

کسب میزبانی بزرگترین رویداد فناوری جهان توسط شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان

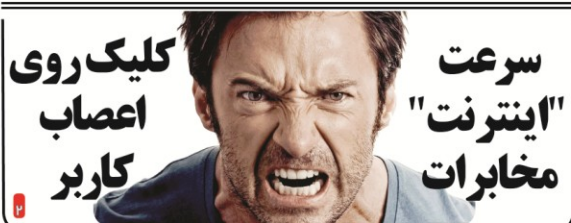
چرا استارت‌آپها در ایران موفق نیستند؟
 طی سالهای اخیر فعالیت های جوانان ایرانی برای راه اندازی شرکت استارت‌آپی بسیار افزایش یافته است. اما برعکس اتفاقات شیرینی که برای اکثر شرکتهای استارت‌آپی در کشورهای توسعه یافته رخ میدهد، سر نوشت فعالان استارت‌آپی ایرانی آنچنان با موفقیت همراه نیست. چرا اکثر استارت‌آپها همانند مشابه های خارجی خود به موفقیت نرسیدند؟ آیا در کشور ما موانعی برای موفقیت استارت‌آپها وجود دارد؟ آیا استارت‌آپها برای کشور ما مناسب نیستند؟



الزام توجه ویژه مسئولین به شرکتهای FCP
 مهندس سعید علی رضا محمودی مدیر عامل شرکت تعاونی پیشگامان نصف جهان اعلام کرد: مهمترین هدف شرکت های FCP ارائه خدمات با بهترین کیفیت به مردم و مشتریان خود میباشد. لیکن شرایط ارائه این خدمات نیز باید مهیا باشد که امیدواریم مسئولین امر توجه ویژه ای به این مقوله معطوف نمایند.

**یک جمع نکوشیده رسیدند به مقصد
یک قوم دویدند و به مقصد نرسیدند**

شما بلیط VIP ندارید؟؟؟



۱۸ ماه اینترنت
۱۴۴ گیگابایت ترافیک
۹۰,۴۰۰ تومان

جشنواره پاییز طلایی
 ویژه دانشجویان و دانش آموزان

۱۵۲۵
www.shatel.ir
آریا شبکه امن سیستمی

اینترنت اختصاصی شرکت آسمان فراز سپاهان
گسترده ترین شبکه توزیع بهای بلاد
 برای برپایه ی نوروز به پیشرفت به شماره ۰۳۱-۳۵۱۱۱

www.Asmanfaraz.com

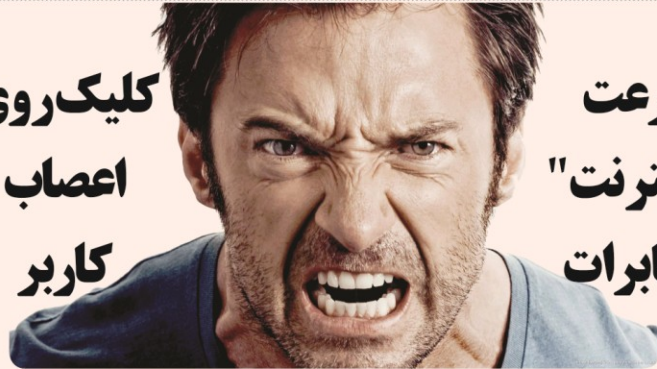
تنها مرکز تخصصی فیبر نوری در استان اصفهان

مشاور، طراح و مجری
 پروژه های فیبر نوری شهری و سازمانی

031-35111
www.Asmanfaraz.com
Info@Asmanfaraz.com

سرعت "اینترنت" مخابرات

کلیک روی اعصاب کاربر



مدتی یکی از مخاطبان اینترنت ۲۰۲۰ مخابرات در این باره گفت: پیش از استفاده از خدمات اینترنت مخابرات اینترنت پرسرعت را از طریق یکی از شرکت های خصوصی دریافت می کردم اما با توجه به تبلیغات گسترده ای که مخابرات داشت و از آنجایی که به دنبال اینترنت پرسرعت ارزان بودم اینترنت مخابرات را جایگزین کردم. این مشترک ناراضی از اینترنت مخابرات تاکید کرد: قطعی های مکرر اینترنت به خصوص برای من که شغلم وابسته به آن است درمعرض ایجاد کرده و مهمتر از آن متعقد مخابرات این اینترنت کم سرعت و بی کیفیت را با مبلغ بسیار بالایی نسبت به آنچه که شهروندان عهده داده بود ارائه می کند.

علی، م یکی دیگر از مشترکین اینترنت مخابرات تصریح کرد: اتفاق عجیب دیگری که در ماههای اخیر بارها برام اتفاق افتاده اخذ وجه استفاده از اینترنت مخابرات به صورت نامعادله است: ابتدا شرکت مخابرات اعلام کرده بود می توانید اینترنت خود را شارژ کرده و از طریق قبض تلفن مبلغ آن را پرداخت کنید اما بعد از یک بار انعام شارژ اینترنت در کمال ناباوری فهرستی از دفعات شارژ از طریق قبض تلفن در سایت مورودنظر ارائه شد که اعلام می کرد در صورت عدم پرداخت این مقدار بدهی اینترنت شما شارژ نخواهد شد و عجیب تر اینکه تمامی مبلغ ارائه شده در این فهرست که با تاریخ و تراژیک خریداری شده مشخص است را پیش از این از طریق قبض تلفن پرداخت شده است. به نظر می رسد مخابرات به این شکل بابت یک بار شارژ دو بار مبلغ مورد نظر را دریافت می کند.

ام یکی دیگر از این مشترکان است که به خبرنگار ما گفت: نزدیک به ۸ ماه است که مردم منزل ما خراب است و هیچ گونه اتصال به اینترنت نداشتیم اما هر ماه ۷ هزار تومان بابت قبض تلفن می آید و بی جهت ۵۶ هزار تومان به علت اینترنت استفاده نکرده به مخابرات پرداخت کردیم.

مشکلات اینترنت مخابرات اصفهان که این روزها به حد بالایی رسیده است بر هیچ یک از مشترکان مخابرات پوشیده نیست اما در این بین تعریف و تمجید مخابرات آنها از خدمات اینترنت ۲۰۲۰ مخابرات باعث شده هیچ تحلیلی در کیفیت خدمات ارائه نشود و روز بروز بدتر شود. بعضی از شهروندان معتقدند مخابرات از طریق پشتیبانی اینترنت و انتظار ماندن مردم پشت خطوط تلفن درآمد زایی می کنند. اما در این میان انتقار مسولان مخابرات و به تبعیت مطلوب خدمات اینترنت پرسرعت به مشترکان در حالی مطرح می شود که گلابه های مشترکان در این روزها به شدت افزایش یافته است.

مدیرعامل شرکت مخابرات استان اصفهان مرسان ونستگه ای خبری خود در حالی با قاطعیت خبر از افزایش پهنای باند اینترنت و شبکه های تلفن همراه می دهد که در عهده ونستگه ای خبری، خبرنگاران از نداشتن آشنی دهی مناسب در تمام مناطق شهر اصفهان و قطعی مکرر اینترنت مخابرات (۲۰۲۰) سؤال و گلابه دارند و هیچ گاه مدیرعامل شرکت مخابرات استان اصفهان این انتقادهای گلابه ها را وارد نداشتند. با توجه به اینکه امروزه فناوری حرف اول را در هر جامعه ای می زند و بر خورداری از اینترنت پرسرعت و گفتگوی بدون اختلال با تلفن همراه، آنهم در تلاشهای مملکتی است. مخابرات این انتقار با حقی است که می توان از شرکت مخابرات استان اصفهان داشت.

به نظر می رسد در این شرایط بررسی جدی نهادهای نظارتی و تأمین حقوق مصرف کننده و البته ورود شورای عالی فضای مجازی برای استیضای حقوق مشتریان این مجموعه به شدت احساس می شود.

تعریف مخصوص به خود دارد و شرکت مخابرات نیز باید پهنای باند مورد نیاز کاربران خود را تأمین کند اما طی چند ماه اخیر شرکت زیرساخت که تنها تأمین کننده اینترنت کشور است، در واگذاری پهنای باند به مخابرات استانهای سراسر کشور جلوگیری کرده است. مشکلات اینترنت مخابرات تا اوایل استفاده ۹۲ ادامه پیدا کرد تا اینکه پس از رایزنیهای متعدد زیرساخت به ارائه پهنای باند به مخابرات استانها رضایت داد.

حسین کشایی مدیرعامل شرکت مخابرات استان اصفهان در خصوص حل این مشکل نیز گفته بود که خوشبختانه مشکلات پهنای باند اینترنت در اصفهان حل شده و آمار مشترکین اینترنت پرسرعت مخابرات افزایش یافته است.

این روزها مردم به انتقادهای طولانی برای شرایط اینترنت عادت کرده اند، می مانند به اندازه پولی که می پردازند، حجم واقعی اینترنت دریافت نمی کنند و البته از همه مهم تر اعصاب و روانشان از سرعت پایین و قطعی های مداوم به هم ریخته است.

اصفهان جزو استانهای پیشرو در حوزه ارتباطات در کشور است که تاکنون ۳۳۳ روستای آن مجیز به اینترنت پرسرعت شدند و شبکه انتقال زیرساخت ارتباطی استان نسبت به سالهای قبل ۴ برابر شده است. شبکه اینترنت استان ۳۸ درصد افزایش پیدا کرده و تعداد مشترکین اینترنت در مقایسه با ابتدای دولت ۵۳٪ برابر شده است. اینها گفته های وزیر ارتباطات است که در سفر خود به اصفهان مطرح کرده بود. اما در طول ماههای گذشته به اندازه ای قطعی اینترنت شرکت مخابرات در اصفهان، افزایش و با سرعت اینترنت پایین بوده است که در انجام فعالیت های مجازی رساله ها و مردم اختلال فراوانی ایجاد شده است و اغلب افراد تصمیم به عوض کردن سرویس ADSL خود گرفته اند تا عطای نام ارزانی نت این شرکت را به افزایش ببخشند.

و عده های مخابرات در تبلیغات گسترده اش نظر هر کس را به خود جلب می کرد: سرعت بالا، قیمت مناسب تر از شرکت های خصوصی، ارائه مودم رایگان، استفاده از اینترنت طرح شتابان بود که مخابرات برای فروش اینترنت به مردم داد. دو سال از این اقدام گذشت تا کم کم تقاضا برای دریافت اینترنت توسط مردم در سال ۹۰ آغاز شد.

در استان اصفهان هم همزمان با کشور مخابرات اقدام به جذب مشترک برای اینترنت پرسرعت کرد که به گفته مدیرعامل مخابرات استان اصفهان استقبال خوبی از این طرح توسط مردم صورت پذیرفت. همه خدمات در ابتدا تا حدود زیادی نظر مشترکان اینترنت پرسرعت مخابرات را جلب می کرد اما با گذشت نزدیک به یک سال و افزایش تعداد متقاضیان، کیفیت خدمات تا حدود زیادی کاهش پیدا کرد و مشترکان در اکثر مواقع با سرعت پایین و قطعی های مداوم دست و پنجه نرم می کردند.

سال ۱۳۹۲ بود که شرکت زیرساخت مخابرات به یک باره اعلام کرد که دیگر به مخابرات پهنای باند نمی دهد و این یک خبر بسیار بد برای مخابراتی بود که سود مناسبی از ارائه اینترنت به مردم دریافت می کرد. با تحريم مخابرات از سوی زیرساخت و ندادن پهنای باند از سوی این شرکت به مخابرات مشکلات اینترنت ۲۰۲۰ نسبت به گذشته بیشتر شد بطوریکه مشترکین با قطعی های مداوم و سرعت پایین اینترنت روبرو شدند. اصفهان نیز اوضاع مانند بسیاری از استان های کشور چندان خوشایند نبود.

اما با وجود نداشتن پهنای باند همچنان ثبت نام اینترنت مخابرات ادامه داشت و با اضافه شدن مشترکان وضعیت روز به روز بدتر می شد تا جایی که مدیرعامل مخابرات اصفهان در آن زمان گفته بود: ارتباط میان کیفیت خدمات و پهنای باند در ارائه اینترنت پرسرعت

برگزاری دومین دوره کنفرانس «بازی های رایانه ای در اصفهان»



اصول هنری طراحی بازی های رایانه ای
- بازی های رایانه ای مبتنی بر واقعیت افزوده و واقعیت مجازی
- بازی های رایانه ای و ملاحظات حقوقی
- رویکردهای فلسفی بازی های رایانه ای
- بازی های جدی (Serious Games)
- بازی نامایی (Gamification)
- بررسی نقش بازی های رایانه ای و ارائه ایده های جدید در حوزه های: خانواده، درمان و ارتقاء سلامت جسمی و روحی، فرهنگ، تاریخ و ادبیات، آموزش و یادگیری، تبلیغات، هویت یابی و فرهنگ سازی، تفه و اخلاق، توسعه صنعت گردشگری، درمان اختلالات جسمی، نوآوری های شناختی، ترویج ارزش های دفاع مقدس، ترویج آموزه های مذهبی و قرآنی، و کلیه محورهای مرتبط با ابعاد فنی و اجتماعی بازی های رایانه ای.

بازی های رایانه ای، هنر شگفت انگیز دنیای امروز است که با بهره گیری از عناصر بصری، صوتی، فیزیکی، روانشناسی، جامعه شناسی، هنری و فنی، به عنوان یک رسانه-صنعت-هنر جایگاه خود را تثبیت کرده و در جایگاه رسانه های مؤثر، فراگیر و استراتژیک و صنعتی تروت آفرین و سودآور قرار گرفته است. در کنار بازی های سرگرم کننده، بازی های جدی (Serious Games) در درمان، آموزش، تبلیغات و فرهنگ سازی جایگاه ویژه ای یافته اند و با اقبال فزاینده ای مواجه شده اند. از سوی دیگر، فراگیری شدن دور از انتظار بازی های رایانه ای در سالهای اخیر، آذنان پژوهشگران حوزه فرهنگ، اجتماع و سلامت را متوجه آسیب های بالقوه این پدیده نوین دنیای فناوری اطلاعات نموده است که باید مورد بررسی دقیق قرار گیرد.

در پی برگزاری موفق اولین کنفرانس ملی بازی های رایانه ای، فرصت ها و چالش ها، در بهمن ۱۳۹۴ که با مشارکت بنیاد ملی بازی های رایانه ای در دانشگاه اصفهان برگزار شد، نیاز کشور به تقویت پژوهش در حوزه بازی های رایانه ای و اتخاذ رویکردی علمی در بررسی بازی های رایانه ای از دیدگاه های فنی، هنری، تجاری، فرهنگی، دینی، اخلاقی، آموزشی، روانشناسی، جامعه شناسی و نیز سلامت پیش از بیش نمایان شد. دانشگاه اصفهان در راستای رسالت خود در تقویت زیرساخت های پژوهش، آموزش و کارآفرینی در حوزه فناوری های نوین، «مرکز تخصصی بازی های رایانه ای» و «دفترخانه دائمی کنفرانس ملی بازی های رایانه ای»؛ فرصت ها و چالش ها، راه اندازی نمود و به حول و قوه الهی با مشارکت بنیاد ملی بازی های رایانه ای، دومین دوره این کنفرانس را از تاریخ ۲۷ لغایت ۲۹ بهمن ۱۳۹۵ برگزار خواهد نمود. هدف اصلی این کنفرانس، فراهم آوردن فرصتی برای هم اندیشی و ارتقاء همکاری میان متخصصان حوزه های مختلف مرتبط با بازی های رایانه ای و ساماندهی پژوهش های بین رشته ای در این حوزه است. نگاه ویژه این دوره کنفرانس به بازی های جدی (کاربردها، رویکردها و وفق پیش رو) خواهد بود. کمیته برگزاری کنفرانس از علوم پژوهشگران، دانشگاهیان، فعالان فرهنگی، متخصصین صنعت بازی سازی، دست اندکاران صنایع، مدیران و کارشناسان نهادهای اجتماعی و دیگر صاحب نظران علاقه مند به حوزه بازی های رایانه ای دعوت به عمل می آورد تا با حضور فعال خود از طریق ارائه مقاله و شرکت در کنفرانس، ما را در تحقق اهداف آن یاری نمایند.

محورهای کنفرانس:

- تحلیل و شناختن بازی های رایانه ای
- تحلیل جامعه شناختی بازی های رایانه ای
- مدل سازی احساس و هیجان در بازی های رایانه ای
- فناوری های مطرح در تولید و توسعه بازی های رایانه ای
- رویکردهای هوش مصنوعی در توسعه بازی های رایانه ای
- نقش داده کاوی و مدل سازی رفتار کاربر در توسعه بازی های رایانه ای
- بازی های رایانه ای و قدرت نرم
- بازی های رایانه ای و پداند غیرعامل
- شیوه های جذب مخاطب و بازار یابی در حوزه بازی های رایانه ای
- نقش صنعت بازی های رایانه ای در حوزه های تجارت، اقتصاد و کارآفرینی
- مدل سازی ترانید توسعه بازی های رایانه ای
- مدل کسب و کار در توسعه بازی های رایانه ای
- تحلیل زیبایی شناختی و تکنیکی بازی های رایانه ای

سوم مقاله

هر که دارد انتقادی گوش ما آماده است

هر که دارد مشکلی ما مشکلتش حل می کنیم
پشت در او را هف هفت ساعت معطل می کنیم

ما رئیس این محلبیم و برای خود پلی
صبح و شب با هر که آید بحث و کلکل می کنیم

عرض اندامی کند گر هر کسی مغضوب ماست
تیغ تیزی در آورده سرش کل می کنیم

دست و پایش را ببندیم و کنیم او را فلک
هر عسل در کام او چون زهر و حنظل می کنیم

بر زیانتش ریخته از لفل هندی تند
توی سوراخ دماغش کفش صندل می کنیم

باز هم با ما اگر در افتد و حرفی زند
گوش او را کور کرده پای او شل می کنیم

سیخ سرخی را در آورده به سیخ میکشیم
نعش او با سیخ را بر روی منقل می کنیم

در گواتاناموی هم کف به دارش می کشیم
چند مامور سیا بروی موکل می کنیم

بعد آنهم محض محکم کاری این ماجرا
با لدرها خاک را بر روی او تل می کنیم

هر که دارد انتقادی گوش ما آماده است
با مودکراسی خود ما حل معضل می کنیم

شود و به همه دست پاری دراز کرده تا در عارضه شناسی به صفت کمک شود. در غیر این صورت صفت در مسوای نادانین قبلی حرکت می کند و بیلان اختراع تعداد فروش غره نمایشگاه، تعداد جلسات برگزار شده یا اتاق بازرگانی، تعداد شکایات حل شده در شورای انتظامی و این تپ نبود موارد عملیاتی همچنان پا برجا خواهد بود و باید در سایه تلاش برای رفع عوارض قدم برداشت.

جایگاه اعضاء در صنف
موضوع مهم دیگری که نظام صنفی می توانست به رفع آن بکوشد، دادن سرویس های بسیار عالی و خوب به اعضا برای تنظیم قراردادهای پرسنلی، محرمانگی و رقابت پذیری و عدم افشای اطلاعات بود. بسیاری از شرکتها بدلیل عدم دسترسی به روالهای دقیق و حقوقی صحیح، متضرر می شوند. این بدلیل نبود دانش، تجربه و حتی اطلاعات کافی در بعضی مدیران است و در کنار آن نبود شفافیت در قوانین و یا اطلاع رسانی های قوی به اعضا صنف است. گاهی ممکن است قراردادهای پرسنلی دهها سوراخ حقوقی داشته باشد. خیلی ساده تر از این حرفها، بیمه و مالیات و دیوان عدالت اداری پراحتی شرکتها را زمین می زنند. بطور مثال نظام صنفی در حوزه تنظیم قراردادهای پرسنلی، محرمانگی و رقابت پذیری می تواند الگوهای خوبی که مورد تایید سازمان بیمه و مالیات و غیره است را تنظیم کند و بعد به همه اعضا اطلاع دهد که کدام بخش را می تواند خودتان ویرایش کنید، کدام بخش ما بهتر است دست نخورد و یا مسائلی از این دست. این کمک بزرگی است به خصوص به اعضا کوچکتر که معمولاً مشکلات حقوقی و سازمان یافته بزرگی برای این تپ کارها ندارند.

صنف، باشگاه VIP برخی افراد
هدف از ایجاد نظام صنفی، بهبود کسب و کار بوده است. این بهبود می تواند از طریق لای، مذاکره و ایجاد تفاهم نامه و گرفتن امتیازات باشد که تاثیرات مثبت در دایره بازار کار خواهد داشت و دایره وسیع تر شود. ولی همزمان این بهبود باید از طریق کاتال حمایت تمام قد، عارضه شناسی مشکلات صنف، جلوگیری از رانت و کمکهای جدی حقوقی و مشاوره و به اعضا باشد. نه اینکه صنف تبدیل شود به ابزاری برای باز کردن سیر تجارت بعضی از اعضا خاص و عزیز درنده فراموش کرد سایر اعضا. در این حالت صنف ساده صاف کن یک سری اعضای خاص می شود. در این حالت دیگر اسمش صنف نیست بلکه یک باشگاه VIP است. و این تپ یکی مصداق شرایط فعلی می باشد.

یک جمع کوچکشده رسیدند به مقصد
یک قوم دویدند و به مقصد نرسیدند
به عقیده ی اعضا، اما تا کنون نظام صنفی یک پیچ اطلاعاتی چاپ تمیز برای اعضا خود ارسال کرده است که عضو محترم شما با عضویت در نظام صنفی هم اکنون به این خدمات و تسهیلات دسترسی دارید با عضویت محترم این خلاصه گزارش عملکرد نظام صنفی در سال گذشته در ابعاد مالی، لای گری، عارضه شناسی و تسهیل گری بوده است. **این مطلب باز می باشد از اعضای صنف و ابانه ی اصفهان میخوانند، مشکلاتی که با آن مواجه هستید همه را پیشنهادت از زمینده خود جهت اتکاس و اطلاع رسانی ارسال نمایند.**
ادامه دارد...



مهدی قربانی itnews@gmail.com

یک جمع نکوشیده رسیدند به مقصد یک قوم دویدند و به مقصد نرسیدند شما بلیط VIP ندارید؟؟؟

رقابت ناسالم شرکتها
موضوع دیگری که مشکل بسیاری از شرکتهاست Head Hunting یا شکار نیروی متخصص و موضوعی مثل دامپینگ نیروی متخصص ایرانی در حوزه نرم افزار که تبدیل به یک مناقشه جندی شده است. این فرایند در کل جهان طبیعی است و شرکتها با ارائه پیشنهادهای مالی قوی به سایر پرسنل و افراد متخصص، آنها را ترغیب می کنند به شرکت آنها بیوندند. مزایای بالا، حقوق بالا، تسهیلات خودرو و منزل و باشگاه و غیره همه از مشوق های بالا برای جذب نیرو مخصوص نیروی و شکار آنهاست. این ترغیب در بازار بین الملل دهها سال است که شناخته شده است و بخصوص در کشورها سرمایه داری خیلی جندی تر مشاهده می شود. در ایران نیز این قضیه بوده و هست و خواهد بود. با این حال از آنجا که ساز و کار قراردادهای کاری در ایران خیلی قوی نیستند و از طرفی پیگیری حقوقی فسخ های ناگهانی و سایر مشکلات قراردادی در دو قضایه ما بسیار سخت و طاقت فرسا هست، علاوه همه شرکتها صنعت نرم افزار بخصوص شرکت کوچکتر، در یک محاصره فنی حقوقی قرار گرفته اند. یعنی اگر دچار شکستگی یا پرسنل شود، شکار باید به شورای حل اختلاف ادرار کار یا محاکم قضایی یا مشاوران انتظامی صنف کشیده شود و خیلی مسره های سخت.

مثلا دامپینگ نیرو در ایران گاه اتفاق می افتد. شما نیروی دارید که مثلا ماهی ۲ میلیون حقوق می دهد و کلیدی ترین مدیر موفق فنی شماست. ناگهان این نیرو پیشنهاد حقوق ۱۰ میلیون از شرکت رقیب می گیرد و استعفا می دهد و می رود وارد شرکت جدید می شود. شرکت جدید بعد از سه ماه، نیروی فوق را بدون پرداخت حقوق اصلی و حتی سنوات اخراج می کند. همین تجربه است. نیروی فوق از شرکت جدید نرفته و از شرکت قبلی به دلیل شکستن عهد خود مانده است. هدف شرکت رقیب در این سناریو، دامپینگ نیرو بوده است. یعنی شما نیروهای کلیدی و اصلی خود را از دست بدهید. بهترین راه هم نگیزه مالی بود است یا تسهیلات لوکس، خوب این موضوع عملا برای شرکت از دست دهنده نیرو هیچ جای شکایات حقوقی خاصی ندارد. ولی این فرایند معوب پراحتی اتفاق می افتد و صدمات جبران ناپذیری به شرکتها می زند. این یعنی این خود برش نیرو، شکار نیرو، دامپینگ نیرو، باید بطور جدی توسط نظام صنفی مطالعه شود.

مثلا باید حتما پرسشنامه های آنلاین و نظرسنجی از مدیران عامل شرکتها عضو انجام شود و سوالات خوبی در مورد تجربیات آنها پرسیده شود. ببینید این موضوع تا چه حد ایلمیک و رایج هست و چه میزان آسیب به شرکتها زده است. عارضه شناسی صرف از وظایف مهم نظام است. اگر صنف دارای بیماری های خاصی باشد، دکتری برای تشخیص آنها به شکل آزمایش های علمی نیاز است. با جلسات مسجله کاری و نشستهای یکساعته هنگی نمی توان عارضه شناسی کرد. باید کارهای تحقیقی دقیق و نظرسنجی های کلان در سر لوحه نظام صنف باشد. این عارضه، بلکه همه عارضه های شرکتها که نیاز به مطالعه دقیق دارند. مشکلات صنف فقط صنف نمی شود. به دلیل یا چانه زنی یا افلاک ران برای گرفتن سهمیه نمایشگاه، کامپیوتر سالانه و از گرفتن امتیاز فلان یا برای فلان گروه شرکتها مزبور در دانه ی صنف، باید مشکلات صنف شناخته شود، به همه مدیران صنف نامه زده

که این کلاهها گاهی از طریق رستخانه و گاهی در جلسات و دیدارها به گوشمان می رسد. در شماره های قبلی بصورت مختصر به این کلاه ها پرداخته شد ولی گویا کاری برای رفع مشکلات صورت نگرفته است. از این رو بر آن شدیم در این مطلب مفصلا به آن بپردازیم.

اداره مالیات و سازمان تامین اجتماعی
تمام مشکلات اعضای صنف رایانه ی اصفهان با اداره مالیات و سازمان تامین اجتماعی پارچه است و هنوز این گروه در اصفهان باز نشده است. این در حالیست که سازمان نضر تهران فراخوان اعلام کرده است. صنف رایانه برای اجرای قانون مالیات های مستقیم را به اصفهان خوانده و اصفهان شرایط به گونه ای است که با توجه به جلسات که با اداره مالیات برگزار شده است، خروجی مثبتی ارائه نشده است که نشان از ناتوانی در ایجاد یک تفاهم مشترک میان صنف رایانه و اداره مالیات می باشد. وقتی نگاه یی بر فعالیت برخی اصناف دیگر و حل مشکل مالیات آنها می اندازیم چرایی عدم حل مشکل مالیات صنف رایانه در ذهن نقش می بندد؟؟؟

عدم حمایت از اعضای صنف
وسعت و حمایت گرفتن از صنف برای بسیاری در این نقطه دچار مشکل شده است. وقتی شرکت های عضو، که حق عضویت های سالانه را نیز پرداخته اند، قادر نیستند از صنف برای مشکلات خود کمک بگیرند، پس این نظام صنفی فراز است که چگونه به اعضای خود خدمت کند؟ تعداد مشکلات اعضاء چگونه باید به صندر جدول اعضای هیات مدیره نظام صنفی رسد؟؟ آیا با صدور مجوز سازمانها و یا تمدید آن در راستای حمایت از شرکت های عضو کلیت می کند؟

برای صخرافه های مسئولین که در بعضی موارد تلاش های، چه برای توضیح قوانین، چه برای ساختن بازارهای جدید برای شرکتها و یا برگزاری نمایشگاه و چه برای مذاکره با سازمانها و مالیات برای گرفتن مزایا را انجام داده است اما با اینحال مشکلات جدی شرکتها عضو در بعضی نقاط بی پاسخ مانده و هیچ کس در این وضعیت پاسخگو نیست. اگر نظام صنفی در این نقطه پشت شرکت های کامپیوتری برای رسیدگی و احقاق حق جلوگیری از اینگونه تضعیف گریها نباشد، بسیاری از شرکتها با رفتن در نمایشگاه های آبی که بیشتر غرض آرای رهایی است تا عرضه محصولات مبتکرانه و خلاق، چیزی عایدشان نخواهد شد.
مشکل شرکت های نرم افزاری عدم تخفیف مالیات است. قوانینی برای تخفیف های مالیاتی به شرکت های تولید کننده نرم افزار وجود دارد. ولی معلوم نیست چرا این قوانین محکم اجرا نمی شوند؟؟؟ فضای رشد شرکتها را چه کسی باید تضمین کند؟ امنیت حقوقی و قانونی و سنجح حایاتی قوی از صنف را چه کسی باید برآ کند؟ آوازشیاری صنف رایانه و نیود اتحاد و اتحاد، منجر شده است که در بعضی نمایشگاه های نامیه دولتی، به انواع و روش های مختلف صنف رایانه را گوشمالی دهند و تخریب کنند.

ایران را جویانگاه کالاهای بی کیفیت نکنیم

اولین و پرتیراثرترین رسانه ی تخصصی در حوزه فناوری اطلاعات استان اصفهان

خود را متفاوت معرفی کنید



توزیع گسترده در

- شرکتها و فروشگاه ها
- دانشگاه ها و مراکز آموزشی
- سازمان های دولتی
- پاساژ های کامپیوتری
- کتابسک های مطبوعاتی
- شرکت های صنعتی

درج رایگان اطلاعات شرکتها و فروشگاه ها در سایه ت آبی اصفهان
ictnewsir@gmail.com www.itesfahan.ir

با ما تماس بگیرید

۰۹۳۴۶۷۱۰۹۳۱۸ - ۰۹۳۸۶۷۱۵۷۵

مهندس سید علیرضا محمودی مدیر عامل شرکت تعاونی پیشگامان نصف جهان:

الزام توجه ویژه مسئولین به شرکت های FCP



مهندس سید علیرضا محمودی از مهرماه سال ۱۳۹۱ مدیر عامل شرکت تعاونی پیشگامان نصف جهان می باشد که از زمان مدیریت ایشان، این شرکت تحولات مثبت و رو به رشدی را داشته و افتخارات زیادی در کلاس شهر اصفهان بدست آورده اند...

به عنوان سوال اول، ابتدا توضیح کاملی درباره شرکت تعاونی پیشگامان نصف جهان بیاورید:

شرکت تعاونی پیشگامان نصف جهان به عنوان اولین شرکت استانی و آقماری گروه تعاونی پیشگامان در سال ۱۳۸۷ در استان اصفهان تاسیس گردید و فعالیت خود را به تبعیت از گروه تعاونی پیشگامان در حوزه ارائه خدمات اینترنت پرسرعت و فناوری اطلاعات معطوف نموده که به عنوان نماینده شرکت پیشگامان نوسمه ارتباطات دارنده مجوز FCP در شهر اصفهان ۴۵ شهروان استان حضور داریم...

اشاره فرمودید که پیشگامان نصف جهان وارد حوزه های جدیدی در عرصه فناوری اطلاعات شده است لطفا توضیح بیشتری ارائه فرمایید:

با توجه به این که گروه تعاونی پیشگامان به صورت یک هلدینگ و با نزدیک به ۳۰ شرکت زیر مجموعه اداره می شود که این شرکت ها هر کدام دارای تخصص و مهارت منحصر به فردی می باشند که عموماً مرتبط با فناوری اطلاعات هستند لذا شرکت های استانی در گروه تعاونی پیشگامان از جمله شرکت تعاونی پیشگامان نصف جهان به نوعی نماینده سایر شرکت های این هلدینگ در ارائه و فروش محصولات و خدمات سایر شرکت ها در استان بومی خود می باشند...

شکلات شرکت های ارائه دهنده خدمات اینترنت در چند بعد قابل طرح می باشد و این مشکلات به قدری جدی هستند که می تواند در آینده نزدیک ادامه فعالیت شرکت های FCP را به مخاطر، پایداری یکی از این مشکلات هزینه های بالایی می باشد که باید به شرکت مخابرات پرداخت گردد...

نماینه
یکی از این مشکلات هزینه های بالایی می باشد که باید به شرکت مخابرات پرداخت گردد همچنین خرید تجهیزات مخابراتی از خارج از کشور با نرخ کنونی ارزهای خارجی نیز هزینه های زیادی را بر شرکت های خصوصی وارد می آورد...

اساس اختیارات خود بیکار می باشد همیشه تصمیم گیری شود شرکت مخابرات همکاری و تعامل خوبی با شرکت های خصوصی FCP دارد اما انجام ارائه ها، اختصاص فضا، تصویب طرح های توسعه و غیره نیز باید به لحاظ اداری و زمانی روز و روزه مشخص داشته باشند تا در نهایت، مصرف کننده و مشترکین خدمات اینترنتی کثرترین معطلی و بیشترین رضایت را از سرویس خود داشته باشند.

ماندانا داودی
m.davodim@gmail.com

مطابق از طریق ارتقاء و مبادله علم و تکنولوژی در میان شهرهای شکل گرفته است. برای این منظور این مجسمه همراهِ برنامه های متنوعی را در جهان برگزار می کند. این برنامه ها شامل مجمع عمومی، نشست شهرداران و روسای دانشگاه های شهرهای عضو و نمایشگاه های جانبی تحت شعار "توسعه پایدار برای شهرهای فناوری" برگزار میشود.

اطلاعات ارتباطی وزارت
اطلاعات ارتباطی وزارت

برگزاری سمینار امنیت تلفن های همراه برای کلیه دستگاه های اجرایی اصفهان
اداره کل ارتباطات و فناوری اطلاعات استان اصفهان با همکاری سازمان فناوری اطلاعات و مرکز تخصصی آبا دانشگاه صنعتی اصفهان اقدام به برگزاری سمینار امنیت تلفن های همراه برای کلیه دستگاه های اجرایی استان اصفهان کرد...

علم و فناوری در اصفهان، قطب اقتصادی و صنعتی ایران شکل گرفته و ضمن حمایت از شرکت های دانش بنیان، زمینه لازم را برای تجاری سازی دستاوردهای آنها و جذب سرمایه گذاری های داخلی و خارجی فراهم می آورد...

انتخاب یکی از مدیران شهرک علمی و تحقیقاتی بعنوان عضو هیات مدیره IASP

مؤگان یزدانپور، سرپرست دفتر همکاری های علمی و بین المللی شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان، به عنوان عضو هیات مدیره انجمن بین المللی پارک های علمی و مناطق نوآوری (IASP) انتخاب شد...

مؤگان یزدانپور، سرپرست گروه همکاری های علمی و بین المللی شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان، پیش از ۳۰ سال سابقه فعالیت در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان در حوزه بین الملل داشته و مدیریت بخش امور بین الملل و آموزش مرکز منطقه ای توسعه مراکز رشد و پارک های فناوری یوسکو را برعهده دارند...

عضویت شهر اصفهان در انجمن شهر های فناوری جهان عضویت WTA تصویب شد

با حضور آقای دکتر امیدیه مدیر کل ارتباطات و فناوری اطلاعات استان اصفهان به عنوان عضو اجرایی انجمن شهر های فناوری جهان اقدام به عضویت شهر اصفهان در انجمن WTA (World Technopolis Association) کرد...

کسب میزبانی بزرگترین رویداد فناوری جهان توسط شهرک علمی و تحقیقاتی

شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان

شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان به عنوان میزبان سی و پنجمین کنفرانس انجمن بین المللی پارک های علم و فناوری و مناطق نوآوری (IASP) در سال ۲۰۱۸ انتخاب شد...

ادوارد یک میان بر همه جانبه



موفقیت اپلیکیشن ضروری است. متخصصان این ۴ مرحله را معرفی، رشد، بلوغ و افول می‌نامند و معتقدند علیرغم تصور عامیانه که بازاریابی و تبلیغات فقط متعلق به مرحله اول یعنی معرفی است، انجام این مهم برای تحقق اهداف فروش در همه مراحل ضروری است. متناهی مشخصات هر مرحله و ویژگی‌های محصول است که نوع بازاریابی را در هر بازه زمانی تعریف می‌کند. بدیهی است که در مرحله اول یعنی معرفی، جذب کاربران جدید هدف اصلی است. در حوزه بازاریابی برای اپلیکیشن، می‌توانیم این هدف را به دانلود و نصب اپلیکیشن تغییر کنیم. فعالیت‌های بازاریابی از زمان انتشار اپلیکیشن آغاز می‌شود و باقی بهترین زمان برای انتشار اپلیکیشن در مارکت گام ضروری اولیه است. همانطور که گفته شد، علیرغم تصور اولیه در کشورمان که بازاریابی برای اپلیکیشن به معنی تبلیغات ساده‌ی بصری و گسترده است، این فرایند مراحل متعددی دارد و تبلیغات فقط گام اول آن است، اما بدیهی است که اگر همین گام اول به درستی پرداخته نشود، گام‌های بعدی بی‌معنی هستند. شاهد این مدعا این است که در میان تعداد محدودی از اپلیکیشن‌ها که اقدام به تبلیغات نمی‌نمایند، اغلب آنها این کار را فقط از طریق تبلیغات بزرگ و به‌صورت گسترده انجام می‌دهند. مرحله اصلی در گام اول، تبلیغات موثر و هدفمند است. هدف فعالیت‌های بازاریابی در گام اول جذب کاربران جدیدی است که پس از ورود به صفحه‌ی اپلیکیشن در مارکت را

با وجود بیش از ۳ میلیون اپلیکیشن اندروید در مارکت‌های مختلف، دیگر دوران این گلخانه است که اپلیکیشن‌ها را منتشر کنیم و منتظر باشیم مردم بدون تلاشی از سوی ما، از آن استقبال کنند؛ حتی موفق‌ترین اپلیکیشن‌ها هم این را دریافته‌اند که بدون تخصصی بودجه‌ای برای بازاریابی مداوم اپلیکیشن، ادامه‌ی روند موفقیتشان ممکن نیست. با توجه به نتایج نظرسنجی‌های مختلف توسعه‌دهندگان، اهمیت انجام فعالیت‌های جدی بازاریابی برای اپلیکیشن در کشور ما هنوز تبیین نشده است و این صنعت هنوز نوبت است، در حالیکه بازار تبلیغات برای اپلیکیشن‌ها در سایر نقاط جهان همین چند ساله دارد و به بلوغ خود نزدیک می‌شود. در این مطلب با تعریف بازاریابی برای اپلیکیشن، برخی راهکارهای رایگان در این زمینه، معانی مختلف آن در چرخه‌ی عمر یک اپلیکیشن و گزینه‌های مختلف برای تحقق موفق این امر بیشتر آشنا می‌شویم. فرایندی که اپلیکیشن‌ها برای جذب کاربر، درگیر کردن او با اپلیکیشن، حفظ وی و رشد اپلیکیشن از آن استفاده می‌کنند. بازاریابی اپلیکیشن نامیده می‌شود. کمپین‌های بازاریابی اپلیکیشن‌ها برای باقی‌ماندن کاربران جدید و هدایت ایشان در جهت بیشتر شدن نرخ همگرایی و در نهایت ایجاد کاربرانی وفادار طراحی می‌شوند. اگر اپلیکیشن را یک محصول تعریف کنیم، می‌توانیم ۴ مرحله‌ی چرخه حیات را برای آن متصور شویم که انجام فعالیت‌های بازاریابی متناسب با ویژگی‌های هر مرحله، برای

دانلود کنند. برای هدایت کاربران به صفحه‌ی اپلیکیشن می‌توان از راه‌های مختلف تبلیغات بهره برد. انواع تبلیغات عبارتند از: تبلیغات بزرگ، تبلیغات تمام صفحه، تبلیغات ویدئویی، مینی‌گیم، کمپین‌های تبلیغاتی، اسپونسر و تویتر و ... هدف از این تبلیغات این است که کاربر با مشاهده‌ی آن به کلیک ما را به این هدف نزدیکتر کند. در برداشتن گام اول موفق‌تر عمل کرده‌ایم.

تکنه مهم دیگر در این مرحله از گام اول، قرار دادن تبلیغ در محل مناسب است. وقتی هدف گام اول بازاریابی ما این است که کاربران گوشی‌های اندروید وارد صفحه‌ی اپلیکیشن‌مان بشوند، لازم است که تبلیغ را به کسانی که دارای این گوشی‌ها هستند نمایش بدهیم و برای مثال، نمایش بزرگ تبلیغاتی در وب‌سایت‌هایی که عده‌ی زیادی از آنها از طریق دست‌ناب است منطقی به نظر نمی‌رسد. بهترین راه برای هرچه هدفمندتر کردن تبلیغات این است که پس از انتخاب نوع تبلیغ، تبلیغات را درون اپلیکیشن‌های دیگر نمایش بدهیم. با این کار مطمئن هستیم که همگی کسانی که تبلیغ ما را تماشا می‌کنند، گوشی هوشمند اندروید دارند.

یک میان بر همه جانبه

همانطور که گفته شد، باقی محل مناسبی برای نمایش تبلیغ، انتخاب نوع مناسب تبلیغ و در نهایت انجام هدفمند تبلیغات، سه امر ضروری در طی گام اول بازاریابی برای اپلیکیشن هستند. وجود سیستمی برای تبلیغات ویدئویی هدفمند درون اپلیکیشن‌های موبایل، می‌تواند هر سه مورد را برای بازاریابان اپلیکیشن فراهم کند. ادوارد اولین سامانه تبلیغات متقابل در ایران است که این خدمات را برای شما به درازمان می‌آورد. اگر شما قصد تبلیغات برای اپلیکیشن خود دارید، بهتر است همین امروز دست به کار شوید و بجای صرف تبلیغات بزرگ در محیط‌های غیر مرتبط، تبلیغات خودتان را به ادوارد سپارید. در ادوارد اولین سامانه تبلیغات متقابل موبایل، توسعه‌دهندگان به نمایش تبلیغات یکدیگر درون اپلیکیشن‌های خود می‌پردازند و در ازای نمایش این تبلیغات امتیاز جمع می‌کنند. سپس امتیازات جمع شده را برای نمایش تبلیغات اپلیکیشن خود در سایر اپلیکیشن‌ها مورد استفاده قرار میدهند، مهمترین مزیت این روش به رایگان بودن آن باز میگردد، چرا که هیچ مبلغی برای نمایش این تبلیغات بین توسعه‌دهندگان رد و بدل نمیشود و این روش و روش مناسبی برای آن دسته از توسعه‌دهنگانی است که کار

خود را به تازگی آغاز نموده یا با کمیود بودجه مواجه اند. با استفاده از این روش مخاطبین خاص هر یک از اپلیکیشن‌ها، با اپلیکیشن دیگری که درون آن تبلیغ شده آشنا می‌شوند. از این رو میتوان تبلیغات متقابل را به عنوان روشی برای جذب مخاطب بیشتر تلقی کرد که به نفع هر دو طرف می‌باشد. در حقیقت از طریق تبلیغات متقابل، توسعه‌دهندگان در راستای یک هدف مشترک که دسترسی به مخاطبین بیشتر، افزایش دانلود، نصب اپلیکیشن و در نهایت کسب درآمد از محصول ساخته شده است، تلاش میکنند و در این میان از یکدیگر کمک میگیرند.

تمامی توسعه‌دهندگان مایلند اپلیکیشن آنها دانلود بسیار زیادی را از آن خود کرده و به سرعت در صدر جدول اپ استورهای موردنظر قرار گیرد، از این رو با نمایش تبلیغات درون اپلیکیشن‌هایی که به این جایگاه دست یافته اند، ارزش افزودهای نصب اپلیکیشن‌های جدید میشود.

در تبلیغات متقابل تبلیغ مناسب به کاربر مناسب و درستی مناسب ارائه میشود برای اپلیکیشن‌های جدید که مخاطبین کمی دارند، بیشتر منتفع از به دنبال خواهد داشت.

برای شروع تبلیغات متقابل در ادوارد، کالیت توسعه‌دهندگان پس از عضویت در ادوارد، اپلیکیشن خود را ثبت کنند. پس از دریافت کد یکتای اپلیکیشن، با قراردادن SDK ادوارد در اپلیکیشن خود شروع به کسب امتیاز کنند. همچنین کمپین‌های تبلیغاتی بزرگ، تمام صفحه و ویدئویی خود را ایجاد و روند تبلیغات را افزایش نمایند. این سامانه تبلیغات به توسعه‌دهندگان اپلیکیشن و بازی موبایل نسبت به دیگر برندها و شرکت‌هایی هم که تمایل دارند محصول خود را تبلیغ کنند، متمایز است. ادوارد "استفاده نموده و تبلیغات خود را در این سامانه مختلف میچون پتر شاور، پتر تمام صفحه و ویدئویی به تبلیغات اختصاصی برای اپلیکیشن‌های نمایش دهنده. جهت اطلاع از طرح‌های تجاری "ادوارد" وارد حساب کاربری خود شوید. از جمله تفاوت‌های ادوارد با دیگر رسانه‌های تبلیغاتی میتوان به مدیریت آسان تبلیغات متقابل، پشتیبانی قوی و سریع کمک، آمار و تحلیل دقیق، سبب جدید تبلیغات اشاره کرد. در ادوارد ادوارد را مایلا صالحی، چیتانکار استودیو طراحی و توسعه بازی و برنامه‌های موبایل ژانگیز و ژانگیز و ژانگیز، مؤسس سایت AppReview برگزیده ششین جشنواره وب ایران مرجع نقد و بررسی اپلیکیشن‌های موبایل و محمد حمیدی اصفهانی توسعه دهنده وب، تحلیل گر نرم افزار، مریمی و مشاور در حوزه امنیت و مدیریت پروژه‌های پیچیده بر عهده دارند.

سامانه لغو پیامک‌های تبلیغاتی شکست خورد؟

پیامک‌های تبلیغاتی با مشکلاتی همراه است و باز هم تاخواست پیامک‌های تبلیغاتی و ارزش افزوده دریافت می‌کنند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که سامانه ۸۰۰۰ نظور که باید موفق عمل کرده و بسیاری از کاربران موبایل همچنان از دریافت پیامک‌های ناخواسته اظهار ناراضی می‌کنند. مشترکان موبایل اعلان دارند که با وجودی که باها طی تماس با سامانه ۸۰۰۰ درخواست لغو و غیرفعالسازی پیامک‌های تبلیغاتی و ارزش افزوده خود را می‌دهند اما همچنان این پیامک‌ها را دریافت می‌کنند. در بسیاری موارد، حتی سامانه ۸۰۰۰ کاربر می‌گوید که هیچ نوع پیامک ارزش افزوده‌ای برای وی فعال نیست اما با این وجود مشترک همچنان پیامک ارزش افزوده دریافت می‌کند که این پیامک‌ها برای کاربران هزینه بر پی دارد. در همین حال دریافت پیامک‌های تبلیغاتی با سرشماره‌های مختلف پیامکی نیز از دیگر مشکلاتی است که کاربران اپراتورهای مختلف عنوان می‌کنند و می‌گویند که با وجود پیگیری برای لغو این پیامک‌ها، همچنان روزانه چندین پیامک تبلیغاتی دریافت می‌کنند. مشکل لغو لغو پیامک‌های تبلیغاتی و ارزش افزوده مربوط به تمامی اپراتورهای موبایل است و با وجودی که مشترکان از این خدمات ناراضی هستند، اپراتورهای موبایل همچنان معتقدند که به درخواست مشترکان، این سرویس را قطع کرده‌اند. پیش از این علی اصغر میبدیان، معاون وزیر ارتباطات و رئیس سازمان نظیم

با گذشت ۶ ماه از راه اندازی سرویس یکپارچه لغو پیامک‌های انبوه برای تمامی اپراتورهای موبایل، اما همچنان بسیاری از مشترکان، موفق به لغو این پیامک‌های ناخواسته، از طریق این سرویس نشده‌اند. سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادویی، اواخر تیرماه ماه اسفند، با توجه به مضمحل دریافت پیامک‌های ناخواسته، سرویس یکپارچه‌ای را برای حذف این پیامک‌ها راه اندازی کرد تا مشترکان ۳ اپراتور موبایل بتوانند به یک شیوه، دریافت پیامک‌هایی را که آسایش آنها را برهم زده، حذف و یا لغو کنند. در این شیوه، فعالسازی و غیرفعالسازی خدمات پیامکی برای کاربران تمامی اپراتورهای تلفن همراه، از طریق سامانه پیامکی ۸۰۰۰ و شماره‌گیری کد دستوری #۸۰۰۴ ممکن شد تا کاربران بتوانند از این روش، نسبت به انواع پیامک‌های ارزش افزوده و تبلیغاتی فعال روی سیمکارت خود و روش غیرفعالسازی آن آگاه شوند و یا در صورت عدم تمایل به دریافت این پیامک‌ها، آنها را لغو کنند. از طریق این سرویس، مشاهده سرویس‌های فعال، قطع خدمات مبتنی بر محتوا و قطع پیامک تبلیغاتی ممکن شده تا چنانچه مشترک این کد را شماره گیری کند. اپراتور لیست سرویس‌های فعال را به وی اطلاع دهد. در همین حال مطابق با این سامانه، در صورت تمایل به لغو دریافت پیامک‌های تبلیغاتی، اپراتور این پیامها را ظرف ۲۴ ساعت مسدود و غیرفعال خواهد کرد. حال با گذشت حدود ۶ ماه از اجرای این طرح، برخی کاربران همچنان معتقدند که این روش برای حذف

مقررات و ارتباطات رادویی این موضوع را رد کرد و گفته بود، در صورت درخواست مشترک برای لغو پیامک تبلیغاتی به جرات می‌گویم که دیگر امکان ارسال پیامک‌های تبلیغاتی از سامانه اپراتورهای موبایل وجود ندارد و در صورتی که مشترکی مدعی است که این پیامک‌ها را از سرشماره‌های پیامکی، دریافت می‌کند آن را اعلام کند، چرا که در صورت درخواست لغو پیامک تبلیغاتی، نظر فنی امکان ارسال این پیامک‌های تبلیغاتی در شبکه اپراتورهای موبایل وجود ندارد. وی مشکل فعلی مشترکان موبایل در دریافت پیامک‌های تبلیغاتی را مربوط به ارسال کننده شخصی عنوان کرد و گفت: برخی از طریق تلفن‌های شخصی اقدام به ارسال پیامک‌های تبلیغاتی به صورت انبوه می‌کنند که با ارسال کد مشترک شخصی پیامک‌های تبلیغاتی نیز برخورد می‌کنند. در پیگیری از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادویی به عنوان نهاد نظارتی این بخش، حسین فلاح جوشقانی معاون نظارت این سازمان به مهر گفت: عملکرد سامانه ۸۰۰۰ در مدتی که راه اندازی شده قابل قبول بوده و ۱۰ میلیون مشترک در بازه زمانی راه اندازی این سامانه، درخواست غیرفعالسازی سرویس پیامک انبوه داشته‌اند. اما با این حال ممکن است این سیستم با باگ‌هایی نیز روبه رو باشد که در صورت ناراضی مشترکان از عملکرد این سامانه، به موارد دریافت شده، رسیدگی خواهد شد. حال با توجه به وجود ناراضی‌هایی که در مورد دریافت این پیامک‌های ناخواسته از سوی برخی مشترکان شنیده می‌شود، مشترکان می‌توانند برای انصراف از دریافت انواع پیامک در صورت ناکارآمدی سامانه ۸۰۰۰ شکایت خود را از طریق سامانه ۱۹۵ به رگولاتوری اعلام کنند.



۰۳۱۱۹۵-۱۳۲۳۶
۰۹۳۶۷۱-۹۳۱۸

عصر ارتباط سرپرستی استان اصفهان

اشتراک هفته نامه عصر ارتباط یعنی:
دسترسی به اخبار ICT ایران
دسترسی به قیمت ۲۶۰ کالای دیجیتال
معرفی جدیدترین اپلیکیشن‌های موجود
معرفی و بررسی جدیدترین گوشی‌ها و تبلت‌های بازار

WWW.ISFICTNEWS.IR
WWW.NEWSIT.IR

با ما به روز باشید

چرا استارت‌آپ‌ها در ایران موفق نیستند؟

طی سال‌های اخیر فعالیت‌های جوانان ایرانی برای راه‌اندازی شرکت استارت‌آپ‌ها بسیار افزایش یافته است. اما برعکس اتفاقات شیرینی که برای اکثر شرکت‌های استارت‌آپی در کشورهای توسعه‌یافته رخ می‌دهد، سرانجام نادر است. در سال اخیر کمتر از یک درصد از شرکت‌های استارت‌آپی در ایران به موفقیت رسیده است. بر اساس گزارش‌ها، در هر سال کمتر از یک درصد از شرکت‌های استارت‌آپی در ایران به موفقیت می‌رسند. به سرعت شکست می‌خورند. شرکت‌هایی که با شور و شوق و انگیزه زیادی حضور خودشان را در بازار تکنولوژی اعلام می‌کنند متأسفانه خیلی سریع و ناگهانی از بازار خارج می‌شوند. اما چه چیز باعث شده که این جریان پر شوخ‌براج و پر هیاهو استارت‌آپ‌ها بعد از مدتی خاموش شود؟ چرا اکثر استارت‌آپ‌ها همانند شمشیرهای خارج خود به موفقیت نمی‌رسند؟ آیا در کشور ما موانعی برای موفقیت استارت‌آپ‌ها وجود دارد؟ آیا استارت‌آپ‌ها برای کشور ما مناسب نیستند؟ در این نوشتار قصد داریم به اختصار به بررسی دلایل شکست استارت‌آپ‌ها و عدم موفقیت آنها در کشورمان بپردازیم.

نبودن حقوق مالکیت معنوی و کپی رایت
حقوق مالکیت معنوی در معانی وسیع کلمه هنر نیست از حقوق ناشی از آفرینش‌ها و خلاقیت‌های فکری در زمینه‌های علمی و صنعتی، ادبی و هنری، به طوری مستحق حقوق مالکیت معنوی به دو شاخه اصلی حقوق مالکیت صنعتی و حق مؤلف یا حق کپی‌راید تقسیم می‌شود. در کارآفرینی بخصوص در حوزه فناوری اطلاعات و تکنولوژی حقوق مالکیت از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. زمانی که یک کارآفرین دارای ایده جدیدی است و می‌خواهد این ایده را به محصول تبدیل کند باید قوانین کشور از او حمایت کنند و امکان کپی‌راید را در اختیارش قرار دهند. در ایجاد استارت‌آپ‌ها نیز این موضوع اهمیت بسیار بالایی دارد. بطوریکه بدون داشتن قوانین مناسب که از حقوق مالکیت حمایت کند امکان رشد و شکوفایی استارت‌آپ‌ها وجود ندارد. متأسفانه یکی از مشکلات کشور ما عدم وجود قوانین مناسب در حوزه حقوق مالکیت و اجرایی نشدن قوانین موجود است. در شرایطی که در کشور ما حوزه حقوق مالکیت بصورت مناسب و کارایی وجود ندارد کسانی که با ایده‌های جدید در می‌آیند ایجاد استارت‌آپ هستند نمی‌توانند امید چندانی به موفقیت کسب و کار خود داشته باشند. حتی اگر این افراد ایده‌های بسیار خوبی هم داشته باشند و بتوانند آن را به محصول تبدیل کنند ممکن است افراد دیگری از ایده و محصولات آنها کپی‌برداری کنند و برای کسب و کار آنها چالش جدی ایجاد کنند. از همین رو یکی از الزامات موفقیت استارت‌آپ‌ها وجود قوانین مالکیت در کشور است و تا زمانی که این قوانین به درستی تدوین و اجرایی نشوند امکان موفقیت استارت‌آپ‌ها وجود ندارد.

نبودن صندوق‌های سرمایه‌گذاری و اسکم‌پدایر
یکی از ویژگی‌های مهم استارت‌آپ این است که شوبه جدیدی از کسب‌وکار که قبلاً تجربه نشده است را آغاز می‌کند. رونق گرفتن استارت‌آپ با یک کسب‌وکار نوپای عالی این است که تجربه قبلی ندارد و به همین دلیل ریسک‌های خاص خودش را دارد. متأسفانه به دلیل ویژگی‌های خاص استارت‌آپ‌ها، ۸۰٪ الی ۹۰٪ درصد استارت‌آپ‌ها با شکست مواجه می‌شوند. این وضعیت بسیار شده است تا سرمایه‌گذاران رغبت کمی برای مشارکت در آنها داشته باشند. طبیعی است سرمایه‌گذاران تمایل دارند در جایی سرمایه خود را صرف کنند که ریسک کم داشته باشد و پتانسیل سود فراوان را بگیرد. بانک‌ها نیز همانند سرمایه‌گذاران خصوصی، تمایل چندانی به مشارکت در سرمایه‌گذاری‌ها با ریسک بالا

مناسب می‌تواند مانع بزرگ بر سر راه موفقیت استارت‌آپ‌ها باشد.

فناوری بودن فضای کسب و کار
چیزی که در مورد کسب‌وکارهای استارت‌آپ اهمیت ویژه‌ای دارد، سرعت در ارائه کار است. استارت‌آپ، مزه‌ه پرورش شرم‌خیز نیست که برای آن برنامه چند ساله دیده شود، چون هر لحظه ممکن است ایده‌ای که در ذهن یک گروه است، توسط گروهی دیگر به مرحله اجرا برسد. کسی که اقدام به راه‌اندازی استارت‌آپ می‌کند، یک مسئله دیگر را هم باید مدنظر قرار دهد. بسیاری از ایده‌ها موجود در طرح اولیه در صورتی خودشان را نشان می‌دهند که به مرحله اجرا برسد. در نتیجه باید وسوسا را کنار گذاشت و ایده به اجرا تبدیل شود. برای اجرایی شدن سریع کسب و کار نیاز به داشتن محیط کسب و کار مناسب است. در شرایطی که محیط کسب و کار در کشور مناسب نباشد امکان ایجاد سریع کسب و کار و به نتیجه رسیدن آن وجود ندارد. باید تمام عواملی که در ایجاد و شکل‌گیری کسب و کار دخیل هستند به نیت کارآفرینا نقش دهند و بر سر راه ایجاد کسب و کار مانعی ایجاد نکنند. اما متأسفانه محیط کسب و کار در کشور ما اصلاً شرایط مناسبی ندارد و همواره رتبه‌های بسیار بالایی در گزارش جهانی محیط کسب و کار کسب می‌کنند. بسیاری از فعالان حوزه کسب و کار آنلاین نیز به سخت بودن ایجاد این کسب و کارها در کشورهای در حال توسعه بخصوص کشورهای خاورمیانه اذعان دارند. به گفته EYad در کشورهای در حال توسعه سرمایه‌گذاری Rocket Internet در خاورمیانه - [آراه اندازی شرکت در ایران] به وضوح در کشور دیگری سخت‌تر است. Rocket Internet کارهای آنلاین است به وضوح به دشواری ایجاد این کسب و کارها در خاورمیانه اشاره کرده است. بنابراین برای موفقیت استارت‌آپ‌ها نیازمند نهادن بودن فضای کسب و کار هستیم و این همان مشکلی است که در کشور ما وجود دارد. نامناسب بودن فضای کسب و کار یکی از موانع اصلی شکل‌گیری استارت‌آپ‌ها در کشور ما است که می‌تواند موفقیت آنها را کم کند و کارها را ناممکن و یا بسیار دشوار کند.

ضعف اکوسیستم استارت‌آپ
اکوسیستم نوپا به تعریف ساده، مجموعه‌ای از عناصر و اصلاح‌های شکل‌گیری استارت‌آپ است که تا آنها وجود نداشته باشد نمی‌توان به موفقیت استارت‌آپ امید داشت. مراکز رشد و شتاب‌دهنده، مراکز سرمایه‌گذاری، رسانه‌ها، دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی، سازمان‌های دولتی، محیط و نظام حقوقی از جمله اجزای اکوسیستم استارت‌آپ هستند. اینکه در برخی کشورها و شهرها استارت‌آپ‌ها موفق‌تر از برخی نقاط دیگر هستند به دلیل تفاوت در همین اکوسیستم است. با نگاهی به وضعیت کشور مشاهده می‌شود که کشور ما در این موارد دارای ضعف جدی است. اکوسیستم مناسبی برای استارت‌آپ‌ها وجود ندارد. مراکز رشد (Incubators) به اندازه کافی وجود ندارند و اگر هم تعدادی از آنها، در شهرهای مختلف فعالیت می‌کنند، تماماً دولتی و وابسته به دولت بوده و تنها کاری که انجام می‌دهند دادن وام‌های بانکی کم بهره است. هیچ مرکز شتاب‌دهنده‌ای (Accelerator) شکل درست و حرفه‌ای آن در کشور وجود ندارد. صندوق‌های سرمایه‌گذاری تخصصی متمرکز بر استارت‌آپ‌ها و صندوق‌های حامی سرمایه‌گذاری‌ها با ریسک بالا وجود ندارد. قوانین حقوقی هم دارای خلایقی در حمایت از نوآوری‌ها هستند و حقوق مالکیت کاربری وجود ندارد. همه این شرایط سبب شده است تا در کشور ما اکوسیستم استارت‌آپی دارای ضعف جدی باشد و فضای مناسبی برای رشد و شکوفایی استارت‌آپ‌ها وجود نداشته باشد. به نظر می‌رسد مهم‌ترین دلیل عدم موفقیت استارت‌آپ‌ها در کشور ما نیز همین نکته باشد و این خلایق‌ترین چالش موفقیت استارت‌آپ‌ها باشد.



- واژه‌نامه استارت‌آپ‌ها
- ۱۰ واژه غریبی که استارت‌آپ‌ها استفاده می‌کنند
- Bootstrapping:** راه‌اندازی شرکت با سرمایه خارجی اندک یا بدون آن (چه به شکل سرمایه‌گذاری یا مخاطره‌آمیز یا دیگر سرمایه‌های نهادی)
 - Angel Investor:** فردی مستقل که سرمایه خودش را در شرکت سرمایه‌گذاری می‌کند.
 - Growth Hacking:** بازاریابی مبتنی بر روش‌های افزایش تعامل و رشد در شرکت‌های کوچک با استراتژی‌ها متمرکز است.
 - Optimize:** تا حد ممکن کارآمد یا کامل کردن
 - Real-Time:** زمان واقعی که طی آن روند یا رخدادی اتفاق می‌افتد.
 - Pivot:** حرکتی که کارآفرینان در زمان تصمیم‌گیری تغییر جدی روند کاری شرکت خود انجام می‌دهند.
 - Platform:** بنیانی که کل تجارت‌ها را می‌توان بر آن بنا کرد.
 - Ninja:** فردی با مهارت‌های بالا
 - Clickability:** مقبولیت شیبی که با هاب‌لینک معرفی شده است.

هفتهنامه خبری اطلاع‌رسانی اجزینی پژوهشی

صاحب امتیاز و مدیر مسئول: مهدی بکلری

سرپرست استان اصفهان: مهندس سید قربانی

تلفن: ۰۲۱-۱۲۳۳۶۰۵۰-۰۲۱-۲۲۲۲۱۱۲۲۱

تعمیر: ۰۲۱-۹۳۷۱۰۲۱۸-۰۲۱-۹۳۷۱۰۲۱۸

آدرس پستی: اصفهان- صندوق پستی: ۳۳۶-۱۱۴۶۵

isfictnews.ir telegram.me/newalt lctnewsir@gmail.com



مسواک با قابلیت اتصال به گوشی

مسواک بلوتوثی یکی دیگر از نوآوری‌های دنیای تکنولوژی در زمینه سلامت است. به تازگی شرکت Philips Sonicare نمونه‌ای از این مسواک را تولید کرده که قابلیت اتصال به گوشی‌های هوشمند اندرویدی و iOS را از طریق اپلیکشن مخصوص دارد و می‌تواند اطلاعات مفیدی از سلامت دهان و دندان در اختیار کاربر قرار دهد. مسکن است از ده در نگاه اول چنین محصولی را غیر مفید بدانند. اما اگر شما نیز برای سلامت دهان و دندان خود حساس هستید و می‌خواهید زمان بیشتری را برای مسواک زدن اختصاص دهید، این مسواک برای شما مناسب است. FlexCare چهچیز به مستخدمان است که حرکت مسواک را به طور منظم اندازه‌گیری می‌کند. اطلاعات جمع‌آوری شده از این سنسورها نیز پس از اتصال به اپلیکشن اندرویدی یا iOS منتقل می‌شوند. زمانی که کاربر در حال مسواک زدن است، نقشه‌های سه‌بعدی از دندان‌های او در اپلیکشن به نمایش درمی‌آید و به او اطلاع می‌دهد که در حال حاضر در حال تمیز کردن کدام دندان است. کاربر می‌تواند ببیند که آیا فشاری که هنگام مسواک زدن وارد می‌کند مناسب است یا خیر. علاوه بر این، مدت زمان ۲ دقیقه‌ای که در نامبر مسواک و اپلیکشن محاسبه می‌شود، اپلیکشن نقاطی که از دسترس کاربر دور مانده‌اند را به او نمایش می‌دهد. دیگر امکاناتی که اپلیکشن این مسواک به همراه دارد امکان تنظیم کردن هدف سلامتی، نمایش روند مسواک زدن در مدت زمان مشخص و نمایش پیام‌های انگیزه‌دهنده می‌باشد. اپلیکشن می‌تواند زمان مسواک زدن شما را به یاد می‌آورد و در صورت فراموشی شما از مسواک زدن به شما اطلاع می‌دهد. همچنین می‌تواند زمان مسواک زدن شما را به یاد می‌آورد و در صورت فراموشی شما از مسواک زدن به شما اطلاع می‌دهد. همچنین می‌تواند زمان مسواک زدن شما را به یاد می‌آورد و در صورت فراموشی شما از مسواک زدن به شما اطلاع می‌دهد.



دستگاهی که دوربین را به خودرو اضافه می‌کند به واسطه‌ی گیره‌های خود، به راحتی روی انواع آینه‌های خودروها قابل نصب است. دستگاه جدید ihreey دارای دو دوربین است؛ یکی در پشت پشش‌آینه برای نمایش و ضبط محیط دوروی خودرو و دیگری برای نصب روی در صندوق عقب. مراحل نصب این دستگاه بسیار ساده است. تنها کافی است این آینه جدید را روی نمونه‌ی استاندارد خودروی خود نصب کنید و دوربین جدید عقب را نیز در محل مناسبی روی در صندوق عقب متصل کنید. البته به نظر داشته باشید که دوربین دوم دارای سیم است و یکی از مراحل سخت استفاده از این جفت، عبور سیم این دوربین از پشت پوشش سقف و دیواره‌های کابین خودرو و رساندن آن به صندوق عقب است. آینه جدید ihreey برنانه‌ی ضبط تصاویر دوربینی از دوربین‌ها را با زوایای ۱۰۸۰P و ذخیره‌ی آن روی کارت حافظه قرار در نهایت نیز باید به بزرگترین

کجی برای برقراری تماس تلفنی با انگشت! دوستان خود مکالمه داشته باشند. بند هوشمند Sgnl که کاربران می‌توانند با متصل کردنش به ساعت خود، از آن استفاده کنند. با ترکیب یک سیستم ویره و بلوتوث عمل کرده و قادر خواهد بود با اشاره انگشت خود، به تماس دردیانی پاسخ دهند. عملکرد کلی این بند هوشمند نیز کاملاً مشخص است: بند Sgnl سیگنال مربوط به تماس را از طریق بلوتوث دریافت می‌کند و از طریق یک سیستم ویره، آن را به انگشت کاربران می‌رساند. مانی که شما انگشتان را نزدیک گوش خود می‌گیرید، سیستم به ایجاد یک پوزا و تقویت آن، صدای مورد نظر را به شما منتقل می‌کند. شاید این موضوع کمی ساده باشد، اما بر اساس علم فیزیک بوده و هیچ گاه عملکرد آن نمی‌تواند دچار اشکال شود. علاوه بر این، بند هوشمند Sgnl با استفاده از یک باتری لیتیوم پلیمری، می‌تواند تا ۵۰۰ بار شارژ شود. سازندگان نیز اعلام کرده‌اند که این بند

اسکن ۳ بعدیکل بدن انسان در ۴ ثانیه گروهی از محققان ژاپنی موفق به ساخت دستگاهی شده‌اند که قادر است تنها در ۴ ثانیه کل بدن انسان را اسکن ۳ بعدی کند! این دستگاه Shun X نام داشته و توسط یک استارت‌آپ ژاپنی با عنوان VRC به مرحله اجرایی رسیده است. این دستگاه در نمایشگاه تکنولوژی ژاپن به نمایش در آمده و نتایج تست مرگ فضا اشغال می‌کند. Shun X هشت دوربین دیجیتال با لنزهای بزرگ (DSLR) و لنزهای های با کیفیت بالا بوده که به صورت‌های داخل اتاق متصل بوده و به ثبت تصاویر با همان اسکن ۳ بعدی از بدن انسان می‌پردازند. جالب است بدانید که

از وب سایت خود با یک SSL در برابر کلاه برداران محافظت کنید نماینده رسمی شرکت OpenTrust فرانسه در ایران ارائه گواهینامه SSL ویژه دامنه ها در .ir قابل صدور برای تمامی اشخاص، شرکت ها، بانک ها و سازمان ها به دست آوردن اعتماد بازدیدکنندگان با نمایش قفل امنیت حفاظت از اطلاعات شخصی بازدید کننده ها از سوء استفاده رمز گذار به اطلاعات حساس

Advertisement for SSL certificates with a padlock icon and website URL https://www.pouyasan.com

برای دریافت جدیدترین اپلیکیشن ها به آدرس زیر مراجعه کنید

Advertisement for WPS Office app with QR code and text: کم حجم ترین برنامه آفیس برای گوشی های هوشمند

Advertisement for a cultural app with QR code and text: گیشه: اپلیکیشنی برای خرید بلیت برنامه های فرهنگی

Advertisement for a real estate app with QR code and text: انبار: اپلیکیشنی برای مدیریت آسان ثبت، نگهداری و فروش کالا