اندروید کاهش یافته و به ۶۰ درصد رسیده است. در کنار این دو سیستم‌عامل، جایگاه ویندوز با حدود ۱۴ درصد تقریباً ثابت مانده است.