



امیر ناظمی معاون وزیر و رئیس سازمان فناوری اطلاعات ایران



۵۰۰۲۱۲۱۲۱

عصر ارتباط

تله موفقیت، دلیل موفق نشدن اکوسیستم کار آفرینی اصفهان است

EsfahanErtebat.IR No.963 SEP2020 Vol.17

سال هفدهم شهر یور ۱۳۹۹ شماره ۹۶۳ ۸ صفحه



حسین مزروعی، بنیانگذار آواگیمز

نیاز نیست چرخ را از ابتدا اختراع کنیم



محسن مهربانی مدیریت فناوری اطلاعات استانداری اصفهان

پیش نیازهای خدمات الکترونیک مهیاست، عزم جدی تنها کمبود تحقق آن است





شرکت آسمان فراز سپاهان

نماینده شرکت ارتباطات ثابت پارسیان دارنده مجوز FCP
به شماره ۲۴-۹۴-۱۰۰ از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی



خدمات میزبانی
Web , Mail



سرورهای مجازی اختصاصی



سرویس Co-LOCATION



خدمات دیتاسنتر

اصفهان، خیابان امام خمینی، ابتدای خیابان شریف شرقی، کوچه جهان فولاد (۶۸)، بن بست پارسیان، ساختمان آسمان فراز
 تلفن: ۰۳۱ - ۳۵۱۱۱
www.asmanfaraz.com info@asmanfaraz.com

تله موفقیت، دلیل موفق نشدن اکوسیستم کار آفرینی اصفهان است

اینروزها که دنیا تحت تاثیر ویروس کرونا می باشد، در شرایطی که مردم در خانه هستند و ضرورت پیاده سازی دولت الکترونیک احساس شده است و بر روی این موضوع هم منتقدین معتقدند که در این خصوص اهمال کاری شده است. آیا چنین است؟ یکی از موضوعات دیگر که در ماه های اخیر از سوی منتقدین دولت مطرح شد، عدم پیاده سازی شبکه ملی اطلاعات است. با توجه به گزارشات متفاوت، در حال حاضر شبکه ملی اطلاعات در چه وضعیتی قرار دارد؟

دولت الکترونیک یکی از زیر ساخت هایی است که می تواند به شدت به بهسازی دولت و تصمیم گیری بهتر کمک کند و در دوران کرونا توانایی این زیرساخت ها ملموس شد. ما تجربه ای را در ایام شیوع کرونا داریم که دوست دارم، این تجربه و استفاده از زیرساخت های موجود را تشریح کنم. در ایام کرونا و اختصاص وام کمک یارانه ای یک میلیون تومانی دولت کل فرآیند کاملا الکترونیکی و بدون حضور مردم صورت گرفت. در ابتدا برای سرپرست خانوارها یک پیامک ارسال شد که در صورت تمایل دریافت وام عددی را ارسال کنند که به مثابه تایید احراز هویت فرد بدون حضور به بانک بود. حتی برای ضمانت دریافت وام، حساب یارانه فرد و دریافت وام هم بدون مراجعه حضوری و بصورت الکترونیکی صورت گرفت. اگر دقت بفرمایید فرآیند دریافت وام از ابتدا تا انتها بصورت الکترونیکی و بدون مراجعه حضوری صورت گرفت. این تجربه می تواند نمونه عملیاتی برای سایر بانکها برای اعطای تسهیلات به مردم باشد.

از این تجربه می توان دو نتیجه گرفت که نشان داد زیرساخت این کار بصورت الکترونیک در کشور در وضعیت فعلی وجود دارد و علاوه بر این ثابت کرد تمام المان های مختلفی که برای یک خدمت الکترونیکی بایستی باهم مرتبط شوند، وجود دارد. نتیجه دومی که می توانم به صراحت بگویم این است که آن چیزی که مانع تحقق دولت الکترونیک می شود، عدم زیرساخت الکترونیکی نیست، بلکه قوانین فرسوده و به روز نشده ای است که مانع تحقق دولت الکترونیک می شود. به زبان ساده تر باید بگویم مشکلی در زیرساخت وجود ندارد و مشکلی که وجود دارد مربوط به لایه خدمت و لایه قوانین و مقررات می باشد. در کشورمان دولت الکترونیک تفکیک شده است. زیرساخت بر عهده وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات بصورت متمرکز است. اینکه سایر دستگاه ها و نهادهای گیرنده و دهنده که بایستی خدماتی را بصورت الکترونیکی ارائه دهند و از این زیرساخت استفاده کنند، به سیاست های خودشان برمی گردد و وزارت ارتباطات هیچ گونه اختیاری در خصوص الکترونیکی کردن سرویس هایشان ندارد ولی آیا برای الکترونیکی کردن خدماتشان مانع زیرساختی وجود دارد؟ پاسخ خیر است. نمونه های دیگری از انجام امور بصورت کاملا الکترونیکی وجود دارد که می توانم به آن اشاره کنم در آبان ماه سال ۹۷ پروسه ی تبدیل کارت بانکی به کارت سوخت برای دو میلیون و پانصد هزار نفر و ارتباط پنج دستگاه دولتی (اپراتورها، ثبت احوال، نیروی انتظامی، بانک مرکزی، وزارت نفت) طی یک فرآیند کاملا الکترونیکی صورت گرفت که بدلیل مخالفت وزارت نفت این کار متوقف شد.

توجه داشته باشید کل این فرآیند برای هر شخص در چند دقیقه بصورت رایگان در مقابل فرآیند سنتی که در پلیس ۱۰+ با هزینه ی بالای شصت هزار تومان و برای دولت برای تولید کارت سوخت هزینه می کرد که متاسفانه بدلیل فشار بازیگران سنتی این طرح متوقف شد هر چند در سال ۹۸، بعد از گرانی بنزین این طرح برای تاکسی ها، آژانس ها و تاکسیهای اینترنتی انجام شد.

در سال ۹۷ می شد این کار صورت بگیرد، اما آنچه مانع می شود بازیگران سنتی و بخش هایی هستند که ترجیح می دهند همچنان روال قدیمی را داشته باشند و هیچ وقت خوش آمدگوی نوآوری نیستند و ریسک های آن را نمی پذیرند. با نمونه های گفته شده کاملا مشخص است که دولت الکترونیک در چه وضعیتی است. زیر ساخت مناسبی وجود دارد که جلوتر از سطح خدماتی است که بر روی آن ارائه میشود.

کار آفرینی و استارت آپها یکی از حوزه های مورد توجه شما هستند. وضعیت اکوسیستم کار آفرینی و استارت آپ های اصفهان را چگونه ارزیابی می کنید؟ دانشگاه های معتبر، مراکز رشد، شهرک علمی و تحقیقاتی، جشنواره شیخ بهایی، شبکه پژوهش و فناوری، مرکز کار آفرینی دانشگاه اصفهان، مراکز شتاب دهنده متعدد، برگزاری رویدادهایی چون تدکس و استارت آپ و... در اصفهان باعث شکل گیری یک امیدواری شده است. اصفهان قطب کار آفرینی ایران و حتی آسیا می شود. به نظر تان شدنی است؟

وضعیت اکوسیستم استارت آپی اصفهان نسبت به سایر شهرها وضعیت خوبی است، ولی نسبت به تهران و نسبت به جایگاهی که کلا اصفهان دارد مناسب نیست و به طور خاص در اکوسیستم استارت آپی، زمانی که استارت آپ های بزرگ کشور را رصد می کنیم یا اپلیکیشن هایی که بیشترین میزان نصب را دارند متاسفانه جایگاه اصفهان به اندازه پتانسیل و به اندازه دارایی های نیست و حتی میت وان گفت با یک فاصله ی نسبت به مشهد در رتبه بعدی قرار می گیرد. همانطور که میدانید مشهد بعد از تهران پیشرفته ترین سیستم استارت آپی کشور را دارد و مجموعه ای از استارت آپ های بزرگ در مشهد حضور دارند.

علت این مشکل را در چه دلایلی می بینید؟

علت این اتفاق به دلایل مختلف بر می گردد و همیشه برای من سوال بوده و خیلی در این خصوص فکر کردم و مطالب زیادی نوشتم که چرا در اصفهان چنین اتفاقی افتاده است. پاسخی که می توان به این سوال داد در حقیقت اصطلاحی است به نام تله موفقیت یا وابستگی مسیر است. اصفهان بواسطه موفقیت در صنایع مادر و بزرگ، سنتی و متداول توجه کمتری به اکوسیستم استارت آپی خودش داشته است و این حوزه را شاید، حوزه ی کوچکی که فاقد جذابیت و پتانسیل می داند و منابع خود را در صنایع کلان چون فولاد، پتروشیمی و نفت وارد کرده است.

دلیل دیگری که می شود به آن اشاره کرد، وجود یک نوع فرهنگ محافظه کاری است که به شدت در اصفهان گسترده است، البته بنده مطالعاتی که در این خصوص انجام شده باشد را ندیده ام، ولی برداشت شخصی خودم این است که مردم اصفهان از لحاظ فرهنگی مردمی به شدت محافظه کار هستند و این فرهنگ برای توسعه نوآوری و برای این حوزه که احتیاج به ریسک بالا دارد خیلی مناسب و متناسب نیست و الزاما نمی تواند کمکی به رشد و بلوغ اکوسیستم استارت آپی کند.

یکی از اقدامات قابل تحسین، طرح نوآفرین بود. طرحی که قرار

است مشکلاتی چون اخذ مجوزهای گوناگون، مشکلات مالیات و بیمه و هر آنچه که حرکت کسب و کارها چه نوپا و چه با سابقه را تسهیل کند. آیا طرح نوآفرین با پایان کار دولت فعلی به پایان می رسد؟ در شهرستان ها که هنوز شیوه های سنتی حاکم است، آیا نوآفرین قدرت اجرایی دارد؟

نوآفرین مانند سایر طرح های دیگر تسهیل گر است و در مقام اینکه این طرح ایجاد کننده و شکل دهنده ی اولیه باشد، نیست. به عبارتی دیگر اگر گروه هایی وجود داشته باشند کمک می کند که با سهولت بیشتری فعالیت خودشان را شروع کنند و یا ادامه دهند. امیدوارم که مثل هر طرح دیگری وابسته به طول عمر دولت ها نباشد و تداوم داشته باشد و اگر مصوبه دولت برای نوآفرین گرفته شد به این دلیل بود که بصورت نهادی وارد وظایف یک سازمان شود تا بتواند به دنبال خودش این تداوم داشته باشد تا وابسته به ایده یک فرد و یک گروه نباشد. طرح نوآفرین آنقدر جذاب بوده است که در حال حاضر در سایر حوزه ها، نیز چنین طرحی وجود دارد و حتی در پیش نویس قانون جهش تولید، که مجلس بر روی آن کار میکند برای همه حوزه های کشور فراتر از فناوری اطلاعات در سایر تکنولوژی همچون زیست فناوری گسترش دهد تا استفاده کنند. به نظر من با توجه به برآورد عمومی طرح نوآفرین، طرحی مناسب و کارآمد بوده است.



دکتر امیر ناظمی متولد اصفهان و از معدود افراد دولتی است که در جایگاه درستی مرتبط با تحصیلات آکادمیک خود حضور دارد. طرح سوال و گفتگو با شخصی که خود مولف کتاب و پژوهشگر و در اکثر رویدادهای مهم صاحب نظر است، کمی سخت می باشد ولی از آنجایی که او ارتباط خوبی با رسانه ها دارد، گفتگو با ایشان لذت بخش می شود. همین ارتباطش با رسانه باعث شده است هر آنچه در سازمان تحت امر وی اتفاق می افتد بصورت گسترده در اکثر رسانه ها بازتاب داشته باشد. از کارنامه درخشان وی می توان به موارد زیر اشاره کرد: پژوهشگر ایرانی حوزه سیاست گذاری علم، معاون وزیر و رئیس سازمان فناوری اطلاعات ایران، عضو هیأت علمی مرکز تحقیقات سیاست علمی و مدیر گروه آینده اندیشی این مرکز است. یکی از آثار او تحت عنوان «سناریوتگاری یا برنامه ریزی بر پایه سناریو» برگزیده کتاب فصل شد. او همچنین مدیر بخش سیاست علم شبکه مطالعات سیاست گذاری عمومی، عضو هیأت مدیره انجمن مدیریت فناوری ایران، اندیشگاه آتی تگار و انجمن آینده نگری ایران، عضو گروه واژه گزینی فرهنگستان زبان فارسی و عضو وابسته فرهنگستان علوم ایران است. دکتر ناظمی از زمانی که بر صندلی ریاست سازمان فناوری اطلاعات تکیه زده است، در راستای حمایت از استارت آپ ها و پیاده سازی دولت الکترونیک تمام تلاش خود را نموده است. در این گفتگو فرصت را غنیمت دانستیم و سعی کردیم دیدگاه و نظرات ایشان را در مورد حوزه هایی چون کار آفرینی استان، فناوری اطلاعات اصفهان و برخی موضوعات کلان دیگر را جویا شدیم.

اگر بخواهید در مورد اصفهان بگویید، چه ویژگی های بارزی در ذهن شما تداعی میشود؟ از اصفهان همیشه بعنوان یک شهر صنعتی خلاق و پویا بواسطه پتانسیل هایی چون گردشگری، صنایع مادر، مراکز علمی، صنایع دستی، یاد میشود. نظر تان را در این خصوص بفرمایید.

در مورد اصفهان به نظر میرسد که ترکیب دو موضوع که در نگاه اول متضاد و متعارض باشد، یکی از صنایع خلاق و دیگری صنایع مادر است که هر دوی اینها رخ داده و به نظر میرسد در دوره های مختلف تاریخی یکی به دیگری ترجیح داده شده و یا یکی در مقابل دیگری گاهی اوقات حتی قربانی شده است. برای من وجه صنایع خلاق و فرهنگی و هنری جذابیت دارد و بیشتر دوستش دارم، ولی هیچ وقت صنایعش را نمیشود نادیده گرفت و در زمان هایی در آن توسعه صورت گیرد و حتی هویت جمعی را به عنوان افراد توسعه گر در حوزه صنعت شکل می داده است و زمینه ساز شکل گیری مدیران قوی بوده است که آنها را تبدیل به مدیران بنگاه های بزرگ و مدیران سیاسی کشور کرده است.



پویاسازان

031-32219218
021-75029

هاست لینوکس سی پنل ایران

pouyasazan.org

انسداد پیام رسان ها در مقابل هیچی!!!!



مهدی قربانی - مدیر مسئول پایگاه خبری اصفهان ارتباط

در هفته های اخیر موضوعی که مورد توجه کاربران قرار گرفت طرح انسداد پیام رسان های خارجی در ایران بود که با واکنش های کاربران مواجه شد. اقدامی تاکنون برای کاربران غریبه نبوده است و حتی کاربران ایرانی طعم یک ماه قطعی اینترنت را در سال گذشته چشیده اند. اما آنچه در این رهگذر ذهن مخاطب را درگیر خود کرده است ، نمایندگانی پیشنهاد چنین طرحی را داده اند که خود در شبکه های ممنوعه و حتی شبکه های خارجی هر روز مشغول ارایه مطالب خود هستند.

در این طرح موضوع پنجره واحد مطرح شده است. به نظر می رسد اولین مشکل این طرح پیشاپیش مشخص شده است که پیام رسان های اجتماعی خارجی هیچ توجهی به آن نخواهند کرد. مگر می شود شبکه ی اجتماعی که اقدام به مسدود سازی برخی اکانت های مسئولین کشورمان کرده اند، آیا می پذیرند برای حضور در ایران از طریق پنجره واحدی وارد شوند؟! یا کاربران احراز هویت شوند، درصد انجام این طرح نزدیک به صفر درصد است! آنچه در شرایط موجود سخت اقتصادی کاربران را خشمگین کرده است اینست که مجلس انقلابی که این طرح را ارائه داده است بر خلاف فرمایشات رهبری که همیشه در خصوص حضور حداکثری در فضای مجازی و استفاده از این پتانسیل برای نمایش قدرت و فرهنگ ایران اشاره داشته اند ، توجهی نکردند.

بیباید از زاویه ی دیگر به موضوع بپردازیم. در حال حاضر تنها شبکه ای که در ایران فیلتر نشده است ، اینستاگرام است که با توجه به فیلتر بودن تمامی پلتفرم های خارجی ، محل تجمع کاربران ایرانی شده است. بعنوان مثال به این نکته توجه داشته باشیم که اگر تمامی مسیریهای ورودی به یک شهر را ببندیم و تنها یک مسیر را باقی بگذاریم مطمئناً در مسیر باز ، شاهد تخلفات گسترده

پرسرعت در اختیار کاربران قرار دهد ، مقاومت کنند؟ در حال حاضر دیشها و رسیورهای ماهواره ای چگونه وارد ایران می شود ؟ مطمئناً چنین تجربه ای را نیز خواهیم داشت. بهتر نیست بجای مسدودسازی پلتفرم ها که موجب نصب انواع و اقسام فیلتر شکن هایی میشود که از لحاظ امنیتی حریم شخصی استفاده کنندگان را به خطر می اندازد و از سوی دیگر باعث دسترسی به تمامی آنچه که در اینترنت حتی در کشورهای غربی مسدود می باشد از جمله سایت های غیراخلاقی با رفع فیلتر شبکه های اجتماعی از این معضل بزرگ جلوگیری شد.

آخرین آمار ارائه شده از سوی آذری جهرمی وزیر فناوری اطلاعات ، استفاده ۳۰ میلیون کاربر ایرانی از فیلتر شکن می باشد. تجربه فیلتر تلگرام پیش روی ماست. با وجود فیلتر این پیام رسان ، هنوز این پیام رسان بر روی اکثر گوشی های کاربران نصب و قابل استفاده است . سوالی که به ذهن اکثر کاربران خطور می کند : زمانی که سرویس تماس صوتی تلگرام ارایه شد ، به سرعت فقط این سرویس فیلتر شد و سایر بخشهای تلگرام بدون فیلتر قابل دسترسی بود. آیا امکان انجام چنین طرحی برای اکانت ها ، کانال ها ، پیجهایی که با مقررات کشورمان سازگار نیست ، وجود ندارد؟ آیا بایستی بدلیل وجود یکسری صفحات ، کانال ها و اکانت ها ی یک پلتفرم بصورت کامل از دسترس خارج شود؟ آیا همه در شبکه های مجازی بدنبال موضوعات غیراخلاقی هستند؟! این در حالی است که در ایام کرونا و محرم همین فضای مجازی و علی الخصوص اینستاگرام ، با برگزاری لایوهای مذهبی تا چندین میلیون مخاطب را میزبانی کرد. به نظر می رسد پیشنهاد دهندگان این طرح یا این واقعیت را می دانند یا نمی دانند؟ اگر می دانند و طرح داده اند، به منزله انجام کار زاید و صرف هزینه های گزاف برای مردم و کشور می باشد.

هزینه های مدنظر صرفاً مادی نیستند. عملاً وقتی پرزیدنت ترامپ در توییتهی به جای خلیج فارس از واژه جعلی استفاده می کند و مردم ایران دسترسی به توییتر ندارند ، عدم پاسخ به این توهین بدلیل عدم دسترسی مطمئناً جزو هزینه های معنوی محسوب می شود. بهتر است بجای از دسترس خارج کردن پلتفرم های خارجی ، شرایط حضور حداکثری کاربران ایرانی را در چنین پلتفرم هایی جهت حفظ امنیت کاربران و عدم نصب هر فیلتر شکن که به مثابه دسترسی به تمامی محتوای اینترنت است، را مهیا کنند.

شادی مافیای فیلتر شکن از طرح انسداد پیام رسان های خارجی



ماندانا داودی - مدیر مسئول پایگاه خبری بازار فناوری

طرح ساماندهی پیام رسانی های اجتماعی توسط چهل نماینده امضاء شد. نمایندگانی که در شرایط موجود اقتصادی گویا ، اولویت هایشان مشکلات مردم در عرصه اقتصاد نیست و گویا مشکلشان فیلتر کردن تنها شبکه ی اجتماعی قابل دسترس در ایران ، اینستاگرام است. توجیه این نمایندگان در خصوص این طرح جلوگیری از فساد اخلاقی است. اگر نمایندگانی که چنین طرحی را ارایه داده اند در خصوص بیکاری جوانان اقدامی شایسته صورت دهند ، مطمئناً جوانی که شاغل باشد دیگر فرصتی برای حضور دائم در فضای مجازی نخواهد داشت. در خصوص بیکاری ، مسکن و تسهیل ازدواج جوانان اقدامات شایسته صورت دهند و حمایت از کسب و کارهای فضای مجازی ، گزینه ی فساد اخلاقی کم رنگ می شود . جدای از موضوعات اجتماعی این طرح میتوان نگاهی دیگر به طرح فیلترینگ در ایران داشت. موضوع دیگر اتصال سایتهای فروش فیلتر شکن به درگاه های بانکهای دولتی می باشد و عدم نظارت بانک مرکزی بر درگاه های پرداخت که به راحتی در اختیار فروشندگان فیلتر شکن قرار می گیرد.

اقتصاد پنهان فیلترینگ

موضوع فیلترینگ اینترنت با شبکه های اجتماعی وابسته به آن، از جمله بحث های پر مناقشه در محافل سیاسی و اجتماعی دنیا است، اما در سال های اخیر علم اقتصاد در حال یافتن معیارهای کمی مناسب برای اندازه گیری تاثیر این گونه تصمیمات بر بهره وری و رشد اقتصادی کشورها است. در بحث های مدیریتی اثبات شده دسترسی آزادانه کارکنان به میزانی از اینترنت در بازه زمانی کنترل شده تاثیر مثبت قابل ملاحظه ای بر بهره وری آنان خواهد داشت. این تکنولوژی به گونه ای معماری اصلی را در ایجاد ساخت هایی هدفمند برای ایده ها و افکار افراد را انجام می دهد. برآورد شده است بین سال های ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۱ تقریباً ۲۱ درصد از رشد تولید ناخالص داخلی (GDP) کشورهای پیشرفته به واسطه تاثیر اینترنت بوده است. در حالی که اینترنت منبع اصلی بسیاری از تاجران، کارآفرینان و بنگاه های کشورهای مختلف است و در سطح خرد نیز مصرف کنندگان و صاحبان کسب و کارهای کوچک منافع بیشماری از این تکنولوژی برده اند. اقتصاددانان بررسی کرده اند که اگر بخواهیم تاثیر ابعاد مختلف این تکنولوژی بر تولید ناخالص داخلی کشورهای پیشرفته را ارزیابی کنیم حتی از بخش کشاورزی نیز سهم بزرگتری در رشد و توسعه کشورها داشته است. با توجه به تاثیرات شگرف اینترنت نظریه قالب در زمینه اعمال محدودیت دولت ها و تصمیم سازان در این حوزه، حکایت از رابطه عکس بین میزان فیلترینگ اینترنت و رشد اقتصادی دارد. در ظرف مدت زمان کمی شبکه های اجتماعی با سرعت بالا یکی پس از

دیگری با قابلیت های بالا در انتقال انواع فایل های صوتی و تصویری پا به عرصه ارتباطات بشری گذاشتند. چه این شبکه ها برای خرید و فروش لوازم آرایشی باشند و چه محلی برای انجام بحث های سیاسی، قدر مسلم این شبکه ها به منابع اصلی مردم برای ایجاد و تبادل اطلاعات تبدیل شده اند. گاهی وسعت این شبکه ها به حدی رسیده که گویی شرکت ها برای انجام تبلیغات خود مجهز به رسانه عمومی چون تلویزیون هستند. بر اساس گزارش موسسه مک کینزی نزدیک به ۷۵ درصد شرکت های مختلف در سطح دنیا از شبکه های اجتماعی به صورت گسترده بهره برداری می کنند. این موسسه برآورد کرده است که در صورت استفاده مناسب از این شبکه ها می توان تا ۲۵ درصد کارایی کارکنان را از طریق بالا بردن دانش و مهارت های شغلیشان افزایش داد.

کار غیرقانونی و پرداخت در بستر امن!

موضوع زمانی جالب می شود که با کلیک روی گزینه خرید این معامله غیرقانونی به راحتی به سایت شاپرک و درگاه یک بانک هدایت می شوید تا پول در بستری امن! به حساب فروشنده فیلتر شکن واریز شود و شاید اگر PSP ها (ارایه دهندگان درگاه های بانکی) سری به مشتریان خود بزنند، می توانند آمار کامل و دقیق از اقتصاد فیلتر شکن ارایه دهند! این روال ها اما در کشور ما ناشناخته و عجیب نیست. در مورد سایت های شرط بندی و قمار هم این رویه پابرجاست و درگاه های بانکی با توجیحات و بهانه های مختلف در اختیار متخلفان قرار دارد. موضوع زیان مالی و امنیتی فیلتر شکن ها به کشور هم، نه سوزه اصلی این گزارش است، نه اصولاً موضوع جدیدی است و نه ظاهراً برای عموم مردم اهمیت دارد؛ ایرانی ها به تخلفات مشهود عادت کرده اند.

آیا این بازار مافیا دارد؟

اکنون اما پرسش اصلی اینجاست که آیا بازار علنی و مطمئن فروش فیلتر شکن، مافیا دارد؟ سوالی که در سال های قبل هم مطرح شد اما هنوز معمای حل نشده باقی مانده است.***پرسش در خصوص وجود مافیا از آنجا ناشی می شود که طبق معمول سایت های عرضه فیلتر شکن های پولی برقرار هستند، درگاه بانکی دارند و اتفاقاً از نمونه های رایگان به مراتب بهتر و سریع تر کار می کنند و هیچ مانعی هم بر سر کار خود نمی بینند و در این یک دهه ای که کارشان رونق داشته هیچ وقت تهدید جدی نشده اند و اراده ای برای برخورد با آنها وجود نداشته است. از سوی دیگر کار انسداد فیلتر شکن ها نیز از دی ماه ۹۷ و به گفته وزیر ارتباطات در دستور کار این وزارتخانه قرار گرفته است که همین موضوع بسیاری از کاربران را به سمت خرید فیلتر شکن های پولی و سریع هدایت کرده است. این در حالیست که خیر از راه اندازی اپراتور رسمی فروش فیلتر شکن در ایران سروصدای زیادی به پا کرد تا جایی که کاربران شبکه های اجتماعی به این موضوع واکنش نشان دادند و از چرایی فیلتر کردن و فروش فیلتر سخن گفتند. در کنار کاربران فضای مجازی که به کنایه از مافیای فروش اینترنت و بازار داغی که معلوم نیست سودش به جیب چه کسانی می رود، سخن می گویند، حسام الدین آشنا مشاور فرهنگی رییس جمهور هم در کانال تلگرامی خود جمله ای نوشت تا این پرسش ها تقویت شود که آیا بازار فیلتر شکن ایران

مافیا دارد؟***وی در کانال خود نوشت: ”هم انحصار پیام رسان خوب نیست هم بازار انحصاری وی پی ان.“ این که ماجرای این حرف مشاور رییس جمهور چیست و خطابش کیست، عوام از آن بی اطلاع هستند.***البته ناگفته نماند که در ادامه این کنایه معنادار هیچ صدایی هم از هیچ مرجع و نهادی برای تایید یا تکذیب درنیامد تا روشن شود سرخ ماجرا در کجاست.

قصد پر غصه ی فیلترینگ

با این فیلترینگ گسترده کنونی که حتی سایت های علمی را نیز در بر گرفته، اگر بگوییم نصف کاربران اینترنت در ایران از فیلتر شکن استفاده می کنند. در حال حاضر قیمت یک ماهه یک فیلتر شکن مبلغ ده هزار تومان می باشد. به گفته وزیر فناوری اطلاعات و ارتباطات حدود ۳۰ میلیون کاربر از فیلتر شکن استفاده میکنند. اگر فقط ما از تعداد ۳۰ میلیون ، یک سوم را کسانی در نظر بگیریم که برای فیلتر شکن ماهیانه ده هزار تومان پرداخت می کنند ، مبلغ کلی فروش فیلتر شکن در ایران به عدد صد هزار میلیارد تومان می رسد. با این حساب گروه اولی که از فیلترینگ چه در اینترنت و چه موبایل سود می برند، فیلتر شکن فروشان هستند. گروه دیگری که از فیلترینگ و به خصوص مسدود شدن اپلیکیشن های موبایلی منتفع می شوند، اپراتورهای تلفن همراه هستند. طرح منصفانه اینترنت که چند سالی است که در ایران پیاده سازی شده است. در این طرح ترافیک کاربران به دو بخش ترافیک بین الملل و ترافیک داخلی تقسیم می شود. حال در نظر بگیریم تمامی سایت ها با پسوند ir جز ترافیک داخلی محسوب می شود. البته در نظر بگیرید که بسیاری از سایت ها بر روی سرورهای خارجی هستند ولی ما این موضوع را نادیده می گیریم. بر طبق آمار سایت nic.ir مجموع آمار سایت های ثبت شده تعداد ۱۲۱۴۲۴۵ تا لحظه نگارش این مطلب بوده است. در مقابل سایر پسوند دامنه ها تا سال ۲۰۱۷ حدود ۳۳۰ میلیون می باشد که اگر تعداد دامنه های ir را از آن کسر کنیم نهایتاً ۳۲۸ میلیون سایت با پسوند غیر ir خواهیم داشت. بنابر آخرین آمار مربوط به ایران که در این سایت آمده کل دامنه های ثبت شده در ایران ۱۲۱۴۲۴۵ مورد بود که ایران را در رتبه ۴۰ قرار می دهد. به عبارت دیگر، ایران تنها دارای ۱/۰ درصد از دامنه های ثبت شده جهانی، یعنی حتی کمتر از یک درصد است. در این رده بندی آمریکا با ۱۰۴ میلیون و ۴۶۱ هزار و ۶۷۱ مورد ، آلمان ۷ میلیون و ۸۱۱ هزار و ۷۴ و چین ۴ میلیون و ۹۱ هزار و ۷۹۴ در صدر جدول کشورهای با بیشترین دامنه قرار دارند. آمار سایت w3techs حاکی از آن است که بیشترین دامنه با سهم ۶/۴۶ درصدی به com. تعلق دارد و همچنین وبسایت ها با دامنه ایران (ir). ۱/۱ درصد از کل وبسایت ها را تشکیل می دهد. البته وبسایت های ایرانی با دامنه های دیگر مانند net. و org. و com. و در نظر گرفته نشده اند و در نتیجه درصد کل وبسایت های ایرانی از مقدار ۱/۱ درصد بیشتر است. آمار نقل شده از سایت alexa نشان می دهد که ۴/۸۴ درصد وب سایت های مورد استفاده به زبان فارسی، ۴/۱۵ درصد به زبان انگلیسی است. بدین ترتیب ملاحظه می شود در بهترین حالت کمتر از ۲ درصد از محتوای اینترنت با ترافیک داخلی محاسبه می شود و کاربر را بایستی قید دو برابر بودن ترافیک بین الملل را زده و به محتوای مورد نظر خود دست یابد یا بایستی بعد از اتمام ترافیک منتظر سپری شدن ترافیک خود با سرعت ۱۲۸ کیلوبایت بماند!!!!

گفتگوی دوستانه با حسین مزروعی، بنیانگذار آواگیمز

نیاز نیست چرخ را از ابتدا اختراع کنیم



یکی از بازی‌سازهای قدیمی بازار، حسین مزروعی، بنیانگذار آواگیمز، است. وی متولد سال ۶۳ در اصفهان است. می‌توان گفت که از قدیمی‌های حوزه وب ایران است. از سال‌های ۷۸-۷۹ برنامه‌نویسی می‌کرد. حال بود. آن موقع برای میکرو کنترلرها برنامه‌نویسی خیلی پیچیده‌تر از من با برنامه‌نویسی همین بود. درصد نرخ مهاجرت بازی‌سازهای ایرانی رو به افزایش است؛ دست‌وپای بازی‌سازها را با فیلترینگ و قوانین سخت‌وسخت بسته‌ایم و بازار را به خارجی‌ها واگذار کرده‌ایم. سرمایه‌گذاری زیادی روی بازی‌ها نمی‌شود و اگر اقدام جدی نکنیم، این ریسک وجود دارد که بازار بازی ایران به کلی از دست برود. این جملات بخشی از صحبت‌های حسین مزروعی، بنیانگذار و مدیرعامل شرکت نشر آواگیمز است. شرکتی که هم اکنون به‌عنوان یک شتاب‌دهنده بازار بازی هم شناخته می‌شود و مدیرعاملش می‌گوید پروژه‌هایی دارد که در سطح جهان و در بازار اپ استور و گوگل پلی توانسته‌اند موفق شوند.

بگویید چه راهی را پیمودید تا به این مرحله رسیدید؟

در دوران راهنمایی و دبیرستان در زمینه روباتیک فعالیت می‌کردم و از همان مسیر با برنامه‌نویسی آشنا شدم. پس از مدتی برنامه‌نویسی وب یاد گرفتم و به عنوان کسب و کار طراحی وب‌سایت انجام می‌دادم. اولین شرکت را در این زمینه در سال ۸۲ تاسیس کردم و در این مسیر تجربه راه‌اندازی چند فروشگاه اینترنتی هم داشتم که برخی با شکست و برخی با موفقیت روبرو شدند. در نهایت از سال ۸۶ با بررسی ترندهای بازار تصمیم گرفتم در زمینه تولید بازی‌های دیجیتال فعالیت کنم.

چرا صنعت گیم را انتخاب کردید؟

با توجه به فعالیتی که در زمینه وب داشتم با بازی‌های آنلاین هم آشنا بودم. زمانی با بررسی موج رشد بازی‌های آنلاین چنین تصمیمی گرفتم. بازی‌سازی را از چه زمانی آغاز و چه سابقه‌ای در این زمینه دارید؟

اولین پروژه جدی بازی‌سازی را در شرکت طراحی وب‌سایتمان قبل از سال ۹۰ شروع کردیم. پس از فراز و فرودهای فراوان نهایتاً با یک تیم چند نفره استودیو بازی‌سازی پاپاتا را در اصفهان راه‌اندازی کردیم و اگر بخواهیم از اولین تجربه‌های موفقیت هم بگویم با بازی «هشتمین حمله» و بازی «سبقت» این اتفاق رخ داد که درآمد‌های یک بازی از هزینه‌های تولید آن بیشتر شد.

با وجود داشتن شرکت طراحی وب و درآمد بالا چرا در حوزه بازی وارد شدید؟ و پس از آن چه شد که به فعالیت در این حوزه ادامه دادید؟

پس از ورود به این حوزه به شدت به آن علاقه‌مند شدم. شاید دلیل اصلی، چالش‌های قابل توجه بازی‌سازی در ایران بود. اصولاً تلاش، نرسیدن و شکست من را برای رسیدن به هدف مضم‌تر می‌کند. البته در برخی مواقع اصلاح مسیرهای جدی هم رخ می‌دهد ولی در زمینه بازی‌سازی، وقتی یک صنعت در دنیا جواب داده است پس ما هم باید بتوانیم در ایران چنین کاری را انجام بدهیم.

آیا در این عرصه با تجربه شکست نیز روبرو شده‌اید؟ چگونه بوده است؟

تعداد شکست‌های من از ابتدا تاکنون به شدت بیشتر از موفقیت‌هایم بوده است که البته موفقیت قابل توجهی هم هنوز از نظر من ایجاد

نشده است. در اولین پروژه جدی که قبل از سال ۹۰ درگیر تولید آن شدیم، حدود ۱۰۰ میلیون تومان زبان مالی ایجاد شد که کل پول را طی چند سال از طریق طراحی وب‌سایت پس‌انداز کرده بودم. اعداد زیاد دیگری هم بوده است. در استودیو پاپاتا ۱۴ محصول ساختیم تا بالاخره یکی به موفقیت رسید.

به پروژه‌های شکست خورده چگونه نگاه می‌کنید و چه درس‌هایی از آن گرفتید؟

آن پروژه‌ها با شکست مواجه نمی‌شدند و به طور کلی نمی‌شود گفت در این تجربیات چه درسی گرفتم و هر پروژه یک تجربه جدید برایمان بوده است. مثلاً در هر پروژه با موضوعات جدیدی چونسایز پروژه، ژانر آن و شکل مدیریت پروژه مواجه می‌شدیم. در این راه با کسب تجربیات مختلف، درس‌هایی برای ادامه راه به دست می‌آوردیم.

با وجود حضور در اصفهان و فعالیت در حوزه گیم، چه شد که استودیوی بازی‌سازی ایجاد کردی؟

پس از اولین موفقیت‌ها که در استودیو اصفهان ایجاد شد و با توجه به فضای پر از امید که آن زمان به اکوسیستم استارت‌آپی حاکم بود احساس کردم که موقعیت مناسبی برای گسترش این صنعت در کشور ایجاد شده و من نیز می‌توانم بخشی از آن باشم و به همین دلیل بود که برای تاسیس یک مجموعه شتابدهی و سرمایه‌گذاری حوزه‌ی گیم با سرمایه‌گذاران مشورت و مذاکره کردم و نهایتاً آواگیمز راه‌اندازی شد.

چه زمانی توانستید محصول موفق‌ی راهی بازار کنید؟

اولین تجربه با بازی‌های «هشتمین حمله» و «سبقت» و فکر می‌کنم

حوالی سال ۹۴ بود.

کماکان از سرمایه شخصی استفاده می‌کنید؟

تا پیش از راه‌اندازی آواگیمز که رسماً با ورود سرمایه‌گذار خطرپذیر اتفاق افتاد، همه‌ی پروژه‌های و کسب و کارهای قبلی را با سرمایه شخصی راه‌اندازی کردم. البته با سرمایه‌های بسیار اندک و از درآمد خودشان در کار، توسعه ایجاد کردم.

از بازی‌هایی که ساختید و موفق شدند بگویید. اینکه اکنون چه تعداد بازی را راهی بازار کردید و در این خصوص آماری از تعداد استفاده‌کنندگان و درآمد بفرمایید

در استودیو بازی‌سازی پاپاتا چند عنوان در لیست پرفروش‌ترین‌های کافه بازار داشتیم که بالاتر ذکر کردم. پس از راه‌اندازی آواگیمز چند تیم در برنامه‌ی شتابدهی آواگیمز موفقیت‌های قابل اشاره‌ای کسب کردند. به عنوان مثال تیم اینسایتل با بازی منچرز، تیم فانونس با بازی آنسوی باران (موفقیت در بازار بین‌المللی)، تیم اسیدگرین با بازی دبرنا و تیم لیک‌هورس با بازی هارمونی (موفقیت در بازار بین‌المللی) و برخی تیم‌ها با پروژه‌های دیگر موفقیت‌های خوبی را بدست آوردند. در مجموع این بازی‌های ده‌ها میلیون نصب گرفتند و پروژه‌هایی که نام برده شده چندین برابر هزینه‌ی تولید بازگشت مالی داشته‌اند.

الان بر روی چند تیم بازی‌ساز سرمایه‌گذاری کرده‌اید؟

آواگیمز رسماً روی ۸ تیم و در مجموع بر روی بیش از ۱۵ پروژه تاکنون سرمایه‌گذاری کرده است. البته این به جز تیم‌های دوره‌ی پیش‌شتابدهی هستند، چون تعداد زیادی از تیم‌ها، حداقل‌های لازم را برای ورود به آواگیمز و دریافت سرمایه را کسب نمی‌کنند.

سرمایه‌گذاری روی پروژه به جای تیم؟ چرا و چه تفاوتی بین این دو نوع سرمایه‌گذاری وجود دارد؟

برخی تفاوت‌ها حقوقی و محتوای قرارداد است. ولی به صورت کلی وقتی ما روی پروژه سرمایه‌گذاری می‌کنیم، تیم در آینده درگیر سهامداری آواگیمز نیست ولی در مدل سرمایه‌گذاری در تیم، مسیر طولانی‌تری را با تیم طی خواهیم کرد و شاید چندین پروژه در قالب همان قرارداد ابتدایی انجام شود.

دست‌آورد پروژه‌هایی که در آنها سرمایه‌گذاری کرده‌اید چه بوده است؟

همانطور که در بالا اشاره کردم، تعدادی از آنها در پرفروش‌ترین‌های ایران هستند، تعدادی در خارج از کشور به لیست برترین بازی‌های راه یافته‌اند. دست‌آورد‌هایی نظیر برترین بازی سال، بهترین بازی روز در اپ‌استور اپل و مواردی از این دست هم ده‌ها بار برای بازی‌ها رخ داده است.

و در پایان هر آنچه که دل‌تان می‌خواهد بگویید.

تاکید من همیشه بر دو موضوع است. یکی در انتخاب ایده و کسب و کار، نیاز نیست چرخ را از ابتدا اختراع کنند. با یک نگاه به بازار جهانی و کشورهای پیشرو می‌توانند جاهای خالی آن ایده و کسب و کار را در ایران پیدا کرد و آن را راه‌اندازی کنند. نکته‌ی دوم نیز اینکه به جای ماه‌ها فکر و برنامه‌ریزی و جلسات متعدد و تبیین استراتژی و غیره، سریعتر کار را شروع کنند. یک نمونه‌ی اولیه از محصول خود بسازند و سریعاً خود را با مشتریان احتمالی مواجه کنند. بهترین راه این است که محصول در تعامل با مشتری تکمیل شود و نه در یک اتاق در بسته.

یادداشت

مشکلات کنونی حاکم بر بازار آی تی



امیر حسین شاه محمدیان فارغ التحصیل نرم افزار یکی از پیشکسوتان بازار سخت افزار که با بیش از بیست سال سابقه با مجموعه دیتا کامپیوتر در بازار آی تی فعالیت دارد، وی در خصوص شرایط و مشکلات بازار چنین می‌گوید: به نظر من مشکلات عمده‌ی حاکم بر بازار آی تی که گریبان گیر خریداران و فروشندگان در شرایط کنونی است به دو بخش مالی و اقتصادی بازار که متاثر از نوسانات شدید قیمت ارز می‌باشد و دیگری مربوط به عدم آگاهی و دانش کافی از موضوعات علمی و به روز نبودن اطلاعات ارائه‌دهندگان خدمات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری به خصوص در بازار آی تی اصفهان است. واحدهای صنفی و حتی شرکت‌هایی که مجوز فعالیت در بازار آی تی را دارند، اطلاعات کافی از سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای به روز دنیا را ندارند و صرفاً به دید تجاری و نه یک فعالیت علمی تجاری به این بازار نگاه میکنند به همین دلیل نمی‌توانند خدمات درست و مشاوره‌ی صحیح به مراجعه‌کنندگان در این بازار ارائه دهند. در سال‌های گذشته واردکنندگان و تامین‌کنندگان بزرگ چون سازگار، آواژنگ و... در هر سال چندین بار همایش‌هایی را جهت معرفی سخت‌افزارهای جدید و بالا بردن سطح علمی نمایندگان خود برگزار می‌کردند که در سال‌های اخیر به دلیل مشکلات اقتصادی و کاهش هزینه‌ها برگزار نمی‌شود که پیشنهاد می‌دهم در این شرایط اتحادیه فناوری اطلاعات اصفهان با برگزاری این گونه همایش‌ها سطح اطلاعات اعضاء را با توجه به سرعت بالای پیشرفت تکنولوژی بهبود بخشد. اما خوشبختانه با توجه به توسعه اینترنت و به وجود آمدن شبکه‌های اجتماعی و سایت‌های مرجع، دانش مردم به دلیل نیازشان در خصوص سیستم‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری افزایش یافته است. اما مشکل دیگر وجود سایت‌هایی است که اطلاعات ناقص و نادرستی را به مردم ارائه می‌دهند که توصیه می‌کنم برای کسب اطلاعات به سایت‌ها و مراجع معتبر مراجعه کنند.

مشکلات مالی و اقتصادی

در خصوص نوسانات ارز باید اذعان کنم که واقعا مشکلی است که گریبان تمام اصناف و بازارها از جمله لوازم خانگی، موبایل و بازار آی تی را به خصوص به دلیل وارداتی بودن و وابستگی شدید به نرخ ارز دچار تلاطم و مشکل نموده است.

در سال‌های گذشته مشکلاتی که در بازار سخت‌افزار و بیشتر در بازار اصفهان چون زیرفروشی و ارزان‌فروشی وجود داشت حل شده است. آنهم ناشی از وجود روال تسویه‌های چند روزه و حتی چند ماه در بازار بود. بدین صورت که برخی از خرده‌فروشان و واسطه‌ها جهت جذب مشتری و یا نیاز به نقدینگی، اجناسی را که به صورت مدت‌دار خریداری کرده بودند را به صورت نقد و زیر قیمت بازار و خرید خود به فروش می‌رساندند که علاوه بر آشفته‌گی بازار، خود و سایر همکاران را دچار مشکل می‌کردند. شاید بتوان

گفت یکی از تاثیرات مثبت نوسانات ارز بر بازار آی تی از بین رفتن همین روال و مدت تسویه بوده که باعث شده است فروشندگان و تامین‌کنندگان قطعات کالای خود را فقط به صورت نقد به فروش برسانند و این باعث از بین رفتن مشکل ارزان‌فروشی و زیرفروشی و حذف سوء استفاده‌کنندگان از روال تسویه مدت‌دار شده است. و اما یکی از مهمترین و اساسی‌ترین مشکل در حال حاضر فروشندگان و فعالان بازار آی تی تورم و نوسانات شدید نرخ ارز و تاثیر آن بر کالاهای می‌باشد که بر خلاف تصور مردم نه تنها باعث افزایش سرمایه آن‌ها بلکه باعث از بین رفتن سرمایه فروشندگان است. بدین صورت که اگر برای مثال: فروشنده‌ای در یک هفته ۲۰ عدد لپ‌تاپ را فروخته باشد در هفته‌ی آینده با همان پول می‌تواند ۱۷ یا ۱۸ عدد لپ‌تاپ را جایگزین کند و این یعنی تحلیل و کاهش سرمایه در حالت دیگر در بعضی از موارد با کاهش موقتی ارز و پایین آمدن قیمت کالا اگر مشتری برای مثال: یک کالا را به قیمت ده میلیون تومان خریداری کرده باشد و این کالا بعد از چند روز به عدد ۹ میلیون تومان کاهش پیدا کرده باشد برای خریدار قابل قبول نیست و معمولاً به مراجعه به مراجعی چون اتحادیه و تعزیرات فروشنده محکوم و متحمل صرف وقت و هزینه و جریمه‌های نقدی می‌گردد. و در آخر اگر بخواهیم دید کلانی نسبت به نوسانات ارز و تورم قیمت‌ها داشته باشیم این تورم و افزایش قیمت برای هیچ کسب و کاری مفید نیست و نوسانات قیمت برای هر بازار سمی مهلک و کشنده است چرا که مدیران شرکت‌ها و فروشگاه‌ها به جای تمرکز برای ارائه‌ی خدمات بهتر و برنامه‌ریزی و توسعه‌ی کسب و کار خود باید در هر لحظه نگران نرخ ارز و جایگزین کردن محصولات به فروش رفته خود باشند. و در آخر باید بدانیم جهش تولید و بازار پویا تنها در سایه‌ی آرامش و ثبات اقتصادی اتفاق می‌افتد.

پیش نیازهای خدمات الکترونیک مهیاست، عزم جدی تنها کمبود تحقق آن است

مشکلات حقوقی ناشی از گسترش این نوع فعالیت ها تشکیل شده است. در این کارگروه تاکنون مشکلات فعالیت کاربایی های فضای مجازی و ساماندهی فعالیت بخش گردشگری در فضای مجازی مورد رسیدگی قرار گرفته است. بر اساس یکی از مواد این ابلاغیه دستگاه های اجرایی اجازه ندارند قبل از طرح موضوع در کمیته استانی مذکور، نسبت به طرح شکایت و یا درخواست فیلترینگ اقدام نمایند و در غیراینصورت مدیر دستگاه مذکور به هیئت رسیدگی به تخلفات اداری معرفی می شود.

تشکیل کمیته اقتصاد دیجیتال: با توجه به ضرورت هماهنگی بیشتر تمامی فعالین و متولیان امر در زمینه توسعه اقتصاد دیجیتال این کمیته تشکیل گردید. طی جلسات برگزار شده این کمیته تاکنون موضوعات ذیل مطرح و فعالیت های مناسبی شروع شده است:

زمینه سازی همکاری شرکت های مختلف در زمینه توسعه کسب و کارهای دیجیتال

برنامه سازی ترویج مفاهیم اقتصاد دانش بنیان و معرفی استارت آپ های موفق جهت ارائه در صدا و سیما استان

امکان سنجی ایجاد شهرک رمز ارز در اصفهان

هماهنگی جهت انعقاد تفاهم نامه ایجاد پارک اقتصاد دیجیتال بین استانداری و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات

مشارکت و سرمایه گذاری ایجاد سایبرپارک توسط بخش خصوصی

نحوه ارائه خدمات صندوق نوآفرین به کسب و کارهای استان

طرح های اتاق تعاون استان در خصوص توسعه اقتصاد دیجیتال

در دوره شیوع ویروس کرونا در سطح کشور چه اقدامات قابل توجهی در بخش فناوری اطلاعات استانداری به انجام رسیده است؟

با توجه به ممنوعیت برگزاری اجتماعات، رعایت فاصله گذاری اجتماعی و کاهش سفرهای درون شهری بعنوان اولویت های ستاد ملی و استانی کرونا سه فعالیت اصلی به شرح ذیل در این ضرورت بطور خلاصه سه فعالیت اصلی در این دوره به انجام رسید که شامل:

از آنجا که در دوره شیوع کرونا لازم بوده و هست تا مردم کمتر نیازمند خروج از منزل برای رفع نیازهای معمولی همچون خرید مایحتاج خود شوند، علاوه بر فرهنگ سازی و اطلاع رسانی عمومی به مردم برای مزایای استفاده از فروشگاه های مجازی و خدمات از راه دور، سعی شد تا مشکلات فعالین این حوزه با محوریت معاونت هماهنگی امور اقتصادی استانداری شناسایی و مرتفع شود که خوشبختانه با برگزار چندین جلسه، هماهنگی های لازم به سطح مناسبی رسید و ظرفیت خدمات فروشگاه های اینترنتی و تلفنی به میزان قابل توجهی افزایش یافت.

راه اندازی سامانه ویدئو کنفرانس در استانداری شامل نرم افزار، تجهیزات، ارتباطات و... که نتیجه آن برگزاری نزدیک به ۳۰۰ جلسه بر بسترهای مختلف با ریاست جمهوری، وزارتخانه ها، قوه قضائیه، نیروی انتظامی، فرمانداری ها، شهرداری ها و... بوده است. شایان ذکر آنکه در ماههای اخیر حتی جلسات شورای اداری استان نیز بصورت ویدئو کنفرانسی برگزار شده است. یکی دیگر از اقدامات مرتبط با موضوع کرونا، تامین بستر دور کاری کارکنان استانداری بود که به انجام رسید و به الگویی برای سایر سازمانها مبدل گردید.

وب سرویس مربوطه جهت تطبیق کد ملی و شماره تلفن همراه - اخذ مجوز سرویس بیمه سلامت و تامین اجتماعی و تهیه وب سرویس مربوطه

- راه اندازی سرویس سامانه پیامکی امن بر بستر شبکه دولت

- ایجاد امکان پیگیری مکاتبات وارده اتوماسیون استانداری بر بستر شبکه دولت از سایر سازمانها و میز خدمت

- ارتقاء سامانه سامد (سیستم ارتباط مردم و دولت) در سطح ادارات استان و برگزاری جلسات ارتباط مردمی مدیران استان

- راه اندازی و استقرار سامانه راهکار هوشمندانه تنظیم الکترونیکی بازار (رهتاب) با استفاده از سرویس های فوق الذکر به منظور توزیع عادلانه کالاهای تنظیم بازاری در سطح استان از طریق مشارکت و سرمایه گذاری بخش غیر دولتی

- یکی از زیرساخت های اصلی توسعه خدمات الکترونیک گسترش شبکه دولت در سطح استان است که با توجه به رفع محدودیت های قبلی، تاکنون ۲۰۹۰ دستگاه اجرایی، سازمان و نهادهای عمومی به این شبکه متصل و از خدمات آن استفاده می کنند.

- با توجه به ضرورت ایجاد بستر ارتباطی پایدار، امن و پرفریت در ساختار حاکمیتی استان طی توافقات صورت گرفته با مدیریت مخابرات منطقه اصفهان، فیبر نوری اختصاصی برای تمامی ۲۴ فرمانداری استان تامین و مورد بهره برداری قرار گرفت.

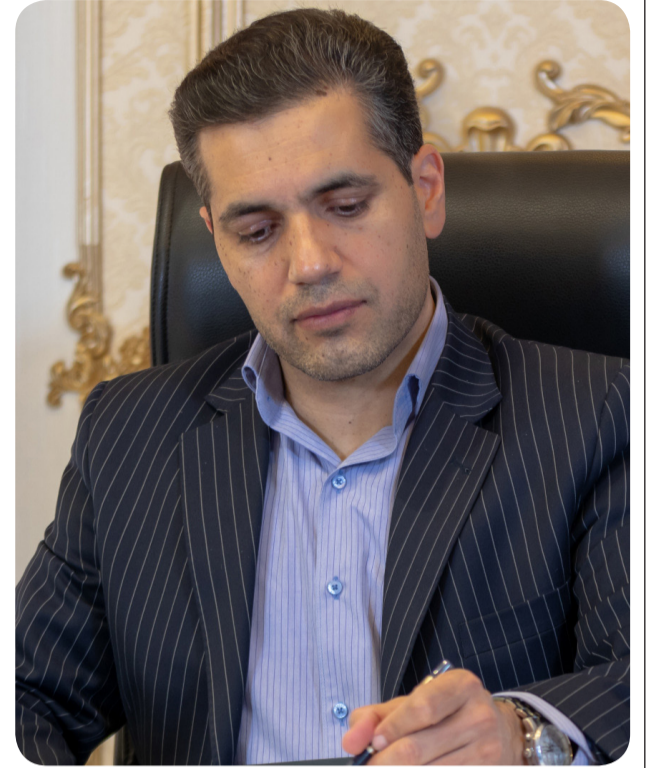
- در زمان برگزاری انتخابات که جزء وظایف ذاتی وزارت کشور، استانداری و فرمانداری ها بود به جز فرآیند اخذ رای کلیه فعالیت ها بصورت الکترونیکی انجام می شد. لازمه برگزاری انتخابات الکترونیکی در سطح استان برنامه ریزی، اجرا و نظارت دقیق در سه حوزه تجهیز ۲۸۳۶ شعبه اخذ رای در سطح استان، تامین شبکه ارتباطی بر بسترهای APN، USSD و Dialup برای شعب و استقرار سامانه جامع انتخابات در سطح فرمانداری ها و بخشداری ها می باشد که خوشبختانه با بسیج کلیه امکانات، یازدهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در کلیه حوزه های انتخابی با کیفیت مطلوبی به انجام رسید و در ارزیابی های وزارت کشور، استان اصفهان در یکی از رتبه های برتر کشوری از این حیث قرار گرفت.

بدون شک لازمه توسعه هر گونه فعالیت دولت در زمینه دولت الکترونیک و فضای مجازی، اتکاء به یک ساختار امن می باشد تا علاوه بر اجرای اقدامات پیشگیرانه، برنامه ریزی مواجهه با رخدادهای و تهدیدات امنیت اطلاعات صورت پذیرد. بر این اساس و با توجه به ابلاغیه های نهادهای مسئول، کمیته راهبری امنیت استانداری تشکیل و اقداماتی از جمله استقرار سیستم مدیریت امنیت اطلاعات، استاندارد سازی اتاق سرور استانداری و فرمانداری ها، امن سازی شبکه های ارتباطی و... در دستور کار قرار گرفت.

لطفا اقدامات صورت گرفته در زمینه توسعه کسب و کارهای مجازی را تشریح کنید.

در این زمینه، دو فعالیت اصلی صورت گرفته است:

تشکیل کمیته استانی کاهش موانع کسب و کارهای مبتنی بر فضای مجازی: این کارگروه بر اساس ابلاغیه هیات محترم وزیران و منظور حمایت از کسب و کارهای فضای مجازی و کاهش موانع اینگونه فعالیت ها و ایجاد سازو کار اجرایی مناسب برای ادامه و رونق این نوع کارها و ایجاد وحدت رویه در دستگاه های اجرایی مرتبط در مدیریت



مهندس محسن مهربانی مدیریت فناوری اطلاعات و شبکه دولت استانداری اصفهان دارای کارشناس مهندسی کامپیوتر و کارشناس ارشد در مدیریت فناوری اطلاعات می باشد. فعالیت حرفه ای محسن مهربانی از سال ۷۶ و با برنامه نویسی پروژه های مختلف در بخش خصوصی آغاز و در سال ۸۰ وارد استانداری اصفهان شد. وی طی مدت ۱۸ سال حضور در رده های کارشناسی، کارشناس مسئول و رئیس گروه به انجام وظیفه پرداخته است. از فعالیت های وی می توان به تدوین سند راهبردی توسعه ICT استان، ایجاد مرکز داده استان، شبکه اینترنت، پرتال خدمات استان، پرتال سرمایه گذاری و ده ها طرح دیگر اشاره نمود.

چه فعالیتهایی برای بهره گیری بیشتر مردم از خدمات الکترونیکی در استانداری صورت گرفته است؟

در این زمینه دفتر فناوری اطلاعات استانداری سعی نموده است تا علاوه بر تسهیل و تسریع انجام امور داخلی مجموعه استانداری، فرمانداری ها و بخشداری ها از طریق استفاده حداکثری از سیستم های مکانیزه، نیازمندی های مشترک راه اندازی و بهبود خدمات الکترونیک دستگاه های اجرایی و سازمان ها را مهیا و در دسترس آنها قرار دهد که از جمله می توان به موارد ذیل اشاره نمود:

- استقرار سامانه یکپارچه تعاملات الکترونیکی دولت (سیتاد) در بسیاری از سازمان های استان که تاکنون حدود ۱۵۰۰۰ استعمال الکترونیکی در سال جاری ثبت شده است. توضیح آنکه بر اساس ابلاغیه ریاست جمهوری، دستگاه های اجرایی منبذ حق اخذ کپی کارت ملی و شناسنامه از ارباب رجوع را نداشته و بایستی با اصلاح فرآیند و استفاده از سامانه مذکور نسبت استعمال هویتی مراجعین اقدام نمایند.

- اخذ مجوز سرویس شاهکار از وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و تهیه

دنیای این روزای ما



عارف اصفهانی - روزنامه نگار

در این روزها، بین حوادث غیرمنتظره ای که با آن روبرو هستیم، بشریت گیج و منگ در پی تصویری است که انسان اجتماعی را مهربان تر نمایش دهد. روزهای کرونا شاید این اتفاقات را بیشتر رقم بزند. روزهایی که ما با بیگانه ای روبرو هستیم

که نمونه اش را بارها در فیلم های بزرگ جهان دیده ایم. اتفاقات اخیر خیلی از معادلات زندگی را بر هم زده است. شاید خیلی ها ترجیح می دهند در دنیای شلوغ ارتباطات امروز که تمام ارکان اجتماعی و ارتباطی به هم ریخته است، منتظر اتفاق جدیدی باشند. به گفته بسیاری از کارشناسان هجوم لشگری از استرس ها و هیجاناتی که با شرایط امروز گره خورده است، می تواند سیستمی متفاوت را در پساکرونا ایجاد کند. سیستمی با ارتباط های متفاوت از قبل. در این بین ناخودآگاه فیلم جیمز استیوارت برایم تداعی شد، آن زمان که آن فرشته از همه جا بیخبر به زمین می آید و با آدم هایی روبرو می شود که مثل خودش نیستند. آدم هایی که مهربانی یادشان رفته و ترجیح می دهند با دنیای تعاریف خودشان زندگی کنند. اما بعد از او شخصیت مورد نظر فیلم تغییر می کند. از این دست شخصیت ها زیادند مثل مسافر کوچولو که از سیاره ی کوچک خود به زمین آمد تا درک موقعیت کند و عشق را به آدم بزرگ ها بیاموزد. بیایید ما هم خودمان را در جایگاه آنها قرار دهیم. در زمانی که کرونا با حالت پاندمیکی که ایجاد کرده اتفاقات مختلفی را رقم زده است و ما در این آشفتگی شاید بتوانیم آنچه را که در شخصیتمان فراموش کرده ایم بازیابی کنیم. هجوم بیگانه ای که ما را به فکر فرو می برد برای دنیایی بهتر در فضایی بهتر.

کرونا خیلی چیزها را تا امروز به ما آموخته اینکه علم هنوز آنچنان که باید و شاید پیشرفت نکرده است. اینکه ما باید با سرعت بیشتری حرکت کنیم. اینکه دنیای مجازی ما این روزها فراگیرتر شده است و اینکه شاید بعد از کرونا هم باید آنلاین تر عمل کنیم. به هر حال در دورانی که تکنولوژی با سرعت نور در حال پیشرفت و گذر است ما هم باید دنیای ارتباطی خود را وسیعتر کنیم و با تکنولوژی همگام شویم تا از دنیا عقب نیفتیم. کرونا با تمام بدی ها و ایراداتی که داشت یک شانس بزرگ به ما داد که فراموش نکنیم چقدر از دنیای تکنولوژی ارتباطی پایین تر هستیم و هنوز زیرساخت هایمان برای خیلی از فعالیت ها کافی نیست. کرونا به ما یاد داد که اگر همگام با تکنولوژی ارتباطی گام برداریم در آینده در سیاهچاله ای خواهیم افتاد که بیرون آمدن از آن محال است. برای انسان امروز هیچ چیز محال نیست. شاید کریستوفر نولان این موضوع را زودتر از ما فهمید و به خاطر همین فیلم «اینترستار» را ساخت که بگوید: دنیای ارتباط بزرگتر از آن چیزی است که ما فکر می کنیم. تصویری از تاریخی که ممکن است تکرار شود. کرونا به دنیای زمینی ها آموخت که در دنیای بزرگتر ارتباط آدم جور دیگری است، پس به قول سهراب جور دیگر باید دید....

آشنایی با واحد توسعه کسب و کار اتاق بازرگانی اصفهان



احسان شهیر - دکترای مدیریت استراتژیک

واحد توسعه کسب و کار نه با هدف ایجاد چرخه برای اقتصاد؛ بلکه با شعار مدیریت چرخه اقتصاد شکل گرفته است. هدف، مدیریت چرخه اقتصاد می باشد. یکی از اهداف راهبری مدیریت توسعه کسب و کار، خلق ارزشهای راهبردی است. ارزش هایی بلند مدت و متمرکز و متناسب با زمان و مکان برای ذی نشان و ذینفعان و نقش آفرینان زیست بوم کسب و کار می باشد. توسعه کسب و کار یک کوه بدون قله است، یک بازی نامحدود بی نهایت و بدون برنده است اما پیشرفت و حرکت به سوی پیروزی آن نیازمند تفکر راهبردی نامحدود برای همسو شدن با تغییرات است. برای تحقق این تحول تمرکز بایستی بر روی سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی به عنوان سرمایه اقتصادی باشد.

یکی از برنامه های کلان اتاق بازرگانی نسل دوم برای رسیدن به نسل سوم اتاقها، تشکیل ۱۰ مرکز در واحد توسعه کسب و کار اتاق بازرگانی با چهار راهبرد رابطه سازی (Connecting)، شبکه سازی (Networking) و جامعه سازی (Society) و توانمندسازی اعضای زیست بوم کسب و کار می باشد و به تعبیری با استفاده از ظرفیت نخبگان و خبرگان برای ارتقای سطح توانمندی اعضا و ارتقا و بهبود فضای کسب و کار، اقدام به ایجاد تعامل کارآمد میان فعالان اقتصادی، نخبگان و

خبرگان با هدف خلق ارزش و شکوفایی اعضا نموده است توسعه کسب و کار هدفش خلق ارزش های جدید بر اساس نیازمندی ها و توانمندی ها می باشد. با مدیریت توسعه کسب و کار، ارزش آفرینی و ثروت آفرینی و در نهایت منجر به کار آفرینی می شود. مخاطب اصلی توسعه کسب و کار متمرکز بر SME بنگاه های کوچک و متوسط (به علت) شرکت های کوچک و متوسط می باشد.

علت انتخاب شرکتهای کوچک، بواسطه چابکی، توانمندی، علاقه مندی و آمادگی آنها است. بواسطه همین چهار بعد، مخاطب اصلی مدیریت توسعه کسب و کار را شرکت و بنگاه های کوچک و متوسط قرار دادیم. هدف برند سازی سازمانی و کمک به این شرکت ها است.

واحد توسعه کسب و کار در حال حاضر ده مرکز دارد که هر مرکز بصورت پازلی و با هماهنگی بازاری تصویری را برای زیست بوم کسب و کار رقم خواهد زد. یکی از این مراکز، مرکز تخصصی توسعه کسب و کار با هدف شبکه سازی میان اعضای زیست بوم کسب و کار و حل مسائل اعضا همراه با بستر سازی و توسعه کسب و کارها و مبتنی بر نیازها و مزیت های رقابتی استان همراه با شناسایی توانمندیها، نیازمندیها، مشکلات و چالش ها تشکیل شده است و به وسیله خبرگان، نخبگان، فعالان و حاکمیت پاسخگوی این نیازها می باشد. اگر نیازی از عضو توسط خود عضو و سایر اعضا بدون پاسخ ماند از بازوهای راهبردی موجود برای حل مشکل کمک بگیرد. مرکز جوانان کار آفرینی و کسب و کارهای نوپا (استارت آپ ها) با ماموریت تثبیت ایده و تبدیل ایده به طرح کسب و کار (چرخه نوآوری) و همچنین حمایت از شکل گیری تیم های نو با متناسب با نیاز اعضا و مراکز شتاب دهی جهت کمک به کسب و کارهای نوپا برنامه ریزی نموده است. این مرکز در تلاش است بتواند با استفاده از افراد متخصص فوق به جامعه کسب و کار های نوپا، جهت رشد و تعالی کمک نماید.

مرکز کار آفرینی و کسب کار بانوان و خانواده اتاق بازرگانی:

شناسایی، بستر سازی، توانمندسازی و شبکه سازی بانوان کار آفرین و یا مستعد کار آفرینی و پیشرفت و توسعه زیست بوم کسب و کار در راستای خلق ارزش خانواده کار آفرین می باشد اعضای زیست بوم کسب و کار بانوان شامل: اعضای بانوی اتاق بازرگانی - بانوان کار آفرین و یا شاغل در سازمان ها و بنگاه های زیست بوم کسب و کار - بانوان مستعد کار آفرینی و خانواده آنان (فرزندان، همسر، پدر و مادر) - همسران اعضای اتاق بازرگانی در نظر گرفته شده است و به تعبیری برای بانوان به عنوان نیروی موثر تمدن ساز و جامعه ساز در تحقق رشد اقتصادی پیوسته، با ثبات و پرشتاب برنامه ریزی متنوعی شده است.

مرکز شتاب دهنده تخصصی صادرات با ماموریت افزایش صادرات از طریق تربیت افراد متخصص نوپا در چرخه صادرات و ایجاد، تقویت، توانمند سازی، توسعه و پیشرفت شرکت های مدیریت صادرات استان اصفهان در آذرماه سال گذشته با حضور وزیر محترم صمت، استاندار محترم اصفهان و رئیس محترم اتاق بازرگانی به عنوان اولین شتاب دهنده تخصصی صادرات افتتاح گردید.

شتاب دهنده تخصصی تجارت الکترونیک با ماموریت مواجهه هوشمندانه با فضای مجازی (به عنوان بستر و مکمل فضای فیزیکی) در جهت تعالی و سودآوری بیشتر اعضای اتاق از طریق مشاوره، پشتیبانی، طراحی و ارائه راهکارهای کسب و کار مجازی شروع به کار نموده است. شتاب دهنده بازاریابی و فروش: باعث ایجاد، تقویت، توانمند سازی، توسعه و پیشرفت شرکت های مدیریت بازاریابی و فروش میشود؛ افراد مستعد در چرخه فرایند بازاریابی و فروش را پرورش می دهد.

سرمایه های انسانی واحدهای بازاریابی و فروش شرکت ها را توانمند می سازد؛ منتورها، مشاوران، مربیان و اساتید بازاریابی و فروش را شبکه سازی و توسعه می دهد؛ باعث طراحی، فرهنگ سازی، حمایت از الگوهای بازار زیستی و زیرساخت های بازاریابی مؤثر و بازاریابی پایدار می گردد. مرکز آموزش و توسعه سرمایه انسانی (متسا) با هدف ارائه خدمات توانمند سازی و آموزشی، تربیتی و پرورشی مورد نیاز سرمایه های انسانی در زیست بوم کسب و کار در خدمت بنگاه ها و افراد مستعد می باشد.

نقش روابط عمومی در مدیریت بحران



دکتر هادی زمانی - کارشناس علوم ارتباطات و رسانه

دنیای مدرن ما همچون دنیای کودکی است که روانشناس معروف قرن نوزدهم «ویلیام جیمز» منفجر کننده و مبهم توصیف کرده است. انبوه اطلاعات ضد و نقیض، دستکاری های پنهان اطلاعات، گزینشی عمل کردن در انتشار اطلاعات و صدها خصیصه دیگر مدیریت رسانه، این واقعیت را بر همه ما مسلج نموده است که ما در دنیایی زندگی می کنیم که بحران ها جز ذات لاینهایی آن است. سوال مهم و اساسی آن است که چگونه می توان در چنین جامعه گیج و پر از ابهامی، به انتخاب های درست دست یافت و پاسخ دقیقا همان است که «ویلیام جیمز» برای کنترل این گیجی منفجر کننده مطرح نموده است.

فرایند شناخت تنها راه و مهمترین گام در مدیریت این دنیای بحران زده است. رسالتی که جز با ساختارهای روابط عمومی و ماهیت فلسفه ارتباطات محقق نمی شود. «در پاییز سال ۱۹۸۲ میلادی یک قاتل ۶۵ میلی گرم سیانور را به برخی قرص ها و کپسولهای Tylenol در قفسه های فروشگاه ها اضافه کرد و موجب کشته شدن هفت نفر از جمله ۳ نفر در یک خانواده شد. شرکت جانسون و جانسون ۳۱ میلیون کپسول و قرص را با هزینه ۱۰۰ میلیون دلار مرجوع و از بین برد. مدیرعامل شرکت «جیمز بروک» در اطلاع رسانی های که از طریق تلویزیون و نشست های خبری مطرح شد. مصرف کنندگان محصولاتشان را از اقدامات شرکت آگاه کرد. بسته بندی مقاوم در برابر دستکاری های غیرقانونی به سرعت معرفی شد و فروش Tylenol به سطح قبل از بحران نزدیک شد. شرکت جانسون و جانسون یک شرکت چند ملیتی فعال در حوزه مراقبت های بهداشتی است که جدا از تولید پوشک بچه انواع لوسیون، تولید کننده مسکن های مختلفی مانند Tylenol در مقیاس جهانی است»

اولین گام در عرصه مدیریت بحران، شناخت بحران است. کسب اطلاعات متقن و واقعی از عوامل و افراد موثر در ایجاد بحران عوامل شتاب دهنده و افراد موثر در وضعیت فعلی بحران و شناسایی نقاط ضعف و قوت برنامه های تدوین شده مدیریت بحران در حل بحران بدون وجود ساختار های ارتباطی و دفاتر روابط عمومی تخصصی و کارآمد، ممکن نیست. عموماً درک بحران و عوامل و افراد موثر در آن در مراحل سه گانه، پیش، در حال حاضر و پس از بحران بدون وجود کانالهای ارتباطی از پیش تدوین شده، ترویج کار گروهی، ارزش آفرینی، مشارکت و همدلی و همه ارزشهای ارتباطی بسیار مشکل است. لذا مهمترین گام در مدیریت ناب در هر سه سطح اجتماعی از دیدگاه مرتون، چه کلان اجتماعی (سیاست)، میان برد اجتماعی (سازمان) و چه خرد اجتماعی یعنی تک تک افراد جامعه با تشکیل تیم های مدیریت بحران دائمی و داشتن برنامه منسجم برای مقابله با بحران هاست.

در سطح کلان اجتماعی دولت ها باید با تشکیل کارگروه های بحران در استانداری ها و فرمانداری ها و استفاده از نخبگان مرتبط علمی زمینه مدیریت بحران را فراهم آورند. این کمیته ها بایستی مرتبط از متخصصان علوم فنی و اجتماعی خصوصاً ارتباطات باشند.

مهمترین ویژگی برنامه های مدیریت بحران یا criss management plan، وجود کانالهای ارتباطی مدرن و شیوه کسب اطلاعات و شناخت مسائل پیش رو می باشد. داده کاوی منظم و تحلیل اطلاعات بر اساس نرم افزارهای پیشرفته و تفکر فلسفی ارتباطات، باعث دستیابی به اطلاعات متقن جهت بازبینی در تدوین برنامه مدیریت بحران یا CMP خواهد شد. اگر نوکیا به چنین دیدگاهی معتقد بود، هرگز بازار خود را دودستی تقدیم سامسونگ نمی کرد. سازمان هایی که دارای برنامه مدیریت بحران می باشند، عموماً اگر ادارات روابط عمومی و ارتباطات علمی و تخصصی کنار خود داشته باشند با بحران های فاجعه آمیز روبرو نمی شود و اما اگر همچون بیماری کرونا ناخواسته وارد این عرصه شوند. در «وقفه تفکر بحران» به سرعت به تجدید قوا رسیده، تیم های توانایی مربوطه را سازماندهی کرده و پاسخ شش سوال مهم بحران پیش رو اعم از who, when, where و what و how و why را به دست آورده و بر اساس آن؛ اطلاعات به دست آمده را به دانش و حکمت تبدیل می کنند که همچون چراغی پرنور راه پرمخاطره مدیریت بحران را جلوی پایشان روشن می کند.

عموماً متخصصان روابط عمومی مهمترین راهبردی را که به عنوان عضو کمیته مدیریت بحران دنبال می کنند، اطلاع رسانی است قاطعانه می گویم که تبلیغات هیچ ارتباطی با مقوله اطلاع رسانی ندارد و این دو کاملاً از هم جدا می باشند. یکی از مهمترین رویکردهای علوم ارتباطات اطلاع رسانی است. اطلاع رسانی مفهوم متعالی و در عین حال ریشه دار در دانش محسوب می شود. در گذشته بیشتر با دکومانتاسیون و کتابداری عجین بوده و امروز جزء راهبردهای اصلی دانش ارتباطات و روابط عمومی است.

کاهش قدرت رسانه های دولتی و افزایش چشمگیر قدرت رسانه های اجتماعی

ظهور شاخه دانش روابط عمومی زندگی و تبدیل شدن ارتباطات به عنوان دانشی فراگیر که باعث شده است که دانش ارتباطات به عنوان علمی پویا در عرصه سازماندهی اطلاعات وارد عمل شود.

برای آنکه مفهوم و فلسفه اطلاع رسانی را درک کنیم، بهتر است این واژه را حلاجی کنیم، «اطلاع» در واژه اطلاع رسانی کلمه ای فرانسوی است که به مفهوم جمع آوری، پردازش، انتقال اطلاعات و بازیابی آن اطلاق می شود. در حقیقت این واژه با «ارتباط» که برگرفته از فرهنگ آمریکایی است، هم معنا می باشد. این واژه بیانگر فرایند ارتباط به مفهوم زیر می باشد: منبع پیامی که بر اساس هدفی خاص پیام و محتوایی را بر اساس گنجینه دانش و اطلاعات خود، بر اساس سطح اطلاعات و دانش مخاطب تنظیم کرده و از طریق یک وسیله ارتباطی مناسب و مطلوب که در دسترس مخاطب یا گیرنده پیام است، تلاش می کند با انتقال محتوا و معنای پیام، بازخوردهای لازم را کسب کند. پس از اطلاع با فرایند تولید، پردازش و انتقال اطلاعات سر و کار دارد.

دقت در مفهوم اطلاع و فلسفه ارتباط و کنکاش در تعاریف علم مدیریت و ارتباطات ما را به مفهوم مدیریت ناب و روابط عمومی می رساند. در حقیقت آخرین سبک مدیریتی روز دنیا تنها و تنها با ارتباط مستقیم و بدون واسطه معنا می یابد. در این سبک مدیریت مدیر منشی ندارد و نه مسئول دفتر و حتی دفتر محل کار؛ محل کار او در کنار کارکنان اش است و با همجواری و همزیستی با آنها؛ شفافیت و مشارکت به عنوان دو مفهوم به هم پیوسته در توسعه سازمان شکل می گیرد و سپس به رکن دوم مدیریت ناب یعنی مبارزه با اتلاف ها و هدر رفت؛ عملیاتی می شود. در رویکرد مدیریت ناب، ارتباطات فراگیر و اثربخش، نگاه صد درصدی به کارکنان به عنوان تنها و موثرترین سرمایه های سازمان، مبارزه با اتلاف و هدر رفت ها؛ زمینه شفافیت و مشارکت را شکل می دهد که قادر است بحران ها را به خوبی شناسایی و مدیریت کند. قطعاً روابط عمومی با سازمان متولد شده و در آن قدرت عمل خواهد داشت. رویکرد حل مسئله و مدیریت بحران در تلاقی این دو دانش کاربردی (مدیریت و ارتباطات) به ثمر می رسد. نگاه ارتباطی مدیران در کنار قدرت عمل روابط عمومی در ایجاد تیم های کاری، انگیزه بخشی و ارزش آفرینی و فرهنگ سازی و حمایت همه جانبه از کارکنان و ... باعث شکل گیری تفکری می شود که قادر به برنامه ریزی و عملکرد است و با مشاهده سیستماتیک بحران ها و تجزیه و تحلیل آنها در جستجوی یافتن راه و ابزاری است که بتواند عوامل و افراد موثر در وقوع بحران را به موقع شناسایی و مدیریت کند.

چنین اندیشه و عملی هرگز اجازه وقوع یا ورود بحران به مجموعه تحت مدیریت خود را نمی دهد و در صورت وقوع به خوبی و شایستگی و با کمترین تلفات و هزینه ممکن آن را مدیریت خواهد نمود. آمادگی، جسارت در تصمیم گیری، امداد رسانی به موقع و سریع و بهبود اوضاع، در کنار کارکنان با انگیزه و فداکار؛ از مهمترین نتایج چنین همزیستی است. بر خلاف نگاه سنتی مدیریت بحران که آن را فرو نشاندن آتش و بازسازی پس از ویرانی قلمداد می کند. نگرش جدید معتقد است که همواره باید انگیزه های لازم برای کارکنان، تیم سازی بالقوه برای تصمیم سازی ها و مجموعه ای از طرح ها و برنامه های کاربردی برای مواجهه با تحولات آینده وجود داشته باشد تا نهادها آمادگی لازم برای مدیریت این بحران های احتمالی را داشته باشند و این مهمترین وظیفه روابط عمومی در سازمان است. ایجاد یک نگرش منابع انسانی محور و همکار دوست و انگیزه بخش در همه مراحل و سطوح نهادی و سازمانی. قطعاً مدیر میانی و کارمندی که در روز های خوش سازمان، مورد احترام و کرامت بوده و به دیدگاهها و نظراتش اهمیت داده شده و در کنار این انگیزه بخشی از حقوق و مزایا و اعتبارات مطلوب بهره مند بوده و آموزش های لازم را به طور مستمر دیده، تلاش خواهد نمود تا کار درست را با نگاه بلند و دوراندیشی به خوبی انجام دهد و مانع از بروز بحران گردد چرا که اولین متضرر این امر خود اوست. «ساندرا الیور» در مدل استراتژی روابط عمومی و ارتباطات یکپارچه؛ وجود واحدهای مدیریت بحران را از الزامات روابط عمومی ها در سازمان عنوان می نماید که ذیل این وظیفه مهم برنامه ریزی مستمر، پاسخگویی اجتماعی، پوشش حوادث، مدیریت دعای را عنوان می کند که می توان افزود بر آن: مدیریت شایعه، ایجاد کانال های ارتباطی مستقیم و بدون واسطه، تشکیل تیم های تولید محتوا، انتخاب کانال های ارتباطی و رسانه ای مطلوب و اثربخش، اخذ بازخوردها و پیگیری و تحلیل داده ها و مستندسازی تجربیات مدیریت بحران را ذکر نمود.

شاخص هایی که از عناصر اصلی پروسه اطلاع رسانی در سازمان محسوب می شود. بایستی توجه داشت که بحران به خودی خود نمی تواند اثرات منفی داشته باشند، مگر اینکه عوامل آن شناسایی و کنترل نشده و افرادی از جهل یا به عمد بر آتش توسعه آن دمند. بایستی توجه داشت همیشه بحران ها و دستاوردهای ارزشمندی را با خود به همراه دارند که باعث رشد و توسعه همه جانبه در جامعه می گردد مثلاً ویروس کرونا سرعت دیجیتالی شدن سازمان ها و نهادها و افراد را ده چندان نمود.

آشنایی با خانه نوآوری اصفهان



همانطور که می‌دانیم، لازمه شکل گیری اقتصاد مبتنی بر دانش و نوآوری، شکل گیری اکوسیستمی شامل اجزای مختلف پشتیبان نوآوران و کارآفرینان است. یکی از پلتفرم‌های رو به افزایش در جهان، مراکز نوآوری و کارآفرینی مرتبط با دانشگاه‌ها است. رسالت این مراکز شناسایی و آموزش دانشجویان مستعد کارآفرینی و فن‌آفرینی، توانمندسازی ایشان، و هدایت آنان در جهت پرورش ایده‌های خام، و تسهیل و شتابدهی به شکل‌گیری استارت‌آپ و رشد سریع شرکت نوآور - فناور آن‌هاست. ایجاد محل و پاتوقی برای دانشجویان، علاقه‌مندان و مخاطبان حوزه استارت‌آپی، زمینه استفاده از ایده‌های صاحبان فکر در حوزه‌های نوآورانه و فناورانه را فراهم می‌آورد. به نظر میرسد پیش از هرگونه پالایش اطلاعاتی، دسته‌بندی و انتخاب از میان طرح‌های موجود، فراهم

نمودن شرایطی که سبب ایجاد کلونی‌های نخبگانی گردد و در آن افراد بتوانند آزادانه به فعالیت‌های خلاقانه بپردازند، ضریب اطمینان برای شکل‌گیری طرح‌های برتر و سرمایه‌گذاری در این حوزه را بالا خواهد برد. با توجه به اینکه کانون تولید ایده‌های خلاقانه و افکار برتر محیط دانشگاه‌ها و عموماً دانشجویان و یا تازه فارغ‌التحصیلان می‌باشند. ایجاد محلی برای تعامل با این قشر به صورتی که انگیزه کافی از سمت ایشان برای حضور در این محل فراهم نماید؛ کمک شایانی برای نیل به این مطلوب خواهد بود.

بر این اساس و با عنایت به ظرفیت‌های بالقوه شهر اصفهان، خانه نوآوری میتواند ضمن ارائه خدمات به دانشجویان و مخاطبان برای حضور در این مرکز و کمک به آن‌ها در تعریف و اجرای طرح‌ها و ایده‌های خلاقانه، محلی برای برپایی رویدادهای مختلف کارآفرینی و استارت‌آپی از جمله برگزاری استارت‌آپ ویکندها، کمپ‌های نوآوری، جلسات هم‌اندیشی و ... تعریف کند که افق میان مدت تبدیل به مرکز غیر رسمی حضور و پاتوق مخاطبین این حوزه گردد. خانه نوآوری، با قرار گرفتن در حلقه‌های اول اکوسیستم، از طریق هدایت نخبگان و متخصصان به کارآفرینی و کمک به ایشان جهت شکل‌دادن ایده‌های نوآورانه و راه‌اندازی کسب و کار مبتنی بر فناوری و نوآوری، نقش پیش‌برنده در توسعه اکوسیستم را بازی می‌کند.

از سال ۱۳۹۶ خانه نوآوری در تهران برای رشد و ایجاد تجربه - خلق تفکر کارآفرینی و ارزش آفرینی برای ذینفعان و فعالان تاسیس شده است. مجموعه خانه نوآوری با اتکا به شبکه منتورینگ برجسته و با سابقه در حوزه کسب و کارهای نوپا و همچنین نیروی انسانی متخصص خود سعی در پیشبرد اهداف تعیین شده داشته است و در این خصوص با برگزاری رویداد و کارگاه‌ها، تیم‌سازی، ارائه خدمات مشاوره و استقرار تیم‌های استارت‌آپی و تامین

سرمایه اولیه برای تیم‌های عضو، سعی در رشد آنها داشته که تاکنون خانه نوآوری تهران با جذب و آموزش بیش از ۱۳۰ نفر از علاقه‌مندان تحت عنوان استارت‌آپی، گام‌های مهمی در این زمینه برداشته است.

اهداف خانه نوآوری اصفهان

- شناخته شدن به عنوان هاب کارآفرینی در حوزه‌های محتوا، زنجیره بلوکی و هوش مصنوعی از طریق ایجاد پاتوق دائمی حضور کارآفرینان، نخبگان، متخصصان، سرمایه‌گذاران و فن‌آفرینان اصفهان

- ترغیب، هدایت و کمک به دانشجویان، نخبگان و استعداددهای برتر جهت ورود به عرصه کارآفرینی و ارزش آفرینی از نخستین مراحل، با رعایت سهولت و راحتی دسترسی مخاطبان به مشاوران و برنامه‌های خانه

- توانمندسازی و ارتقای دانش و بینش کسب و کار نخبگان و دانشجویان

- تسهیل شکل‌گیری، رشد و تکامل ایده‌های کارآفرینانه از نقطه صفر تا تکمیل ایده در حد ارائه ایده به شتابدهنده‌ها و یا سرمایه‌گذاران از طریق تأمین فضای کار، تسهیل دسترسی نخبگان به متخصصان و مشاوران و ارائه مشاوره‌های کسب و کار مستمر به دانشجویان صاحب

ایده

- افزایش ورودی شتابدهنده‌ها و مراکز حامی کارآفرینان و استارت‌آپ‌ها

- بهبود کیفیت تیم‌های استارت‌آپی و افزایش احتمال موفقیت آن‌ها

تفاوت خانه نوآوری با شتابدهنده‌ها

با توجه به برخی شباهت‌ها بین خانه نوآوری و شتابدهنده‌ها، لازم است تفاوت خانه با شتابدهنده‌ها تصریح شود. ورودی شتابدهنده‌ها تیم‌های دارای ایده کسب و کاری مشخص و مدل کسب و کار مرتبط با آن ایده است. از آنجا که هدف اصلی شتابدهنده‌ها، کسب سود از

آشنایی با آکادمی مجازی ایرانیان و استاد اپ

در جوامع امروز آموزش الکترونیکی محدود به اینترنت نمی‌شود و گستره وسیعی از ابزارها را در بر می‌گیرد. همیشگی نمودن آموزش به مفهوم حذف بسیاری از محدودیت‌های زمانی و مکانی است که تنها از آموزش الکترونیکی انتظار می‌رود. آکادمی ایرانیان تنها برند ایرانی فعال آموزش مجازی ایران در کشورهای مختلف از جمله افغانستان و عراق می‌باشد و همچنین پروژه‌های مشترکی را در کشورهای مختلف پیاده‌سازی و اجرا نموده است. این آکادمی به عنوان بخشی از برنامه جهانی گسترش دانش در کشورهای در حال توسعه، با همیشگی نمودن آموزش از طریق انواع ابزارهای الکترونیکی، بهبود شرایط کار و زندگی مردم را هدف خود قرار داده است.

مرکز پژوهشی هدایتگران اندیشه (تاسیس ۱۳۷۶) به عنوان زادگاه آکادمی آموزش مجازی ایرانیان پس از موفقیت در زمینه طراحی، تولید و توسعه پلتفرم‌های علم الکترونیکی، در بهار ۱۳۷۷ فعالیت خود را در حوزه آموزش اینترنتی با اجرای موفق دوره‌های عمومی و تخصصی آغاز نمود. در بهار ۱۳۸۸ یکی از بزرگترین پروژه‌های آموزش الکترونیکی کشور با مشارکت تعداد زیادی از مراکز بزرگ آموزشی، پژوهشی و انتشاراتی داخل و خارج کشور آغاز گردید و آکادمی مجازی ایرانیان متولد شد.

آکادمی مجازی ایرانیان، ماموریت اصلی خود را آموزش بر روی انواع ابزارهای دیجیتال در قالب وب، تلفن همراه، تبلت، پخش کننده‌های صوتی و ... با هدف افزایش دسترسی کاربران به انواع آموزش‌های کارآمد و بهبود شرایط زندگی انسانها می‌داند.

در سال ۸۸ مدل کسب و کار آکادمی اینترنتی از سوی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی برنده عنوان کار آفرین برگزیده ملی و در سال ۱۳۹۰ با حمایت وزارت کار، رفاه و تأمین اجتماعی و سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای، مجوز اولین مرکز آموزش مجازی فنی و حرفه‌ای ایران با عنوان مرکز آموزش مجازی ایرانیان به آکادمی اعطا گردیده است. در سال ۹۵ نیز رتبه اول اپلیکیشن آموزش مهارتی را از سازمان فنی و حرفه‌ای دریافت نمود.

در حال حاضر تمرکز آکادمی مجازی ایرانیان بر دوره‌های تخصصی کسب و کار، شامل دوره‌های آنلاین MBA، DBA، مدیریت استراتژیک در قالب یک اکوسیستم جامع آموزشی می‌باشد. در حال حاضر ۳۰ درصد فراگیران دانشجویان آکادمی را فارسی‌زبانان خارج از کشور تشکیل می‌دهند.

بهبود عملکرد فنی و آموزشی استاد اپ

تیم استاد اپ به صورت همزمان بر روی این دو مسیر کار می‌کند تا کاربران هر روز مهارت‌های جدیدی را دریافت کنند، شاید همان مهارتی باشد که برای یک پیشرفت یا رفع مشکل به آن نیاز دارند. در این راستا سعی بر آن است که این اپ با کمترین هزینه و سریعترین شکل محتوا را با بالاترین کیفیت فراهم کند.

تیم استاد اپ در صدد فراهم کردن بهترین فناوریهای لازم است تا محتوا به سادگی و با ارزش مناسب در اختیار کاربران بوده و هیچ محدودیتی بین کاربران و یادگیری قرار نگیرد. استاد اپ با روش‌های مختلف، دانش و مهارت را به کاربران منتقل می‌کند:

آموزش مجازی، کلاس آنلاین، پخش زنده

تلسکوپ و میکروسکوپ آنلاین

رادیو و تلویزیون اینترنتی و غیره...

تاریخچه ی استاد اپ توام با ۲۰ سال تجربه ی کار تیمی است و این تجربه از سال ۱۳۷۷ شروع و نتیجه آن در سال ۱۳۹۶ با تولید اپلیکیشن استاد اپ حاصل شد.

از ۱۳۷۷ مرکز پژوهشی هدایتگران اندیشه با تولید لوح‌های فشرده چند

رسانه‌ای آموزشی وارد آموزش الکترونیکی شد

از ۱۳۸۴ با آموزش اینترنتی، آکادمی مجازی ایرانیان تاسیس شد

از ۱۳۸۸ آموزش آنلاین دوره‌های MBA آغاز شد

از ۱۳۹۰ آموزش موبایلی در آکادمی مجازی ایرانیان آغاز شد

از ۱۳۹۳ مجوز رسمی اولین مرکز آموزش مجازی فنی و حرفه‌ای دریافت شد

از ۱۳۹۵ با اجرای پروژه خدمات ارزش افزوده تلفن همراه برای آموزش مجازی در عراق، اولین تجربه در این حوزه شکل گرفت

از مستان ۱۳۹۶ پروژه استاد اپ آغاز شد.

تیم استاد اپ شامل هشت نفر پرسنل که دغدغه اصلی آنها دریافت ایده‌ها و نظرات کاربران برای بهبود هر چه بیشتر این اپلیکیشن است. همچنین این تیم با شرکای ارزشمند و تولیدکنندگان محتوا برای خلق محتوای کاربردی تر در ارتباط است. اما همچنان ستون فقرات پیشرفت این محصول ملی، فقط کاربرانی هستند که با ایده‌های خود این تیم را پشتیبانی می‌کنند.

هدف اصلی این مجموعه این است که هیچ‌کس با هیچ شرایطی از یادگیری باز نماند.

مهمترین اقدامات اداره کل پست استان اصفهان

پست استان اصفهان بعنوان مهمترین هاب پستی مرکزی در کشور نقش مهمی در توسعه اقتصادی و بهره‌وری ملی داشته است، و با اتکال به خداوند متعال توانسته است به عنوان اهرمی موثر در عرصه‌های اقتصادی و فرهنگی در توسعه استان نقش خود را بخوبی ایفا نماید. این اداره کل همواره کوشیده است تا در جهت افزایش سهم از بازار خدمات پستی، رشد توان اقتصادی، نوآوری در خدمات و محصولات، ارتقای کیفیت خدمات و فعالیتهای پستی، تأمین رضایت ذینفعان، توانمندسازی و توسعه سرمایه انسانی گام بردارد. پست استان اصفهان با رویکردهای نوین و همچنین بازنگری در فعالیت‌ها و اصلاح فرآیندها تحولی چشمگیر را در عرصه خدمت‌رسانی موجب گردیده و پویایی، سرآمدی و تأمین رضایت ذینفعان را به عنوان هدف نهایی خود تعیین نموده است. آنچه در ذیل مشاهده می‌گردد مروری بر اقدامات اداره کل پست استان و اهم اقدامات انجام شده به شرح زیر می‌باشد.

اقدامات انجام شده پیرامون پیاده سازی و اجرای طرح ملی GNAF

پروژه GNAF که مدیریت نشانی مکان محور واستعلامات میان دستگاهی امکان است و از طرح‌های کلان ملی به شمار می‌رود به عنوان یکی از طرحهای اقتصاد مقاومتی از سوی هیئت دولت به تصویب رسیده است.

از مهمترین اقدامات به عمل آمده در راستای تحقق این طرح اقتصادمقاومتی در استان می‌توان به برگزاری جلسات کارگروه استانی GNAF مرتبط با حضور نمایندگان دستگاههای اجرایی، تشکیل کمیته تخصصی GNAF استان و اجرای پروژه با همکاری شرکت های آفا، برق، گاز و شهرداری های مربوطه بصورت پایلوت در شهر های گلپایگان، گز و شاهین شهر اشاره کرد

اصلاح ساختار

شامل ادغام واحدها، چابک سازی ستاد و تقویت بخش توزیع و اجرا و استفاده بهینه از نیروها، ساماندهی و بازسازی اماکن و تجهیزات پستی و استفاده بهینه از اماکن و تجهیزات، ساماندهی و بازسازی ناوگان حمل و نقل، استفاده از سیستم مدیریت پاسخگویی به شکایات از طریق سایت eop.post.ir و استفاده از سامانه هوشمند همراه نامه رسان

پست استان اصفهان، همگام با سراسر کشور سرویس های نوین پستی مانند سرویس پست همراه، اعتبار سنجی، پست من، سرویس تعیین زمان توزیع خدمات ویژه شهروندی، پست رسانه، پست لجستیک و ... در جهت رفاه حال شهروندان ارائه کرده است. در همین راستا با عقد قرارداد با سازمان ها و شرکت ها در راستای توسعه خدمات نیابتی و رفاه حال مشتریان شامل (ثبت اسناد، ثبت احوال، تأمین اجتماعی، مجابرات، پزشکی قانونی، اداره کل امور مالیاتی، دانشگاه، شهرداری، آموزش و پرورش، دادگستری، بانکها و سایر ارگان ها و شرکت های دولتی و خصوصی اهتمام ورزیده است. از سایر

فعالیت‌های اداره کل پست میتوان به انعقاد قرارداد با شتاب دهنده ها با هدف استفاده بهینه از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های پست استان، انعقاد قرارداد بازار الکترونیک با شرکت ها در راستای توسعه تجارت الکترونیک، توسعه فروش محصولات بومی استان از طریق بازار الکترونیک، مهیا نمودن فضای آموزشی جهت افزایش سطح علمی کارکنان با برگزاری دوره های، بهره برداری از سیستم یکپارچه مبادله و استفاده از دستگاه PDA و ایجاد بانه های پستی در ادارات و مکانهای مورد نیاز مردم جهت کاهش تردد و تسریع در دریافت خدمات اشاره کرد.

اداره کل پست استان در راستای برون سپاری خدمات خود نیز اقدام به بهنگام سازی اطلاعات کدپستی در سطح استان و نصب پلاک کدپستی ۱۰ رقمی شهری و روستایی، استفاده از توانمندی های بخش خصوصی در جهت توسعه خدمات وامکانات پستی در امر قبول و حمل و نقل مرسولات پستی، اجرای بهینه طرح تکریم ارباب رجوع، راه اندازی بانه ارتباط با مشتری و تهیه امکانات رفاهی برای مشتریان در بانه های پستی، راه اندازی هاب پستی مرکزی کشور در اداره کل پست استان اصفهان در راستای تسریع در روند توزیع و افزایش کیفیت که اشتغال را نیز به همراه داشته است.

از اقدامات پست روستایی می‌توان به واگذاری توزیع امانت دانه شمار شهری شهرهای استان به بخش خصوصی، ارسال تجهیزات (کامپیوتر-اسکرین-بارکد پرینتر) به واحدهای روستایی دارای بانه قبول مرسولات پستی، افزایش نرخ حق الزحمه پیمانکاران بخش خصوصی، ایجاد خطوط پیمانکاری حمل و نقل و مبادله مرسولات پستی روستایی، تجهیز کلیه پیمانکاران به استفاده از سیستم همراه نامه رسان و اصلاح ساختار توزیع مرسولات پستی روستاها و افزایش نرخ حق الزحمه کلیه پیمانکاران پست روستایی و شهری اشاره کرد. از سایر فعالیت های فرهنگی صورت گرفته در پست میتوان به راه اندازی بانه گمرک امانات پستی در قطب گردشگری شهر اصفهان در (میدان امام)، راه اندازی پست سیار در شهر اصفهان، راه اندازی بانه عصر گاهی، تشکیل میز خدمت در تمامی ادارات، نواحی و دفاتر پستی، ایجاد اشتغال از طریق واگذاری بخشی از فرآیندها به بخش خصوصی، چاپ تمبرهای اختصاصی و برگزاری ده ها مراسم رونمایی تمبر در مراسم و همایش های بین المللی، ملی و محلی اشاره نمود.

اداره کل در بازآفرینی سیمای پست اقدام به تجهیز شبکه توزیع (نامه رسانها) به موتور سیکلت، لباس های متحدالشکل، تلفن همراه و باکس به روز رسانی شده، یکسان سازی چهره وسایل حمل و نقل پست و تابلوهای سر در واحدهای اجرایی، استانداردسازی تجهیزات واحدهای پستی کرده است. یکی از بخش های مورد توجه اداره کل پست با توجه به توسعه خدمات

اصفهان ارتباط عصر ارتباط

هفته نامه خبری، اطلاع رسانی، آموزشی، پژوهشی

صاحب امتیاز: مهدی بکری

مدیر مسئول: عبدالله افتاده

سرپرست استان اصفهان: مهندس مهدی قربانی

تحریریه: ۰۹۳۶۷۱۰۹۳۱۸ - ۰۹۱۳۸۶۷۱۵۷۵

آدرس پستی: اصفهان - صندوق پستی: ۳۳۶ - ۸۱۴۶۵

تلفن: ۰۳۱-۹۵۰۱۳۲۳۶ - ۰۳۱-۹۵۰۱۲۴۲۱ - تلفکس: ۰۳۱-۹۵۰۱۲۴۲۱

esfahanertebat.ir

telegram.me/esfahanictnews

ictnewsir@gmail.com

الکترونیک در حوزه فناوری و پاسخگویی به نیاز به شهروندان اقدام به ارتقاء سیستم های سخت افزاری متناسب با پیشرفت تکنولوژی، بکار گیری فن آوری های نوین به منظور بهبود فرآیندها و تحقق اصل مشتری مداری، خارج نمودن تجهیزات و سیستم های فرسوده از مجموعه استان، ارتقاء سیستمها و سرورهای مورد استفاده به نسخه های جدید و به روز، مهندسی مجدد شبکه و نصب آنتی ویروس، افزایش پهنای باند خطوط دیتا تا ۲ مگابایت برای شهرهای بزرگ و تا ۱ مگابایت برای بقیه شهرها اشاره کرد. در فعالیت های عمرانی پست به تعمیر و بهسازی نواحی پستی غدیر، لاله، خوراسگان و دفاتر پستی آزادگان و بهارستان، تخریب و باز سازی اداره پست شهرستان برخوار، تعمیر و بهسازی دفتر پستی بوئین و میاندشت، تعمیر و بهسازی اداره پست چادگان، تخریب و بازسازی پست میمه اشاره کرد. واحد کدگذاری پست اصفهان اقدام به ژئود کدسازی اصفهان، کاشان و شاهین شهر، آران و بیدگل، ابویزد آباد، سفید شهر، اردستان، مهاباد، زواره، گز، برخوار و گلپایگان و در ۷۰ نقطه شهر در استان اصفهان د حال اجرای پروژه می باشد. بهنگام سازی و تخصیص کدپستی چهار میلیون و نهصد هزار کرد اماکن شهری و روستایی نیز از دیگر اقدامات پست می باشد. از اجرای طرح های ملی و سراسری پست اقداماتی چون ثبت نام و توزیع کارت هوشمند ملی در کلیه مراکز پستی دولتی در سراسر استان، طرح سراسری ثبت اسناد اعم از تحویل و توزیع اسناد تک برگی، پلمپ دفاتر و ثبت شرکتها، توزیع دفترچه های بیمه تأمین اجتماعی، ثبت نام اظهارنامه مالیاتی مشاغل خودرو، توزیع گذرنامه، توزیع کارت سوخت، توزیع اختاریه بانکها، توزیع سیم کارت سرپرست خانوار، صدور الکترونیکی گواهی کدپستی ده رقمی، راه اندازی سامانه مشترک پست و شهرداری جهت اختصاص کدپستی به ساختمانهای جدید الحداث در زمان صدور پروانه ساخت و صدها خدمت دیگر اشاره کرد.

بخش ارتباطات استان اصفهان

ارتباطات ثابت



سهم بازار اپراتورهای MNO

ارتباطات سیار



خدمات اجباری دولت (USO) در استان اصفهان

عنوان	تعداد	عنوان	تعداد
تاسیس و توسعه ظرفیت سوئیچ مراکز تلفن	۱۰۰	کانال سازی	۲۷۰
ظرفیت سازی و توسعه پورت پرسرعت دیتا (G, ADSL)	۱۰۶۹	اجرای پروژه ASON	۳۲
افزایش ظرفیت ارتباط بین مراکز مخابراتی (فرانسمیشن)	۸۴۸	اجرای پروژه FTTH	۱۰۲
تاسیس و توسعه تلفن ثابت از طریق کابوی نوری (DLC)	۱۳۳	توسعه ارتباطات فیبر نوری	۴۶۹
افزایش ظرفیت باتری و اجرای تغذیه نیروی مراکز و سایت ها	۳۷۸	توسعه شبکه تلفن همراه سایت BTS	۱۰۰
تهیه و تنظیم: اداره کل فناوری اطلاعات استان اصفهان		تاسیس و توسعه تلفن ثابت از طریق GPON	۵۰۰

طراحی: محمد علی رضائی

رایانه سیستم

جهت خرید لپ تاپ، تبلت و موبایل مشاوره رایگان بگیرید

ASUS acer Lenovo Apple SAMSUNG mi Microsoft



WWW.RSSHOP.IR

تلفن: ۰۳۱-۳۲۳۵۲۸۹۵ - ۰۹۱۳۶۸۳۱۰۰۱

RAYANEH SYSTEM

فروشگاه: اصفهان، خیابان طالقانی، بازار بزرگ کامپیوتر اصفهان، طبقه زیرین، پلاک ۱۹ دفتر مرکزی: اصفهان، ابتدای خیابان اردیبهشت شمالی، ساختمان ۷۹، طبقه اول، واحد ۱