



صنف در انتظار تیم جدید برگزیدگان انتخابات سازمان نصر تهران مشخص شدند

تکس: نسیم اعتمادی



دور زدن به سبک روس ها

روسیه چگونه با همکاری چین و استفاده از تجارت
الکترونیکی نیازهای فناوری خود را برطرف می کند

گفت و گو
INTERVIEW

به تعامل
بیشتر در
اکوسیستم
رمزارز نیاز است

۱۰

خبر
NEWS

بیش از ۴۵
میلیارد تخفیف در
کمپین بلك فرایدی
خانومی

۵

گزارش
REPORT

ورود گروه
صنعتی گلرنگ
به حوزه
گردشگری

۴

گزارش
REPORT

گسترش خدمات
همکاران سیستم
در حوزه ابری و
اینترنت اشیا

۲



افزایش تعرفه اینترنت به نفع چه کسی؟

روز گذشته ۸ اپراتور ارائه خدمات اینترنتی در نامه‌ای به رئیس جمهور خواهان افزایش تعرفه‌های خدمات‌شان به نفع بهبود کیفیت اینترنت شدند.

اخیراً نیز رئیس جمهور در سفر به استان گلستان، بار دیگر از وزیر ارتباطات خواسته که کیفیت سرویس اینترنت افزایش یابد.

اما در این بین چند سؤال مطرح می‌شود؛ اول اینکه آیا کیفیت اینترنت بد است؟ سؤال دیگر اینکه آیا با افزایش تعرفه، کیفیت اینترنت بهتر خواهد شد؟

در پاسخ به سؤال اول، هر زمانی شما از وزیر ارتباطات در خصوص کیفیت و سرعت اینترنت سؤال کنید، شما را ارجاع می‌دهد به اسپید تست؛ وزیر ارتباطات که مسئول پاسخگویی در این زمینه است، کیفیت اینترنت را مطلوب می‌داند و تا کنون هیچ‌گاه زیر بار

کیفیت پایین آن نرفته است. اما در طرف مقابل با مردمی مواجه هستیم که کارشان به صورت روزانه با اینترنت گره خورده و دائماً با مشکلات متعدد مواجه هستند.

اما درباره این موضوع که اپراتورها در خصوص بهبود کیفیت در صورت افزایش تعرفه مطرح کردند، باید گفت هیچ تضمینی وجود ندارد که با افزایش تعرفه کیفیت اینترنت افزایش پیدا کند.

واقعیت آن است که در حال حاضر با توجه به افزایش هزینه‌های اپراتورها و کیفیت موجود اینترنت، مردم سرویس به نسبت گرانی را دریافت می‌کنند.

جای دوری نرویم، در همین کشور همسایه، امارات هرچند هزینه تعرفه اینترنت همراه با دلاست ولی واقعیت آن است که شما در هر جای

مسقف و عمومی که قرار می‌گیرید، به اینترنت آزاد دسترسی دارید. اما در تهران حتی در جایی مانند فرودگاه نیز، اینترنت بی‌سیم به شکل مطلوبی در اختیار افراد قرار نمی‌گیرد.

هم اکنون مردم مجبور هستند با اشکال متعدد از اینترنت استفاده کنند، بماند که در این میان، هزینه گزاف فیلترشکن هم به سبب اینترنت خانوادها اضافه شده است. اپراتورها باید به طور دقیق تشریح کنند که افزایش تعرفه، دقیقاً چه دستاوردی برای مردم به همراه داشت.

اگر قرار باشد همین سرویس اینترنت را فقط با هزینه‌ای اضافه‌تر دریافت کنند، هیچ سودی برای کاربران نخواهد داشت و فرقی نمی‌کند که آنها بخواهند کمتر یا بیشتر از ۲ گیگابایت حجم مصرف کنند.

مجموعه شواهد نشان می‌دهد که افزایش تعرفه، تنها برای زنده ماندن و بقای عمر اپراتورهای ارائه‌دهنده اینترنت به مردم خواهد بود تا اینکه یک نقشه توسعه و سرویس بهتر برای مردم باشد. قطعاً زیرساخت‌های ارائه خدمات کشور به بهبود و بروزرسانی نیاز دارد اما آیا با وجود این شرایط، این افزایش هزینه می‌تواند به بهبود رضایت مشتری منجر شود. اینجا دقیقاً نقطه‌ای است که بعید می‌دانم اپراتورها بتوانند وعده قطعی دهند و اکنون درخواست رئیس جمهور از وزیر ارتباطات بهانه‌ای شده تا بار دیگر موضوع افزایش تعرفه باز شود.

با ده‌ها مشکلی که فیلترینگ و تحریم‌های خارجی بر سر شبکه کنونی آورده، بعید است افزایش تعرفه نتیجه مطلوبی برای کاربر نهایی در پی داشته باشد و در نهایت در صورت افزایش تعرفه نیز کاربرها به دلیل نیازی که دارند، مجبور هستند بهای آن را بپردازند، چه کیفیت افزایش یابد و چه بهبودی حاصل نشود.

در نامه اپراتورهای ارائه‌دهنده اینترنت به رئیس جمهوری عنوان شد درخواست افزایش صددرصدی تعرفه خدمات همراه و ثابت

حال حاضر پیشنهادی برای افزایش تعرفه برای این قشر متصور نیست. از طرفی عمده درآمد اپراتور از مشترکین پرمصرف است که هیچ‌گونه حساسیتی در خصوص افزایش تعرفه، آن هم به میزان حتی دوبرابری ندارند و پرداخت یارانه به این بخش از محل درآمدهای اپراتور یا دولت هیچ ضرورتی ندارد.» اپراتورها همچنین با تأکید بر اینکه نسبت تعرفه این خدمت به قدرت خرید در کشورهای پیرامونی چندین برابر آن در ایران است، پیشنهاد درخواست افزایش صددرصدی تعرفه برای بسته‌های دیتای همراه بالاتر از دو گیگابایت را مطرح کرده‌اند.

اپراتورها همچنین عنوان کرده‌اند که در صورت موافقت با پیشنهاد فوق، امکان ارائه بسته‌های رایگان و ارزان قیمت برای اقشار کم‌برخوردار با هماهنگی و مدیریت دولت فراهم شود.

اپراتورهای ارائه‌دهنده اینترنت طی نامه‌ای از رئیس جمهوری درخواست کردند تا تعرفه‌های بسته‌های دیتای همراه بالاتر از دو گیگابایت افزایش صددرصدی داشته باشد. اپراتورهای این حوزه در نامه‌ای با عنوان «درخواست افزایش تعرفه خدمات موبایل و ثابت» عنوان کردند که به‌رغم افزایش شدید هزینه‌های ناظر به ارائه خدمات ارتباطی، ناشی از افزایش شدید نرخ ارز و تورم بسیار بالا و با عنایت به اینکه عمده هزینه‌های اپراتورها ارزی است، تثبیت تعرفه خدمات اپراتورها طی پنج سال در گذشته منجر به کاهش شدید قدرت سرمایه‌گذاری اپراتورها و مانع توسعه فناوری‌های جدید ارتباطی اعم از ثابت و موبایل شده است.

در بخش دیگری از این نامه آمده است: «نیمی از مردم، شامل اقشار کم‌برخوردار، مصرف ماهانه‌ای کمتر از دو گیگابایت در ماه برای خدمات دیتای همراه دارند که در

مدیرعامل همکاران سیستم در نشست خبری عنوان کرد

خدمات مان را در حوزه ابری و اینترنت اشیا گسترش می‌دهیم

این محصول علاوه بر مکاتبات درون سازمانی، ارتباط با ایمیل و تنظیم جلسات، قابلیت‌های دیگری نیز ارائه می‌دهد.»

عزیزاللهی به IOT به عنوان یکی از مصادیق صنعت چهارم که در حوزه فناوری حرف زیادی برای گفتن دارد نیز اشاره کرد و گفت: «در یک سال گذشته وارد عملیات تولید نیز شده‌ایم و با استفاده از اینترنت اشیا صنعتی، این امکان را برای کسب و کارها فراهم کرده‌ایم تا با تبدیل اطلاعات فیزیکی تولید و ماشین آلات به اطلاعات دیجیتال، جریان پیوسته اطلاعات داخل کارخانه حفظ شود.»

مدیرعامل همکاران سیستم ارائه خود را با معرفی شرکت برآمد ادامه داد و گفت: «تا امروز حدود ۳۵۰ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری در برآمد صورت گرفته است و با بیش از ۳۰۰۰ مشتری، به فعالیت خود ادامه می‌دهد.» او از تکمیل دیتاستر برآمد خبر داد و بیان کرد: «در راستای ارائه یک راه‌حل امن و به صرفه برای مشتریان، دیتاستر ما با ۶۰ رک و بهره‌گیری از استانداردهای بالای امنیتی طراحی شده و در مراحل تکمیل نهایی است.»

نشست خبری همکاران سیستم، روز شنبه، ۲ دی ماه، با حضور خبرنگاران برگزار شد. در ابتدای این نشست، محمد عزیزاللهی، مدیرعامل همکاران سیستم گفت: «در مقایسه ۶ ماه اول سال ۱۴۰۲ با ۱۴۰۱، شاهد رشد ۱۰۰ درصدی در درآمد همکاران سیستم و رشد و توسعه کسب و کار شرکت بوده‌ایم. امروز ما بیش از ۱۰۷ هزار مشتری داریم.»

مدیرعامل همکاران سیستم در ادامه افزود: «افتخار داریم که در میان ۵۰۰ بنگاه برتر کشور، سهم عمده‌ای از صنایع کلیدی مانند پتروشیمی، قطعه‌سازی، سیمان، غذایی، توزیع و پخش و دارو، از محصولات همکاران سیستم استفاده می‌کنند.»

محمد عزیزاللهی در ادامه مدیریت ارتباطات سازمانی را یکی از جدیدترین راهکارهای همکاران سیستم معرفی کرد که عرضه اولین محصول آن با عنوان مدیریت مکاتبات، رسماً از رویداد باهم آغاز می‌شود و درمورد آن توضیح داد: «راهکار مدیریت ارتباطات سازمانی ما با رویکردی نوین و مدرن، به شکل یکپارچه با ERP راهکاران ارائه شده و در همین نمایشگاه عرضه عمومی می‌شود.»



شماره ۱۲۷
۱۴۰۲
سال سوم



شماره ۱۲۶ | ۲۶ آذر ۱۴۰۲ | سال سوم | کارنگ؛ هفته‌نامه اقتصاد نوآوری ایران

مدیرهنری: روح‌اله گیتی‌نژاد
مدیرفنی: علیرضا کیوان
صفحه‌آرا: حمید ابراهیمی
عکس: نسیم اعتمادی
چاپ: هنر اشکان
نشانی: تهران، جنت‌آباد جنوبی، خیابان لاله غربی، خیابان حدیث، کوچه حدیث دوم، پلاک ۸
وبسایت: karangweekly.ir
کارنگ در شبکه‌های اجتماعی: @karangweekly

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مینا والی
سردبیر: میثم سلیمانی

دبیر تحریری: رضا امیرزاده
تحریری: راضیه مینایی، بهناز ملکی
مهران امیری، عبدالله مقدمی
ترانه احمددوست، فاطمه طالبی پور
شبکه‌های اجتماعی: محمدحسین صیادی‌نژاد، حانیه همتی

سهم همکاران سیستم از صنایع کلیدی در ۵۰۰ بنگاه بر

صنعت پتروشیمی	۸۹%
صنعت سیمان	۷۵%
شرکت‌های خودرو و قطعه‌سازی	۵۸%
صنعت	۵%



ارائه آماری از بازار
اقامتگاه‌های غیرهتلی از
سوی مدیرعامل جاجیگا

**سهم ۱۸ درصدی
کسب و کارهای
آنلاین از بازار ۱۹
همتی**

بابک سهرابی، مدیرعامل پلتفرم گردشگری جاجیگا در یک رشته توییت در شبکه اجتماعی ایکس (توییتر) اقدام به ارائه آماری از سهم بازار شرکت‌های فعال در حوزه اقامتگاه‌های غیرهتلی در سال ۱۴۰۲ کرده است.

سهرابی در توییت اخیر خود، اطلاعات نادرست از سهم بازار شرکت‌های فعال در حوزه گردشگری را نه فقط به ضرر سرمایه‌گذاران می‌داند بلکه می‌گوید، چنین آماری، در آینده تمام ذی‌نفعان این بازار، اثر مخربی خواهد داشت.

حجم کل بازار بر اساس آماری که او منتشر کرده، ۱۹ همت و حجم بازار آنلاین ۳/۴ همت عنوان شده است. در این آمار، تعداد رزرو آنلاین ۱/۲ میلیون و به عبارتی ۱۸ درصد از بازار این حوزه را به خود اختصاص داده است. لازم به ذکر است که براساس این آمار ۸۲ درصد بازار هنوز در دست بخش سنتی است.

براساس گزارش سهرابی، در میان برندهای فعال در حوزه گردشگری آنلاین، سهم بازار علی‌بابا و جاباما با ۲۹ درصد از باقی برندها بیشتر است. بعد از این دو، شرکت جاجیگا با داشتن ۲۴ درصد از بازار آنلاین در رتبه بعدی قرار دارد. پلتفرم‌های اتاقک و شب نیز به ترتیب با ۱۳ و ۱۲ درصد در رتبه‌های بعدی هستند. مهمان‌شو با ۶ درصد و هومسا و ویلاچار هرکدام با ۵ درصد شرکت‌هایی هستند که در ادامه این فهرست قرار گرفته‌اند.



شماره ۱۲۷
دی ۱۴۰۳
سال سوم

ورود گروه صنعتی گلرنگ به حوزه گردشگری

سرمایه‌گذاری سه و نیم میلیون دلاری غیرنقدی گلرنگ ونچرز روی استارت‌آپ شب

مشخصی برای استفاده از خدمات این استارت‌آپ هستند. معصومی در ادامه توضیح داد که هدف دو ساله گلرنگ ونچرز درباره استارت‌آپ شب، قرارگیری این مجموعه در رتبه دوم استارت‌آپ‌های حوزه گردشگری است. هدف پنج‌ساله این شرکت نیز قرار گرفتن استارت‌آپ شب در رتبه نخست است.

سرمایه‌گذاری را برای توسعه پلتفرم به کار خواهیم برد

طاها رضوی نیز در ادامه درباره روند سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ شب توضیح داد و در این باره گفت: «استارت‌آپ شب سه دوره سرمایه‌گذاری داشته است. اولین دوره سرمایه‌گذاری توسط صندوق سرمایه‌گذاری دانشگاه شریف انجام شد. شب بعد از دوره سخت کرونا با رویکردهای جدید وارد بازار شد و سعی کرد با بازبگرهای جدید وارد همکاری شود. دومین دور از سرمایه‌گذاری شب توسط شرکت شناسا انجام شد که بعد از این سرمایه‌گذاری، شب رشد چهاربرابری را تجربه کرد.»

رضوی همچنین خاطرنشان کرد این استارت‌آپ از سال ۱۳۹۷ با گروه صنعتی گلرنگ همراه بوده است.

رضوی همچنین توضیح داد: «درصد هستیم این سرمایه را که بخشی از آن نقدی و بخشی غیرنقدی است، در جهت توسعه پلتفرم و رفع چالش‌های آن هزینه کنیم.»

او اضافه کرد: «به نظرم هم‌اکنون تقریباً ۱۰ تا ۱۵ درصد بازار رزرو اقامتگاه آنلاین شده و مابقی همچنان دست بازار سنتی است و اگر بخواهیم از تغییراتی شگرف مثل تاکسی‌های آنلاین و تغییر زمین بازی حرف بزنیم، به سرمایه‌گذاری‌های کلان نیاز داریم؛ اتفاقی که هنوز در حوزه گردشگری رخ نداده است.»

صادق نیا در ادامه به شرح مدل سرمایه‌گذاری در گلرنگ ونچرز پرداخت. به گفته او یکی از مدل‌های سرمایه‌گذاری این است که استارت‌آپ بعد از تأیید مورد سرمایه‌گذاری در ساب‌هلدینگ‌های گروه صنعتی گلرنگ قرار می‌گیرد.

مدل سرمایه‌گذاری بعدی صندوق CVC است که سهام‌دارهای این صندوق نیز ساب‌هلدینگ‌ها هستند. نوع سوم سرمایه‌گذاری در گلرنگ ونچرز، کراذفاندینگ است.

ماجرای سرمایه‌گذاری گلرنگ ونچرز بر استارت‌آپ شب چه بود؟

محمدرضا معصومی در پاسخ به این سؤال توضیح داد که گلرنگ ونچرز بعد از بررسی‌های مربوطه، بخش بوم‌گردی را برای سرمایه‌گذاری انتخاب کرده است.

یکی از این دلایل این انتخاب به گفته معصومی سهم قابل توجه تولید ناخالص داخلی کشورها از صنعت گردشگری است. معصومی خاطرنشان می‌کند که بحث اقامتگاه‌ها در قسمت آنلاین و آفلاین پتانسیل رشد بسیاری دارند و بازار توسعه‌پذیر گردشگری در ایران، گلرنگ ونچرز را متوجه اقامتگاه‌ها کرده است.

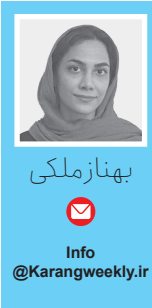
معصومی در ادامه درباره میزان سرمایه‌گذاری غیرنقدی گلرنگ ونچرز بر استارت‌آپ شب توضیح داد که این مبلغ سه و نیم میلیون دلار است. به گفته او بخش زیادی از سرمایه‌گذاری گلرنگ ونچرز به صورت اسمارت‌مانی است. گفتنی است که ۴۵ هزار نیروی کار در گروه صنعتی گلرنگ، در جهت افزایش AOV استارت‌آپ شب، دارای بودجه

شرکت سرمایه‌گذاری گلرنگ ونچرز که یکی از شرکت‌های زیرمجموعه گروه صنعتی گلرنگ به شمار می‌آید، اخیراً روی استارت‌آپ «شب» که در حوزه گردشگری و بوم‌گردی فعالیت می‌کند، سرمایه‌گذاری کرده است. محمدرضا معصومی، مدیر سرمایه‌گذاری گلرنگ ونچرز در نشست خبری درباره این سرمایه‌گذاری اعلام کرد که گلرنگ با سرمایه‌گذاری سه و نیم میلیون دلاری به صورت noncash یا سرمایه‌گذاری غیرنقدی، ۲۰ درصد از سهام استارت‌آپ شب را خریداری کرده است.

این نشست روز ۲۷ آذرماه در محل برج گلرنگ و با حضور سولماز صادق‌نیا، مدیرعامل شرکت گلرنگ ونچرز؛ محمدرضا معصومی، مدیر سرمایه‌گذاری گلرنگ ونچرز و طاها رضوی، مدیرعامل پلتفرم گردشگری شب برگزار شد.

مدل‌های سرمایه‌گذاری در شرکت گلرنگ ونچرز

سولماز صادق‌نیا در ابتدای این نشست به موضوع توجه گلرنگ به مسائل نوآورانه اشاره کرد و فرایند انتخاب استارت‌آپ‌ها توسط گلرنگ ونچرز برای سرمایه‌گذاری را توضیح داد. اولین مدل سرمایه‌گذاری در گلرنگ ونچرز به گفته صادق‌نیا، سرمایه‌گذاری بر اساس نیاز ساب‌هلدینگ‌هاست. به معنی دیگر گلرنگ ونچرز در این نوع سرمایه‌گذاری، استارت‌آپ‌های مورد نیاز ساب‌هلدینگ‌ها در گروه صنعتی گلرنگ را تشخیص می‌دهد و روی آنها سرمایه‌گذاری می‌کند. دومین مدل سرمایه‌گذاری گلرنگ ونچرز از طریق مراجعه تیم‌های مختلف بر درگاه گلرنگ ونچرز در وبسایت این شرکت است.



بهنازملکی



Info
@Karangweekly.ir





عکس: نسیم اعتمادی

به دنبال بازارهای جهانی هستیم

پریا رثوفی، مدیرعامل مجموعه سرمایه‌گذاری اینفینیت ونچرز در گفت‌وگو با کارنگ عنوان کرد

وقتی از دنیای جدید و روش‌های نو کسب درآمد صحبت می‌شود، بلاکچین و رمزارزها حوزه‌هایی هستند که نام‌شان بسیار به گوش می‌رسد. شاید این بسترهای کاری، به دلیل تازگی و همچنین ماهیتی که دارند، برای فعالیت‌های زنان چالش‌های کمتری نسبت به کسب‌وکارهای سنتی داشته باشند اما کماکان حضور زنان در این کسب‌وکارها زیاد نیست. در این شماره با یکی از زنان نوآور حوزه رمزارز و بلاکچین هم‌صحبت شدیم تا از کسب‌وکار و همچنین مسیر شغلی‌اش بیشتر بدانیم.

پریا رثوفی، ۳۳ ساله و دارای مدرک کارشناسی مدیریت صنعتی و کارشناسی ارشد مدیریت فناوری و نوآوری است. او متولد شهر چاف و چمخاله است و از کودکی علاقه‌ی شدیدی به حل مسئله و شناخت و کشف راه‌های جدید برای حل مشکلات داشته است. به اعتقاد خودش قبولی در دانشگاه تهران و مهاجرت به این شهر برای او یک فصل جدید در زندگی بوده است. همین علاقه، به علاوه سخت‌کوشی باعث شده او مسیر خود را قدم به قدم بسازد و اکنون مدیرعامل مجموعه سرمایه‌گذاری اینفینیت ونچرز باشد. این مجموعه سرمایه‌گذاری با بررسی نوآوری و درآمدزا بودن ایده‌ها و کسب‌وکارها، بر روی آنها سرمایه‌گذاری می‌کند و به تیم‌ها برای تبدیل شدن به کسب‌وکارهای بالغ یاری می‌رساند.

حل این مسئله را آغاز و از روش‌های زیادی سعی کردم که بهترین ایده را برای اجرا پیشنهاد دهم و در همین راستا اینفینیت ونچرز تأسیس شد و من به عنوان سکاندار این مجموعه شروع به کار کردم.

راه‌اندازی این مجموعه‌ها در سال‌های اخیر بسیار زیاد شده و به نظر می‌رسد موجی در این زمینه ایجاد شده که انگیزه خیلی از شرکت‌ها همراهی با آن است؛ آیا اینفینیت

که البته منتشر نشده است. مرتبط بودن رشته من و همکاری با اساتید مختلف حوزه نوآوری و فناوری، باعث شد، جاهای مختلفی که تصمیم به راه‌اندازی شتاب‌دهنده یا تأسیس مرکز نوآوری داشتند، از من به عنوان مشاور دعوت کنند تا نظراتم را ارائه دهم. در یکی از این همفکری‌ها، شرکت جیبیت با این مسئله به سراغ من آمد که می‌خواهیم یک مرکز و یا دپارتمان نوآوری تأسیس کنیم که با توجه به ترندها، نوآور باشد و همچنین باعث توسعه بیشتر شرکت شود. من فرآیند

نحوه آشنایی و ورود شما به فضای استارت‌آپی به چه شکل بوده و چه شد که به راه‌اندازی اینفینیت ونچرز رسیدید؟

من از زمان شروع کارشناسی ارشد وارد فضای استارت‌آپی شدم؛ آن روزها، تازه جمع‌ها و گروه‌های اکوسیستم پدید آمده بودند و این فضا برای من چنان جذاب بود که تصمیم گرفتم، مسیر شغلی خودم را در همین حوزه ادامه دهم. تحقیقات زیادی در این زمینه انجام دادم و یک کتاب نیز در این حوزه نوشتم



درباره دایان ونگ،
کارآفرین زن چینی

توانمندسازی افراد به من انگیزه می‌دهد

چین، یکی از مهم‌ترین و بزرگ‌ترین اقتصادهای آسیا است و کسب‌وکارهای پویایی دارد. در این میان زنان کارآفرین چینی، جایگاه ویژه‌ای دارند و توانسته‌اند در این سال‌ها، کسب‌وکارهای موفق را در این کشور راه‌اندازی کنند. یکی از این کسب‌وکارها دی‌اچ‌گیت است که یک پلتفرم فرامرزی محسوب می‌شود. دایان ونگ، بنیان‌گذار و مدیرعامل دی‌اچ‌گیت است که از اوایل دهه ۲۰۰۰ در حوزه کارآفرینی فعالیت می‌کند.



شماره ۱۲۷
۱۴۰۲
سال سوم

ونگ در اوایل دهه ۲۰۰۰، جویو، یکی از اولین و بزرگ‌ترین بازارهای آنلاین B2C در چین را راه‌اندازی کرد که در سال ۲۰۰۴ توسط آمازون خریداری شد. او سپس دی‌اچ‌گیت را اواخر سال ۲۰۰۴ به عنوان یک بازار تجارت الکترونیکی فرامرزی B2B در چین تأسیس کرد. در واقع دی‌اچ‌گیت یک بازار عمده‌فروشی برون‌مرزی تجارت الکترونیکی بین‌المللی B2B در جهان است که شامل شبکه گسترده‌ای از عرضه‌کنندگان و فروشندگان می‌شود و به خرده‌فروشان اجازه می‌دهد، طیف گسترده‌ای از محصولات مورد نیاز را برای کسب‌وکار خود تهیه کنند.

وانگ به توانمندسازی زنان و کارآفرینان علاقه زیادی دارد. او در این مورد توضیح داده است: «هم‌زمان با رشد این پلتفرم، افراد بی‌شماری قادر به امرار معاش می‌شوند و توانایی حمایت از خانواده‌های‌شان را پیدا می‌کنند. این اتفاق به من انگیزه رشد و نوآوری می‌دهد.»





این‌ای‌آی در حال مذاکره
برای آغاز دور جدید تأمین
مالی

جذب سرمایه صد میلیارد دلاری

بر اساس گزارش‌ها، این‌ای‌آی در حال مذاکره برای کلید زدن دور جدید تأمین مالی و جذب ۱۰۰ میلیارد دلار و شاید هم بیشتر است. به نظر می‌رسد این شرکت مذاکراتی را در راستای جذب سرمایه با شرکت اماراتی جی ۴۲، برای جذب ۸ تا ۱۰ میلیارد دلار آغاز کرده است. لازم به ذکر است که شرایط، ارزش گذاری و زمان بندی دور تأمین مالی هنوز نهایی نشده و احتمال دارد تغییر کند. در ماه اکتبر، جی ۴۲ اعلام کرد که با این‌ای‌آی برای ارائه راه‌حل‌های پیشرفته هوش مصنوعی به امارات متحده عربی و بازارهای منطقه‌ای همکاری می‌کند.

شرکت جی ۴۲ که در سال ۲۰۱۸ تأسیس شده، توسط شیخ طحن بن زاید آل نهیان، مشاور امنیت ملی امارات متحده و رئیس سازمان سرمایه‌گذاری ابوظبی رهبری می‌شود.

باید اشاره کرد که این جذب سرمایه جایگاه چت جی‌پی‌تی را به عنوان یکی از باارزش‌ترین استارت‌آپ‌های جهان تثبیت می‌کند. در واقع اگر این دور تأمین مالی طبق برنامه‌ریزی پیش رود، چت جی‌پی‌تی به دومین استارت‌آپ باارزش در ایالات متحده تبدیل می‌شود.

افزون بر این، این‌ای‌آی قرار است یک مناقصه هم به رهبری تریو کپیتال برگزار کند تا کارمندان بتوانند سهام‌شان را به ارزش ۸۶ میلیارد دلار بفروشند. شواهد حاکی از آن هستند که این شرکت قبلاً ۳۰۰ میلیون سهام به ارزش ۳۰ میلیارد دلار فروخته است.

مایکروسافت متعهد شده که بیش از ۱۰ میلیارد دلار در این‌ای‌آی سرمایه‌گذاری کند، زیرا این شرکت با ساخت چت جی‌پی‌تی در نوامبر ۲۰۲۲ موفق شد پرچم‌دار هوش مصنوعی مولد شود. این شرکت به داغ‌ترین استارت‌آپ سیلیکون ولی تبدیل شده و ۱۳ میلیارد دلار تا به امروز از شرکت مایکروسافت جمع‌آوری کرده است.

دور زدن به سبک روس‌ها

روسیه چگونه با همکاری چین و استفاده از تجارت الکترونیکی نیازهای فناوری خود را برطرف می‌کند

روسیه برای اینکه هم اقتصادش را سر پا نگه دارد و هم جنگ اوکراین را ادامه دهد، باید فکری به حال تحریم‌های فناوری می‌کند. به طور خلاصه روسیه توانست با استفاده از سایت‌های تخصصی تجارت الکترونیکی، راه‌حل‌های محرمانه حمل و نقل و مجموعه‌ای از واسطه‌ها، مؤلفه‌های فنی مورد نیاز این امر را فراهم کند.

مدت کوتاهی پس از حمله روسیه به اوکراین، مهندسان شرکت روسی مخابراتی کانوکس، برای انتقال داده‌ها به سرویس اطلاعاتی این کشور، به تجهیزات آمریکایی نیاز پیدا کردند. اما کشورهای غربی، محدودیت‌های تجاری جدید گسترده‌ای را بر روسیه اعمال کردند، و مهندسان کانوکس هیچ ابزاری در دست نداشتند. اما این افراد متوقف نشدند و به سرعت راه‌حلی یافتند. با اینکه سیسکو، شرکت آمریکایی ارائه‌دهنده خدمات

فناوری، فروش محصولاتش را به روسیه در سوم مارس ۲۰۲۲ متوقف کرده بود، مهندسان کانوکس به راحتی تجهیزات این شرکت را از طریق یک سایت تجارت الکترونیکی شناخته نشده روسی به دست آوردند. این سایت با خرید تجهیزات آمریکایی توسط شبکه‌ای از تأمین‌کنندگان چینی توانسته بود، محدودیت‌های تجارت بین‌المللی را دور بزند.

تاکنون که ۲۲ ماه از شروع جنگ در اوکراین می‌گذرد، روسیه به دریافت فناوری مورد نیاز برای حفظ اقتصاد خود ادامه داده است. پس از آنکه محدودیت‌های صادراتی و ممنوعیت‌های شرکت‌ها در ابتدا منجر به اختلال در تجارت شد، تأمین‌کنندگان روسی راه‌حل‌هایی را پیدا کردند و راه‌حل‌هایی را توسعه دادند.

تقریباً به دست آوردن هیچ سخت‌افزار تجاری از جمله تجهیزات اولیه مخابراتی، تجهیزات نظارتی، ریزتراشه‌های سیستم‌های محاسباتی و تسلیحاتی پیشرفته و هواپیماهای بدون سرنشین، خیلی سخت نبوده است.

مقامات و شرکت‌های روسی متحد شده‌اند تا از شکاف‌های موجود در واکنش به تحریم‌ها بهره ببرند.

بر اساس ایمیل‌های لو رفته دولت روسیه، اسناد تجاری و سوابق گفت‌وگوهای آنلاین مهندسان روسی، روسیه از شبکه‌های واسط از جمله واسطه‌های چینی استفاده و فعالیت خود را در پوسته آنها پنهان کرده است. روس‌ها همچنین به کشورهایی مانند مراکش و ترکیه که مواضع بی‌طرفی در این جنگ داشته‌اند، روی آورده‌اند تا از بنادر آنها برای دریافت کالاها از مراکز تولید فناوری جهانی استفاده کنند.

در این فرایند، انعطاف‌پذیری برای روسی‌ها اهمیت زیادی داشت. اگر یکی از تأمین‌کنندگان فروش را متوقف می‌کرد، تأمین‌کننده دیگری می‌یافتند یا اگر یک مسیر کشتی‌رانی مسدود می‌شد، مسیر دیگری را فراهم می‌کردند. این اقدامات نشان می‌دهد تاجران روسی همیشه یک قدم جلوتر از تلاش‌های آمریکایی‌ها برای تحریم روسیه هستند. از طرف دیگر موفقیت روس‌ها در دور زدن تحریم‌های فناوری نشان می‌دهد که متوقف کردن حرکت جهانی تجارت فناوری چقدر دشوار است. همچنین اثربخشی محدودیت‌هایی را که غرب بر تجارت اعمال می‌کند، زیر سؤال می‌برد. به علاوه، این سؤال را به وجود



راضیه مینایی

Raziyeh.minaei1995@gmail.com

می‌آورد که آیا غول‌های فناوری باید مقصد محصولات خود را بهتر کنترل کنند و آیا اصلاً انجام چنین کاری امکان‌پذیر است؟

الینا ریباکوا، اقتصاددان و پژوهشگر مؤسسه اقتصاد بین‌الملل پترسون، روی فرار از تحریم‌ها مطالعه می‌کند و معتقد است که بازرسان دولتی در ایالات متحده و اروپا کم‌کار هستند و نمی‌توانند از جریان‌های مبهم تجارت کالا مطلع شوند. او می‌افزاید که شرکت‌های بزرگ فناوری باید برای قطع عرضه به روسیه بیشتر تلاش کنند. او می‌گوید: «این مسئله یک دور باطل است. سیاست‌گذاران باید بدانند که اعمال تحریم‌های زیاد لزوماً به معنای کارکرد خوب و کاربردی بودن آنها نیست.»

یک رفاقت ناگسستنی

با اجرایی شدن تحریم‌ها علیه روسیه در سال گذشته، پروسافت، ارائه‌دهنده لوازم الکترونیکی مستقر در روسیه، با عواقب متعددی مواجه شد. این شرکت تجهیزات نظارت بیومتریک و فناوری را برای صنایع سنگین و زیرساخت‌های حیاتی فراهم می‌کرد. با اعمال تحریم‌ها، این شرکت با مشکل کمبود ذخایر و کاهش تولید مواجه شد. این شرکت برای تولید محصولاتش به ریزتراشه‌ها و حس‌گرهای آمریکایی، اروپایی و ژاپنی نیاز داشت. در آن زمان، اقتصاد روسیه از محدودیت‌های تجاری متأثر بود؛ روبل سقوط کرده بود، تورم و نرخ‌های بهره افزایش یافته بود و بانک‌های روسیه از بخش‌های بزرگی از سیستم مالی جهانی قطع شده بودند. اما تمام این معضلات با اقدامات رئیس‌جمهور روسیه، ولادمیر پوتین، به سوی حل شدن پیش رفت و مقامات و مدیران روسی به سرعت برای یافتن



شماره ۱۲۷
۱۴۰۲ دی ۳
سال سوم



عکس: نسیم اعتمادی

به تعامل بیشتر در اکوسیستم رمزارز نیاز است

گفت‌وگو با مدیرعامل صرافی هیتوبیت به بهانه رویداد ۹ ژانویه

نمی‌توان به آنها سرویسی ارائه داد.»

اهمیت توجه به نیاز کاربران

مدیرعامل صرافی هیتوبیت با اشاره به ضرورت پرداخته شدن به ارائه خدمات به کاربران اظهار می‌کند: «اینکه کاربران صرفاً بخواهند خرید و فروش داشته باشند و رمزارزی که مد نظرشان است را معامله کنند، کوچک‌ترین مسئله مورد توجه است. در واقع به مشتریان باید به این صورت نگاه کرد که افراد هدفی داشته باشند و در آن موفق شوند و باید دیدگاه پشتیبانی را به سمت مشتری بریم. این موضوع بسیار مهمی است که می‌تواند اتفاق بیفتد.»

رویداد ۹ ژانویه، جایی برای حرف زدن از چالش‌ها و دستاوردها

صالح‌خواجه‌دلویی در صحبت‌های خود خاطره‌ای از رویداد ۹ ژانویه سال گذشته تعریف می‌کند: «در رویداد سال گذشته موضوعی برایم جالب بود و آن این که همه جمع شده بودیم تا کمک کنیم این اکوسیستم که نسبت به اکنون بدنه نحیفی نیز داشت، حفظ شود و آن را بهبود ببخشیم. در واقع خواستار فضاسازی بودیم که اتفاق افتاد و اکنون نیز در حال بهتر شدن است. شنیده شدن برخی صداها، نیازها و رفتارها باید اتفاق می‌افتاد که البته انجام شد.»

او تأکید می‌کند: «رویداد ۹ ژانویه برای من تصویر مکانی است که اکوسیستم در آن بتواند صحبت کند، شنیده، تحلیل و دیده شود؛ زیرا فضای رویدادهای دیگر به این گونه است که با یک هدف مشخص به یک بخش کوچکی از رمزارز می‌پردازند اما رویکرد تخصصی که کامیونیتی رمزارزها و فعالان دور هم جمع شوند و از چالش‌ها و دستاوردهای شان صحبت کنند و بتوانیم در آنها بگوییم به یک موفقیت و دستاوردی دست پیدا کرده‌ایم، نیاز است.»

او درباره کامیونیتی رمزارز در ایران اظهار می‌کند که این بخش نیز در این یک سال بسیار بالغ‌تر شده و در واقع در جلسات، مدل‌های تعاملاتی که وجود دارد و همراهی‌ای که از یکدیگر مشاهده می‌کنیم، نشان‌دهنده بالغ‌تر شدن آن است که من این موضوع را به فال نیک می‌گیرم.»

ضعف‌های اکوسیستم بلاکچین و رمزارز

صالح‌خواجه‌دلویی با اشاره به اینکه بحث رگولاتوری و گردن نگرستن این حوزه یکی از موضوعاتی است که وجود دارد، اظهار می‌کند: «انتظار ما این بود که بانک مرکزی سند رهنگاشت را دو سال قبل منتشر کند که دیگر اکنون در لایه مقرر و قانون گذاری آن باشیم. هرچه مه‌آلودتر در این فضا نگاه داشته باشیم و برای ما شفاف نباشد، اکوسیستم‌ها آن رشدی که باید داشته باشند برایشان اتفاق نخواهد افتاد.»

او در ادامه اضافه می‌کند: «مقاومت همیشه در برابر فناوری‌های جدید وجود دارد اما مسیر خود را طی خواهد کرد. در واقع انطباق‌پذیری همیشه اتفاق می‌افتد؛ هرچقدر هم که مقاومت وجود داشته باشد.»

شکل گرفتن بازار زیرزمینی رمزارزها

صالح‌خواجه‌دلویی در ادامه توضیح می‌دهد: «اگر ما صرفاً سخت‌گیری داشته باشیم، بازار زیرزمینی شکل خواهد گرفت و با به وجود آمدن بازار زیرزمینی، در واقع عملاً به پول شویی کمک می‌کنیم. همچنین فرار سرمایه به سمت صرافی‌های خارجی به وجود خواهد آمد که اکنون نیز اتفاق افتاده است. در صورتی که تریدرها در فضای معاملات اسپات یا مارجین به چیزهایی نیاز دارند که در این فضا

رویداد ۹ ژانویه هر سال توسط کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار برگزار می‌شود. نوزدهم و بیستم دی‌ماه، این رویداد برای سومین سال متوالی به منظور گرد هم آمدن فعالان حوزه رمزارز و بلاکچین کشور برگزار خواهد شد. صالح‌خواجه‌دلویی، مدیرعامل صرافی هیتوبیت، یکی از فعالان این حوزه است که به بهانه رویداد ۹ ژانویه با او صحبت کرده‌ایم.

صالح‌خواجه‌دلویی درباره تغییراتی که در یک سال گذشته در حوزه بلاکچین و رمزارزها اتفاق افتاده می‌گوید: «در فضای داخل، سرویس‌هایی جدید برای کاربران تعریف شده که این موضوع نقطه عطفی برای ما بوده است. سرویس‌های متنوعی ایجاد شد که روش‌های معاملاتی جدید، ارائه خدمات جدید و اعتبار دادن‌ها دستاوردهای آن بودند؛ زیرا قبل از این موضوع، فقط معامله افراد بود اما اکنون بر پایه معامله، سرویس‌های متنوعی در حال ارائه است و این تغییری بود که در بازار رمزارز ایران اتفاق افتاد.»



مهسانجاتی



mahsaanejati1993@gmail.com

تغییرات بلاکچینی در جهان

مدیرعامل صرافی هیتوبیت با اشاره به اینکه تغییرات جهانی به این گونه است که ما یکسری بلوغ را در رفتارها می‌بینیم و در صرافی‌ها نیز تغییراتی مشاهده می‌کنیم، عنوان کرد: «در کنار این موارد فراز و فرودهایی نیز در اکوسیستم‌های مختلف وجود دارد؛ از جمله صرافی‌ها و کامیونیتی‌هایی که شکل گرفته، مجموعه سرمایه‌گذاری‌هایی که بعضاً شکست خورده‌اند و مثال‌های دیگر. همه این موارد نشان می‌دهد که پویایی در این اکوسیستم وجود دارد و اگر صدایی از اکوسیستم شنیده نشود، شاید در جازده و دچار یکنواختی شده باشد.»



رئیس هیئت مدیره صرافی بیت‌مکس مطرح کرد

حاکمیت تکلیف خود را با حوزه رمزارزها مشخص نکرده است

رگولاتوری همچنان یکی از مهم‌ترین چالش‌های حوزه رمزارز در ایران و جهان است و با وجود اینکه اغلب کشورهای به اهمیت این حوزه پی برده‌اند اما فعالان حوزه رمزارز در برخی از کشورها از جمله ایران باور دارند که سرعت حاکمیت‌ها به نسبت شتابی که فناوری در این زمینه دارد، کارآمد و پاسخگو نیست و رگولاتوری به نحوی یکی از موانع رشد کسب‌وکارها به شمار می‌آید. جواد بهره، رئیس هیئت مدیره صرافی بیت‌مکس، یکی از فعالان حوزه رمزارز است که به بهانه رویداد ۹ ژانویه با او صحبت کرده‌ایم.

آخرین اخبار اکوسیستم خارج و داخل

جواد بهره درباره آخرین اخبار اکوسیستم رمزارز با بیان اینکه مهم‌ترین خبر در اکوسیستم داخل به طرح جدید مجلس مربوط می‌شود؛ می‌گوید: «در این طرح، SRO زیر سؤال رفته و نیاز است کامیونیتی بیشتر روی آن کار کند تا بتواند به برنامه‌ای که برای SRO داشته، بازگردد. در خارج نیز مهم‌ترین خبر، حل شدن موضوع بایننس و کمیسیون بورس و اوراق بهادار ایالات متحده است که با پرداخت جریمه و حکمی که برای جانگ‌پنگ ژائو خواهد بود، این موضوع برطرف خواهد شد.»

برای تأثیر بلاکچین در زندگی مردم فکری نشده

رئیس هیئت مدیره صرافی بیت‌مکس با اشاره به اینکه بزرگ‌ترین نقطه ضعف موجود این است که تکیه‌ها بر حوزه تبادل است، خاطر نشان می‌کند: «در واقع درباره پلتفرم‌هایی که می‌توانند کار خاصی را برای فناوری بلاکچین انجام دهند و بر زندگی روزمره مردم اثر بگذارند، فکری نشده است. ما استارت‌آپی را شاهد نبودیم که بتواند مشکلی را از زندگی روزمره مردم حل کند و بر بستر بلاکچین باشد.» او درباره نقطه قوت کسب‌وکارهای حوزه بلاکچین و رمزارز عنوان می‌کند: «نقطه قوتی که وجود دارد این است که مردم ما شاید به دلیل مسائل تورمی علاقه زیادی به افزایش دانش خود در این حوزه دارند.»

ادامه در صفحه ۱۱



شماره ۱۳۷
۱۴۰۲
سال سوم



نقش کلیدی نوآوری دگرگون ساز در کارآفرینی و توسعه اقتصادی چرخه های نوآوری چگونه بر رشد اثر می گذارد؟

پس از پیدایش اینترنت در ابتدای دهه ۱۹۹۰ موانع اطلاعات برطرف شد. رسانه های جدید در موج پنجم گفتمان سیاسی، چرخه های خبری و ارتباط را دگرگون کردند. اینترنت مرز جدیدی از جهانی شدن و چشم انداز بدون مرز جریان های اطلاعات دیجیتال را آغاز کرد.

قدرت بازار

از نگاه شومپیتر، نوآوری های فناوری موجب افزایش رشد اقتصادی و بهبود استانداردهای زندگی می شود. با این حال دگرگون سازها نیز می توانند به انحصار گرایش یابند. به ویژه در زمان گسترش هر چرخه، قدرتمندترین بازیگران با حاشیه های زیادی رو به رو می شوند، خندق ایجاد می کنند و برای پس زدن رقیب تلاش می کنند. این چرخه ها به شکل معمول آنگاه آغاز می شوند که نوآوری ها کاربرد همگانی می یابند.

موج های دگرگونی

دوره عمر چرخه ها هم چنان در حال کوتاه شدن است؛ شاید تنها چند سال از موج پنجم باقی مانده باشد. موج ششم که با هوش مصنوعی، دیجیتالی کردن اطلاعات اشیا (IoT)، روباتیک و هواپیماهای بدون سرنشین مشخص شده، ممکن است شمایل جدیدی ارائه کند. یعنی احتمال دارد، خودکار سازی سامانه ها، تجزیه تحلیل و پیش بینی و پردازش داده ها اثرگذار شوند. همچنین احتمالاً در این موج، کالاها و خدمات دیجیتالی می شوند و زمان انجام کارها از چند ساعت به چند ثانیه تغییر می کند.

هم زمان با آن فناوری پاک می تواند در خط نخست قرار بگیرد. حل مشکلات پیچیده، نقطه مرکزی نوآوری فناورانه است و نگرانی های آب و هوایی به شکلی رو به رشد مورد توجه قرار می گیرند، هزینه های کم تر در برق خورشیدی و باد نیز مزیت های بهره وری را نشان می دهد.

نظریه «تخریب خلاق» (creative destruction) که جوزف شومپیتر (Joseph Schumpeter)، اقتصاددان در سال ۱۹۴۲ مطرح کرد، نشان می دهد که چرخه های کسب و کار بر پایه امواج طولانی نوآوری کار می کنند. به شکل ویژه با مختل شدن بازارها، خوشه های کلیدی صنایع، اثرگذاری بزرگی بر اقتصاد دارند. به صنعت راه آهن نگاهی بیندازید، در آغاز قرن نوزدهم راه آهن جمعیت شناسی و تجارت شهری را دگرگون ساخت؛ اینترنت نیز همه صنایع، از رسانه تا خرده فروشی را زیر و رو کرد.

چرخه های نوآوری، شش موج

اگر از موج نخست منسوجات (Textiles) و نیروی آب در انقلاب صنعتی، تا اینترنت در دهه ۱۹۹۰، شش موج نوآوری و پیشرفت های کلیدی را بررسی کنیم؛ در طول موج نخست انقلاب صنعتی، نیروی آب در تولید کاغذ، منسوجات و کالاهای آهنی، نقشی بنیادین داشت. سدهای بزرگ، برخلاف آسیاب های گذشته، توربین ها را از طریق سامانه های کمربندی پیچیده تغذیه می کردند. پیشرفت در منسوجات منجر به ایجاد نخستین کارخانه ها شد و شهرها در پیرامون آنها گسترش یافتند.

با موج دوم بین سال های ۱۸۴۵ تا ۱۹۰۰، پیشرفت های چشمگیر در راه آهن، بخار، و فولاد به وجود آمد. صنعت ریلی به تنهایی روی شمار زیادی از صنایع از آهن و نفت گرفته تا فولاد و مس اثر گذاشت، انحصارات بزرگ راه آهن ایجاد شد.

پیدایش روشنایی برگرفته از برق و ارتباط تلفنی در موج سوم، بر نیمه نخست دهه ۱۹۰۰ چیره شد. فورد مدل T را معرفی و خط سرهم کردن (مونتاژ) آن، صنعت خودرو را دگرگون کرد. خودروها با گسترش کلان شهر در آمریکا پیوند خورد. پس از آن هوانوردی در موج چهارم انقلابی در سفر ایجاد کرد.

برای توفان فناوری آینده آماده هستید؟

نگاهی ژرف تر به موج های فناوری

(دهه های ۱۷۷۰ تا ۱۸۳۰)، «نیروی بخار و راه آهن» (دهه های ۱۸۳۰ تا ۱۸۸۰)، «مهندسی برق و مهندسی سنگین» (دهه های ۱۸۸۰ تا ۱۹۳۰)، «تولید انبوه» (۱۹۳۰ تا ۱۹۷۰) و «اطلاعات و ارتباطات» (۱۹۷۰ تا ۲۰۱۰). ما اکنون موج ششم فناوری یعنی «کوچک سازی» را در برابر دیدگان خود داریم.

از کجا بدانیم این دیدگاه درست است؟ زیرا همه امواج پیشین توسط شکل های یکسان از فناوری ها تقویت شده اند: به شکل دقیق، فناوری هایی با اهداف همگانی (General Purpose Technologies) در پیوند زدن گذشته با حال اهمیت بسیاری دارند، GPT در تقلیل گرایانه ترین شکل خود یک فناوری عمومی واحد است که در گذر زمان توسعه می یابد، اما همچنان می توان آن را به عنوان همان فناوری در طول عمر خود توصیف کرد؛ ماشین چاپ، چرخ و کامپیوتر سه نمونه بنیادی از GPT هستند. این فناوری ها در ابتدا فضای بسیار زیادی برای رشد دارند و در پایان به شکلی گسترده مورد استفاده قرار می گیرند و در گذر زمان در بخش ها و صنایع گوناگون رخنه می کنند.

نزدیک به یک صد سال پیش، چارلز بیرد (Charles A. Beard) هشدار داد: «فناوری با چکمه های هفت لیگ از یک فتح انقلابی بی رحمانه به فتحی دیگر می رود، کارخانه ها و صنایع قدیمی را ویران می سازد، فرآیندهای جدید را با شتابی وحشتناک به هم می ریزد». چنین تصویری از فناوری در بهترین حالت تیره و تاریک است، اما از درون این گزاره جبر فناوری، حقایق زیادی بیرون می آید.



مهران امیری

mehranamiri@gmail.com

موج های فناوری و فناوری هایی با هدف همگانی

تاریخ بشر شاهد تغییراتی چشمگیر در چگونگی کارکرد جامعه، تجارت و فرهنگ پس از بروز هر دگرگونی بنیادین در فناوری بوده است. بشریت در طول هزاران سال توانسته

بر پنج موج متمایز فناوری سوار شود؛ هر کدام از این امواج فناوری به شکلی ویژه بر چگونگی تجربه ما از جهان اثر گذاشته اند، و در پایان صحنه را واگذار کرده و جای خود را به موجی جدید داده اند.

پنج موج فناوری که تاکنون در زندگی بشری رخنه کرده اند، عبارت است از: «افزایندگی شدن نخستین»



شماره ۱۲۷
۱۴۰۲
۳ دی
سال سوم



چهارمین کتاب با عنوان کتاب راه‌کار شماره ۱
از مجموعه کتاب‌های ۹ گانه به مناسبت رویداد ۹ ژانویه منتشر شد

دارایی دیجیتال

