اخبار

اشتراک رایگان مشتریان اپل بدون اطلاع آنها فعال می‌شد

گزارش‌ها از ثبت‌نام ناخواسته خریداران در دوره‌های آزمایشی اشتراک‌های پولی اپل توسط برخی کارکنان فروشگاه‌ها حکایت دارد. به گزارش زومیت، برخی کارکنان فروشگاه‌های اپل متهم شده‌اند که مشتریان را بدون رضایت و آگاهی کامل، در دوره‌های آزمایشی اشتراک‌هایی نظیر Apple One ثبت‌نام کرده‌اند؛ اشتراک‌هایی که پس از پایان دوره به‌طور خودکار تمدید می‌شوند. لوئیس راسمن، فعال حقوق مصرف‌کنندگان و متخصص تعمیرات الکترونیک، طی چند ویدیو سازوکار این روند را در شعبه‌های ایالات‌متحده برملا کرد. فرآیند مذکور از طریق سیستمی تحت عنوان Connect and Personalize انجام می‌شود. کارمندان از مراجعان می‌خواهند یک کد QR را اسکن کنند تا دستگاه سازمانی کارمند به اطلاعات دستگاه‌ها، خریدهای پیشین و گزینه‌های اشتراک در دسترس خریدار دسترسی یابد؛ سپس دکمه‌های موافقت و انصراف روی تبلت کارمند پدیدار می‌شوند که در مواردی، خود کارکنان بدون اطلاع خریدار گزینه موافقت را لمس کرده‌اند. انگیزه احتمالی این رفتارها، شاخصی اداری تحت عنوان «نرخ پیوست خدمات» بوده است. اپل برای پرسنل هدف‌گذاری ۴۰ درصدی تعیین کرده بود؛ بدین معنا که از هر ۱۰ خریدار سخت‌افزار، حداقل ۴ نفر باید هم‌زمان یک سرویس اشتراکی فعال می‌کردند و حتی به برخی کارمندان پیشنهاد شده بود دوره‌ها را به عنوان «هدیه» معرفی کنند. اپل اوایل هفته گذشته این شاخص ارزیابی را حذف کرد، هرچند موضع رسمی اعلام‌شده آن است که معیار یادشده در فصل خرید تعطیلات و هدایا کاربرد چندانی ندارد. مدیران اپل یادداشتی به پرسنل ارسال کرده و بر ضرورت حفظ حریم خصوصی، کسب رضایت صریح مراجعان برای اشتراک‌ها و همچنین خدمات ارتقا و بخش Genius Bar تأکید کرده‌اند.

اپل سیری را به ایجنت‌های هوش مصنوعی شبیه می‌کند

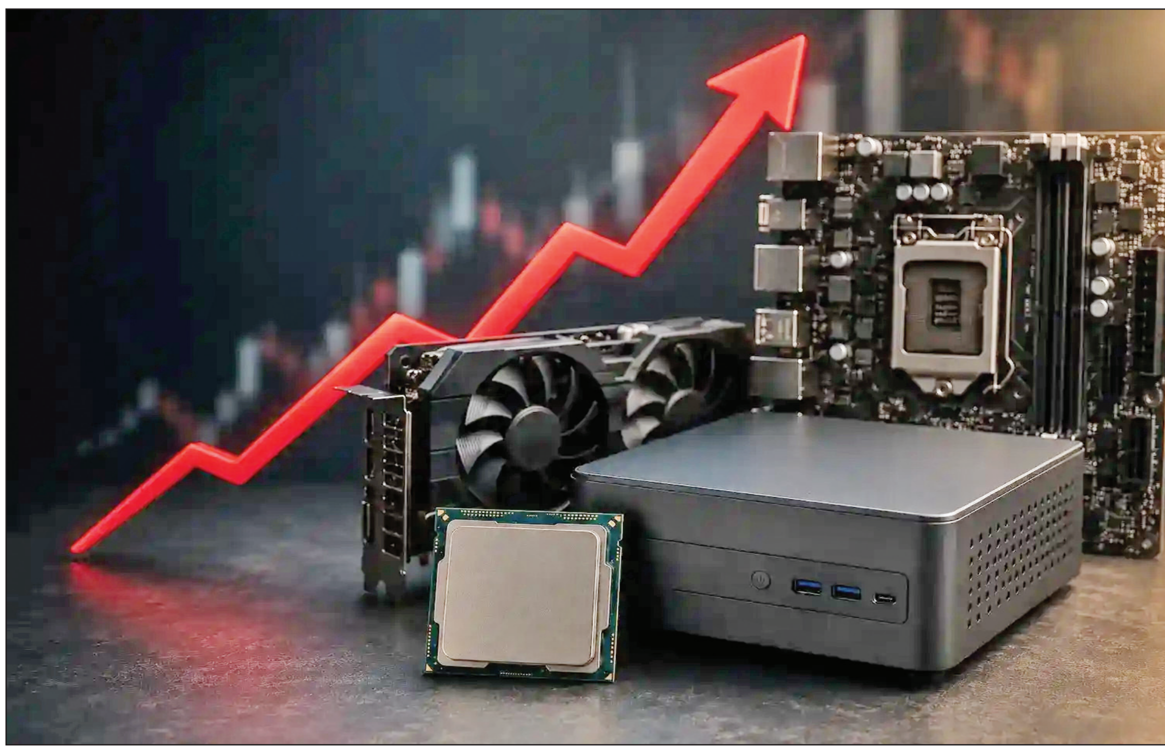
اپل قصد دارد دستیار صوتی سیری را از سال آینده به یک عامل هوش مصنوعی خودکار و پیشرفته تبدیل کند. به گزارش زومیت، پل برنامه‌ریزی گسترده‌ای را آغاز کرده است تا سیری را از یک دستیار صوتی معمولی به عاملی هوشمند و خودکار ارتقا دهد. نسخه مجهز به هوش مصنوعی این دستیار عملکردی بهتر از گذشته ارایه می‌دهد؛ اما همچنان با عامل‌های پیشرفته و همیشه فعالی مانند Dots متعلق به OpenAI و Muse شرکت متا فاصله دارد. مارک گرمن در خبرنامه جدیدش از احتمال دگرگونی اساسی سیری تا سال آینده خبر داد. جزییات فنی و شیوه پیاده‌سازی دقیق چنین برنامه‌ای هنوز در هاله‌ای از ابهام قرار دارد. خبرنگار بلومبرگ می‌گوید: «داتس، میوس و گراک اهداف کاربر را پیگیری می‌کنند، مرحله بعدی را تشخیص می‌دهند و اقدامات لازم را بدون نیاز به دستور گام‌به‌گام به سرانجام می‌رسانند. طبق اطلاعات دریافتی، اپل مایل است در همین مسیر حرکت کند و به باور من، این شرکت می‌تواند سیری را تا سال آینده به عاملی کاملا خودکارتر بدل سازد.» بلندپروازی‌های اهالی کوپرتینو فراتر از بازطراحی یک ابزار دیجیتال خواهد بود. جان ترنوس، مدیرعامل اپل، در جلسه‌ای پشت درهای بسته با کریگ فدریگی، معاون ارشد مهندسی نرم‌افزار، بر شتاب‌بخشی به برنامه‌های راهبردی تأکید کرد. ترنوس معتقد است تیم نرم‌افزاری باید بسیار فراتر از اصلاحات ساده گذشته گام بردارد.

عملکرد ماهواره‌های استارلینک بهتر از کابل‌های زیردریایی

ایلان ماسک می‌گوید بیش از ۱۰۰ هزار ماهواره نسل چهارم استارلینک می‌توانند از نظر ظرفیت انتقال داده با کابل‌های زیردریایی اینترنت رقابت کنند. به گزارش دیجیاتو، «ایلان ماسک»، مدیرعامل اسپیس‌ایکس، معتقد است بیش از ۱۰۰ هزار ماهواره نسل چهارم استارلینک (Starlink V۴) می‌توانند با شبکه جهانی کابل‌های زیردریایی اینترنت رقابت کنند و حتی از نظر ظرفیت انتقال داده از آن پیشی بگیرند. این برنامه در شرایطی مطرح شده است که بحث تهدید کابل‌های زیردریایی در خاورمیانه وجود دارد. ماسک در گفت‌وگویی با «ران بارون»، سرمایه‌گذار امریکایی، جزییاتی از مشخصات فنی ماهواره‌های نسل بعدی استارلینک ارایه کرد. او گفت نسل چهارم این ماهواره‌ها ۱۰ برابر ظرفیت بیشتری نسبت به نسل سوم خواهند داشت؛ نسلی که خود ۱۰ برابر قدرتمندتر از نسل دوم توصیف شده است. به گفته ماسک، مهم‌ترین تغییر در نسل جدید به پیوندهای لیزری میان ماهواره‌ها مربوط می‌شود. هر پیوند لیزری در این نسل می‌تواند با سرعت بیش از ۱۰ ترابیت بر ثانیه داده منتقل کند و هر ماهواره نیز به حدود ۱۰۰ لیزر مجهز خواهد شد. ماسک در پستی در شبکه اجتماعی ایکس نوشت: «حدود ۱۰۰ لیزر در هر ماهواره که هرکدام با سرعت بیش از ۱۰ ترابیت بر ثانیه کار می‌کنند، در کنار بیش از ۱۰۰ هزار ماهواره باید بتوانند از نظر عملکرد، شبکه کابل‌های زیردریایی را پشت سر بگذارند.» او همچنین به مزیت سرعت انتقال داده در فضا اشاره کرد و گفت سرعت نور در فضا حدود ۴۰ درصد بیشتر از کابل است. به گفته ماسک، مسیر انتقال داده در فضا نیز مستقیم‌تر است و برخلاف کابل‌های زمینی و زیردریایی، نیازی به دنبال کردن خطوط ساحلی و شکل خشکی‌ها ندارد. مجموع ظرفیت انتقال داده این منظومه می‌تواند به حدود ۱۰۰ میلیون ترابیت بر ثانیه برسد. این رقم در مقایسه با ظرفیت تقریبی ۶.۴ پتابیت بر ثانیه‌ای شبکه جهانی کابل‌های ارتباطی زیردریایی بسیار بیشتر است. اهمیت ایجاد مسیرهای جایگزین برای انتقال داده زمانی بیشتر می‌شود که تهدیدهای مطرح‌شده علیه کابل‌های زیردریایی نیز در نظر گرفته شوند. ایران پیش‌تر کابل‌های ارتباطی زیردریایی را در صورت تشدید درگیری‌ها با امریکا یا اسراییل تهدید کرده بود.

بازسازی زیرساخت‌ها می‌تواند کمبود تجهیزات فناوری اطلاعات را آشکار کند

بازار سخت‌افزار در انتظار شوک تقاضا



واردات تجهیزات فناوری اطلاعات در پنج ماه گذشته به حدود یک‌چهارم حجم پیشین رسیده است؛ محدودیت ثبت سفارش و تخصیص ارز، در کنار دشواری‌های حمل‌ونقل، واردکنندگان را به استفاده از مسیرهای جایگزین سوق داده است. با این حال، افت تقاضا و کاهش خریدهای سازمانی باعث شده آثار این محدودیت‌ها هنوز به شکل کمبود گسترده کالا و جهش قیمت‌ها نمایان نشود. فعالان صنفی هشدار می‌دهند با بازگشت تقاضا و آغاز بازسازی زیرساخت‌های کشور، بازار سخت‌افزار ممکن است با کمبود تجهیزات و افزایش شدید قیمت‌ها روبه‌رو شود.

بازار تجهیزات فناوری اطلاعات در ماه‌های اخیر با دو روند متضاد مواجه بوده است؛ از یک طرف، تامین کالا به دلیل محدودیت‌های وارداتی و مشکلات انتقال ارز و حمل‌ونقل دشوارتر شده و از طرف دیگر، کاهش قدرت خرید مصرف‌کنندگان و افت سفارش‌های سازمانی، تقاضا برای تجهیزات سخت‌افزاری را پایین آورده است. هم‌زمانی این دو اتفاق باعث شده کاهش عرضه هنوز به شکل متناسبی در قیمت‌ها منعکس نشود و بازار، دست‌کم در ظاهر، از کمبود گسترده فاصله داشته باشد. محمدرضا فرجی تهرانی، نایب‌رییس اتاق اصناف تهران و رییس اتحادیه فناوران رایانه، با اشاره به تاثیر محدودیت‌های داخلی بر واردات تجهیزات فناوری اطلاعات به پیوست گفت: «به قدری تحریم‌های داخلی بر واردات تاثیر گذاشته است که جنگ آن قدر موثر نبوده است.» به گفته او، برخی واردکنندگان بین ۴۷ تا ۸۰ روز در انتظار تخصیص ارز مانده‌اند. این در حالی است که محدودیت‌های ثبت سفارش و دشواری انتقال کالا از مسیرهای معمول نیز روند تامین تجهیزات را با اختلال مواجه کرده است. در چنین شرایطی، واردکنندگان برای ادامه فعالیت ناچار شده‌اند از مسیرهای جایگزین استفاده کنند؛ مسیرهایی که اگرچه امکان ورود کالا را فراهم می‌کنند، اما هزینه و پیچیدگی تامین را افزایش می‌دهند.

واردات رسمی تجهیزات IT به کمتر از ۲۰ درصد رسید

برآورد اتحادیه فناوران رایانه نشان می‌دهد حجم واردات تجهیزات فناوری اطلاعات در پنج ماه گذشته به حدود یک‌چهارم میزان پیشین کاهش یافته است. افت واردات از مسیر ثبت سفارش عادی حتی بیشتر بوده و این مسیر اکنون تنها بخش محدودی از حجم سابق واردات را پوشش می‌دهد. فرجی تهرانی با اشاره به نبود دسترسی اتحادیه به آمار رسمی گمرک توضیح داد: «به دلیل اینکه عملا ثبت سفارش انجام نشده است، کالا با ثبت سفارش عادی وارد نمی‌شود. شاید حجم واردات IT از مسیر ثبت سفارش به زیر ۲۰ درصد، حدود ۱۵ تا ۲۰ درصد، رسیده باشد.» این ارقام برآورد فعالان صنف است و به دلیل نبود دسترسی اتحادیه به آمار دقیق گمرک، نمی‌توان آن را آمار قطعی واردات دانست. با این حال، کاهش سهم واردات از مسیرهای معمول نشان می‌دهد زنجیره تامین تجهیزات IT با تغییر قابل توجهی مواجه شده است. در این وضعیت، بخشی از واردکنندگان به استفاده از مجوزهای ملوانی روی آورده‌اند. فرجی تهرانی تاکید می‌کند واردات با این مجوزها نباید با واردات ته‌لنجی یکسان در نظر گرفته شود. در واقع، استفاده از مسیرهای جایگزین بیش از آنکه به معنای رفع موانع واردات باشد، راهکاری برای عبور از محدودیت‌های موجود است. مشکلات حمل‌ونقل نیز بر دشواری تامین کالا افزوده است. به گفته رییس اتحادیه فناوران رایانه، مسیر هوایی برای واردکنندگان عملا از دسترس خارج شده و امکان انتقال مستقیم برخی کالاها از امارات به ایران وجود ندارد. او در این باره می‌گوید: «امارات صادرات کالای IT به سمت ایران را بسته است و بچه‌ها کالا را به کشورهای ثالث می‌برند و از آنجا به ایران می‌آورند.» انتقال کالا از کشورهای ثالث، علاوه بر طولانی‌تر کردن فرایند واردات، هزینه‌های بیشتری به واردکنندگان تحمیل می‌کند. افزایش هزینه حمل، جابه‌جایی و ریسک‌های ناشی از تغییر مسیر می‌تواند قیمت تمام‌شده تجهیزات را بالا ببرد. بنابراین، حتی در شرایطی که نرخ ارز تغییر نکند، دشوارتر شدن مسیر تامین نیز ظرفیت افزایش قیمت کالاها را دارد.

رکود تقاضا آثار کاهش واردات را پنهان کرده است

با وجود افت شدید واردات، بازار تجهیزات فناوری اطلاعات هنوز با افزایش قیمت متناسب با نرخ ارز مواجه نشده است. به اعتقاد فرجی تهرانی، دلیل اصلی این وضعیت کاهش تقاضا، به‌ویژه در بخش سازمانی است. او می‌گوید حدود ۸۰ درصد ارزش مالی بازار تجهیزات فناوری اطلاعات به خرید سازمان‌ها و مناقصات اختصاص دارد؛ بنابراین کاهش بودجه و تعویق سفارش‌های سازمانی تاثیر مستقیمی بر وضعیت این بازار گذاشته است. بازار IT برخلاف تصور عمومی، تنها به خریدهای خرد مصرف‌کنندگان وابسته نیست. بخش مهمی از گردش مالی آن از محل تامین تجهیزات موردنیاز شرکت‌ها، سازمان‌ها و پروژه‌های فناوری شکل می‌گیرد. زمانی که این مجموعه‌ها خریدهای خود را به تعویق می‌اندازند یا از اجرای پروژه‌های جدید صرف‌نظر می‌کنند، تقاضای بازار نیز به میزان قابل توجهی کاهش می‌یابد. در چنین شرایطی، محدودیت عرضه لزوما به افزایش فوری قیمت‌ها منجر نمی‌شود. کالاهای موجود با سرعت کمتری به فروش می‌رسند و فروشندگان نیز برای حفظ مشتری و نقد کردن موجودی خود، امکان افزایش قیمت متناسب با رشد نرخ ارز را ندارند. فرجی تهرانی نیز معتقد است قیمت برخی تجهیزات در بازار تهران هنوز با نرخ ارز آزاد تطبیق پیدا نکرده و حتی در مواردی، قیمت کالاها پس از محاسبه ارزی از قیمت همان محصولات در بازارهای خارجی پایین‌تر است. این وضعیت را نمی‌توان نشانه برطرف شدن مشکلات تامین دانست. در واقع، کاهش تقاضا فعلا بخشی از آثار افت واردات را پوشانده است. اگر سفارش‌های سازمانی دوباره افزایش پیدا کنند و موجودی فعلی بازار نیز کاهش یافته باشد، محدودیت عرضه می‌تواند خود را در قالب کمبود کالا و رشد سریع قیمت‌ها نشان دهد. افزایش عرضه لپ‌تاپ‌های استوک نیز در همین چارچوب قابل بررسی است. کاهش قدرت خرید مصرف‌کنندگان باعث شده بخشی از مشتریان به جای خرید تجهیزات نو، به سراغ کالاهای استوک بروند. فرجی تهرانی پیش‌تر نیز از نقش این تجهیزات در جبران بخشی از کمبود لپ‌تاپ در بازار سخن گفته بود. با این حال، گسترش این بازار را باید علاوه بر محدودیت واردات، نتیجه کاهش توان مالی خریداران دانست.

گارانتی و خدمات پس از فروش در مسیرهای جایگزین

تغییر مسیر واردات تنها بر هزینه تامین کالا اثر نگذاشته، بلکه مساله خدمات پس از فروش را نیز به یکی از نگرانی‌های فعالان صنف تبدیل کرده است. تجهیزات فناوری اطلاعات، به‌ویژه محصولاتی مانند لپ‌تاپ که قیمت بالایی دارند، بدون ضمانت معتبر می‌توانند ریسک قابل توجهی برای خریداران ایجاد کنند. فرجی تهرانی با تاکید بر ضرورت حفظ حقوق مصرف‌کنندگان می‌گوید: «مگر می‌شود کسی در این شرایط اقتصادی مثلا ۲۰۰ میلیون تومان برای یک لپ‌تاپ بدهد، اما آن کالا گارانتی نداشته باشد؟» اتحادیه فناوران رایانه پیش‌تر پیشنهاد داده بود واردکنندگانی که مجوز واردات دریافت می‌کنند، با شرکت‌های دارای مجوز خدمات پس از فروش قرارداد ببندند تا مسوولیت ارایه خدمات به خریداران مشخص باشد. رییس اتحادیه همچنین از پیگیری برای برگزاری جلسه‌ای با هدف ساماندهی خدمات پس از فروش کالاهای واردشده از مسیر ملوانی خبر داده است. این موضوع از آن جهت اهمیت دارد که افزایش استفاده از مسیرهای غیرمستقیم نباید به کاهش مسوولیت واردکنندگان در قبال مصرف‌کنندگان منجر شود. در شرایطی که قیمت تجهیزات افزایش یافته و خرید یک لپ‌تاپ یا رایانه به هزینه قابل توجهی برای خانوارها تبدیل شده است، دسترسی به گارانتی معتبر و خدمات تعمیر و پشتیبانی بخشی جدایی‌ناپذیر از فرایند خرید محسوب می‌شود.

بازسازی زیرساخت‌ها آزمون اصلی بازار سخت‌افزار

نگرانی اصلی فعالان بازار تجهیزات فناوری اطلاعات به شرایط فعلی محدود نمی‌شود. به اعتقاد رییس اتحادیه فناوران رایانه، با پایان جنگ و آغاز بازسازی زیرساخت‌های کشور، تقاضا برای تجهیزات سخت‌افزاری افزایش خواهد یافت؛ تقاضایی که در صورت تداوم محدودیت‌های وارداتی، تامین آن با دشواری جدی مواجه می‌شود. فرجی تهرانی در این باره می‌گوید: «به محض اینکه این جنگ تمام شود، ناخواسته باید به سمت آبادانی و ساخت زیرساخت‌ها برویم. مگر می‌شود این زیرساخت‌ها را بدون کالای IT ساخت؟ نمی‌شود. قطعا آن روز با کمبود کالا روبه‌رو می‌شویم.» بازسازی زیرساخت‌های ارتباطی، توسعه مراکز داده، نوسازی شبکه‌های سازمانی و تامین تجهیزات موردنیاز صنایع، همگی به دسترسی مستمر به سخت‌افزار وابسته‌اند. بنابراین، افزایش فعالیت‌های اقتصادی و اجرای پروژه‌های بازسازی می‌تواند تقاضا برای طیف گسترده‌ای از محصولات فناوری اطلاعات را افزایش دهد. اگر در همین زمان مسیر واردات همچنان با محدودیت مواجه باشد، فاصله میان عرضه و تقاضا بیشتر خواهد شد. فرجی تهرانی پیش‌تر نیز درباره احتمال افزایش شدید قیمت تجهیزات هشدار داده بود. او با اشاره به دوره‌ای که نرخ دلار در محدوده ۱۵۶ تا ۱۶۵ هزار تومان قرار داشت، گفته بود ادامه مشکلات تامین ممکن است مبنای ارزی قیمت‌گذاری تجهیزات فناوری اطلاعات را به سطحی معادل دلار ۴۰۰ هزار تومانی برساند. این رقم پیش‌بینی نرخ ارز نیست، بلکه هشداری درباره احتمال افزایش قیمت تمام‌شده تجهیزات در صورت تشدید کمبود عرضه است. در مجموع، بازار تجهیزات فناوری اطلاعات اکنون در وضعیتی قرار دارد که کاهش تقاضا مانع از آشکار شدن کامل پیامدهای افت واردات شده است. اما این تعادل شکننده نمی‌تواند جایگزین تامین پایدار کالا شود. با بازگشت خریدهای سازمانی و افزایش نیاز به تجهیزات در فرایند بازسازی زیرساخت‌ها، محدودیت‌های فعلی ممکن است به کمبود گسترده‌تر و افزایش قیمت‌ها منجر شوند. از این رو، تسهیل ثبت سفارش، کوتاه شدن زمان تخصیص ارز و ایجاد مسیرهای شفاف واردات، پیش از بازگشت تقاضا، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

تعامل ۳ دستگاه در حوزه امنیت سایبری شبکه ملی اطلاعات

رییس پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات از تعامل ۳ دستگاه در قالب کمیته مشترک در حوزه الزامات امنیت سایبری و طراحی الگویی تخصصی برای شبکه ملی اطلاعات خبر داد. به گزارش مهر به نقل از پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات، محمدحسین شیخی با اشاره به پیشینه تدوین دستورالعمل ارزیابی عمق بومی‌سازی تجهیزات شبکه ملی اطلاعات اظهار کرد: این فرآیند در اجرای جزء ۳ بند «الف» ماده ۴ قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی کشور و حمایت از کالای ایرانی و با توجه به تکالیف تعیین‌شده در اسناد بالادستی، از جمله سند تبیین الزامات و طرح کلان شبکه ملی اطلاعات، از سال‌های گذشته در دستور کار پژوهشگاه قرار گرفت. وی افزود: در پی تدوین چارچوب کلان نظام‌نامه و تصویب و اجرای دستورالعمل تخصصی ارزیابی عمق بومی‌سازی به عنوان بخش اجرایی آن، فرآیند سنجش تجهیزات فاوا از رویکردهای سنتی فاصله گرفت و با محوریت تحقیق و توسعه، به ابزاری برای پشتیبانی موثر از صنعت و فناوری‌های بومی تبدیل شد.

پژوهشگاه ارتباطات؛ متولی طراحی و اجرای مدل ارزیابی

رییس پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات با تأکید بر نقش این مجموعه در شکل‌گیری نظام ارزیابی تخصصی بومی‌سازی تصریح کرد: مسوولیت طراحی نظام‌نامه، تدوین روش‌شناسی و پیشبرد علمی ابعاد مختلف آن از ابتدا بر عهده پژوهشگاه ارتباطات بوده است. شیخی ادامه داد: پژوهشگاه با تکیه بر ظرفیت‌های نخبگانی و تخصصی خود، مدل بومی ارزیابی را پایه‌گذاری کرده و تاکنون تمامی ارزیابی‌های تخصصی توسط این مجموعه انجام شده است. پژوهشگاه در آینده نیز متولی اصلی اجرای این فرآیند خواهد بود. وی با اشاره به ارزیابی محصولات مختلف در این چارچوب گفت: متخصصان پژوهشگاه هم‌اکنون ارزیابی محصولاتی در حوزه شبکه‌های دسترسی، شامل آنتن و ایستگاه‌های پایه نسل چهارم، تجهیزات شبکه FTTx، سوئیچ و روترهای دسترسی و تجمیع شبکه، ذخیره‌سازها و سرورها را در دستور کار دارند.

تدوین الگوی مکمل با مشارکت دستگاه‌ها و نهادهای تخصصی

رییس پژوهشگاه ارتباطات درباره تعاملات بین‌دستگاهی در تدوین این نظام‌نامه اظهار کرد: وزارت صنعت، معدن و تجارت متولی قانونی سنجش عمق ساخت داخل در صنایع مختلف است و این مسوولیت را با روش‌هایی مبتنی بر ساختار هزینه‌ای و خطوط تولید دنبال می‌کند، اما حساسیت زیرساخت‌های ارتباطی و الزامات امنیت سایبری، طراحی الگویی تخصصی و مکمل را ضروری می‌ساخت. وی افزود: این نیاز با تعامل میان وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، وزارت صنعت، معدن و تجارت و معاونت علمی ریاست جمهوری و با مشارکت فعال نهادهای صنفی در قالب کمیته مشترک پیگیری و نهایی شد. در این فرآیند، مسوولیت کارشناسی، تدوین محتوا و اجرای فنی بر عهده پژوهشگاه ارتباطات قرار داشت.

استقلال زنجیره تأمین؛ محورهای اصلی ارزیابی

شیخی با تشریح شاخص‌های ارزیابی در مدل تدوین‌شده توسط پژوهشگاه گفت: در این الگو، زنجیره ارزش محصول از ابعاد مختلف مورد سنجش قرار می‌گیرد که مهم‌ترین آنها سطح واقعی فعالیت‌های تحقیق و توسعه، از مرحله ایده‌پردازی و تحلیل نیازمندی‌ها تا طراحی تفصیلی و تولید نمونه اولیه است. وی پایداری نیروی انسانی متخصص در چرخه عمر محصول را از دیگر ارکان این ارزیابی دانست و افزود: میزان وابستگی در تأمین قطعات با هدف ارتقای تاب‌آوری زنجیره تأمین در شرایط بحران، همچنین فرآیندهای ساخت صنعتی و نظام کنترل کیفیت محصولات نیز به‌صورت تخصصی ارزیابی می‌شوند.

تأثیر نتایج ارزیابی در سیاست‌های حمایتی

رییس پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات با اشاره به آثار اجرایی این نظام ارزیابی خاطرنشان کرد: نتایج تأییدیه‌های صادرشده، مبنای اصلی تصمیم‌گیری در سامانه توانیران، اجرای تکالیف خرید داخلی دستگاه‌های اجرایی و دارندگان پروانه اپراتوری و همچنین اعمال سیاست‌های تعرفه‌ای واردات خواهد بود. شیخی در پایان تأکید کرد: این رویکرد منسجم، منافع سه گروه اصلی را تأمین می‌کند؛ تولیدکنندگان از حمایت‌های واقعی و هدفمند برخوردار می‌شوند، اپراتورها از کیفیت تجهیزات اطمینان بیشتری پیدا می‌کنند و سیاست‌گذاران نیز با اتکا به ارزیابی‌های تخصصی، زمینه حفاظت از زیرساخت‌های حیاتی کشور و استفاده موثر از ظرفیت‌های تولید داخل را فراهم می‌کنند.

چرا پیامک تبلیغاتی تمام نمی‌شود؟

با وجود ارسال عدد ۱۱ و درخواست لغو پیامک‌های تبلیغاتی، بسیاری از کاربران همچنان روزانه پیامک‌های انبوه و ناخواسته دریافت می‌کنند؛ مشکلی که استفاده کسب‌وکارها از سرشماره‌های متعدد و ضعف سازوکارهای نظارتی، آن را به معضلی تکراری برای مشترکان تلفن همراه تبدیل کرده است. اما چرا درخواست لغو پیامک همیشه موثر نیست و کاربران برای پایان دادن به این مزاحمت چه حقوقی دارند؟ به گزارش ایسنا، بسیاری از مردم و کاربران از پیامک‌های انبوه تبلیغاتی به عنوان پیام‌های مزاحم یاد و از آنها گلایه می‌کنند. این گلایه‌ها وقتی بیشتر می‌شود که با ارسال عدد ۱۱ به سرشماره ارسال‌کننده پیامک که به منزله لغو ارسال مجدد است، این پیام‌ها همچنان به کاربر ارسال می‌شوند. متاسفانه حجم پیامک‌ها و تماس‌های تبلیغاتی با شماره‌های متعدد در سال‌های اخیر به شکل چشمگیری افزایش پیدا کرده و بخش اعظمی از کاربران با این پرسش مواجهند که چرا با وجود ارسال عدد ۱۱ و دستور لغو، همچنان پیامک‌های تبلیغاتی انبوه را دریافت می‌کنند؟ یکی از دلایلی که مردم از پیامک‌های انبوه استقبال زیادی نمی‌کنند این است که ارتباطی با آن نمی‌گیرند و به دلیل عدم برقراری ارتباط با آن به سرعت حذفشان می‌کنند. به گفته کاربران بیشتر این پیامک‌ها نه تنها جذابیتی برای آنها نداشته بلکه نوعی آلودگی ذهنی را برایشان به دنبال داشته است و از آنجا که از سرشماره‌های متعدد ارسال می‌شود، حذف و بایگانی و بلک لیست آنها هیچ تاثیری نداشته است. یکی از دلایلی که مردم از پیامک‌های انبوه استقبال زیادی نمی‌کنند این است که ارتباطی با آن نمی‌گیرند. درواقع به دلیل بی‌ارتباط بودن و عدم برقراری ارتباط با آن به سرعت حذفشان می‌کنند. در دنیای امروز شماره موبایل یکی از خصوصی‌ترین دارایی‌های افراد است. وقتی فردی بدون اجازه و بدون اینکه قبلا با آن برند تعامل داشته باشد، پیامک دریافت می‌کند، این حس به او دست می‌دهد که حریم شخصی‌اش مورد تعرض قرار گرفته و دچار خشم و مقاومت در برابر برند می‌شود. مثلا وقتی پیامکی درباره تخفیف لوازم آرایشی دریافت می‌کنید در حالی که ممکن است به این موضوع علاقه‌ای نداشته باشید، ذهن شما به‌طور غریزی آن پیام را فیلتر می‌کند زیرا این پیام را بی‌ارتباط می‌دانید. از طرفی به دلیل گسترش کلاهبرداری‌های پیامکی، ذهن بیشتر کاربران ناخودآگاه نسبت به هرگونه پیامک ناشناسی حالت دفاعی پیدا کرده است و بین اینکه آن پیامک یک تخفیف واقعی از برندی معتبر است یا تلاشی برای کلاهبرداری و فیشینگ راه چاره را در نادیده گرفته یا مسدود کردن پیامک می‌بینند. قانون می‌گوید با ارسال عدد ۱۱، شرکت و کسب و کار موظف است دیگر پیام نفرستد و اگر تکرار کرد، تخلف کرده است. بیشتر کاربران از این مساله گلایه دارند که حجم پیام‌های دریافتی در روز بسیار زیاد است و روزانه پیامک‌های بی‌شماری از بانک‌ها، اپراتورها، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و... دریافت می‌کنند و همین مساله باعث می‌شود که ذهن این پیامک‌ها را به عنوان پیام‌های مزاحم دسته‌بندی کند. بخشی از پیامک‌های انبوه تبلیغاتی در قالب تماس‌های صوتی است به این نحو که با موبایل شما تماس گرفته می‌شود و فکر می‌کنید یک تماس مهم است اما می‌بینید که یک صدای ضبط‌شده پشت خط است. طبعا هر گونه تماس تبلیغاتی چه با خط شخصی چه خدماتی ممنوع است اما چرا وقتی عدد ۱۱ و لغو را ارسال می‌کنید باز هم پیامک‌های انبوه تبلیغاتی به گوشی شما ارسال می‌شود؟ به دلیل گسترش کلاهبرداری‌های پیامکی، ذهن بیشتر کاربران ناخودآگاه نسبت به هر گونه پیامک ناشناسی حالت دفاعی پیدا کرده است. قانون رگولاتوری می‌گوید با ارسال عدد ۱۱ آن شرکت و کسب و کار موظف است دیگر پیام نفرستد و اگر تکرار کرد قطعا تخلف کرده است. مشکل اینجاست که یک برند بزرگ تنها یک خط پیامکی ندارد، ممکن است چندین سرشماره داشته باشد و به همین ترتیب از سرشماره‌های مختلف به شما پیام ارسال کند. متاسفانه سیستمی هم نداریم که اگر کاربر اعلام کرد، همه خط‌های آن شرکت یا کسب و کار متوقف شود و اینجاست که کاربران دچار مشکل می‌شوند. یکسری از پیامک‌های تبلیغاتی از نوع خدماتی است مثلا بانک‌ها برای ارسال رمز پویا از خط خدماتی استفاده می‌کنند. فروشگاه‌ها هم شماره شما را در لیست باشگاه مشتریان خود قرار می‌دهند تا از فیلتر رد شوند و تخفیف‌هایشان را ارسال کنند ولی دو نکته اساسی اینجاست: اول اینکه باید شرط عضویت داشته باشیم، یعنی پیامک خدماتی به کسانی باید ارسال شود که واقعا عضو باشگاه باشند؛ بنابراین چنانچه تا به حال پایتان را در یک مغازه یا فروشگاه نگذاشته‌اید ولی پیامکی از طرف آن دریافت می‌کنید یعنی فروشگاه در حال تخلف است. دوم بحث حق لغو است. یعنی مشتری این حق را دارد که حتی اگر مشتری آن فروشگاه هم باشد وقتی مایل به دریافت پیامک خدماتی نیست، عدد یازده را ارسال کند و فروشگاه موظف است اسم شما را از لیست باشگاه مشتریان خط بزند. به گزارش ایسنا، یکی از اصلی‌ترین دلیل نارضایتی مردم از ارسال پیامک‌های تبلیغاتی انبوه این است که اصلا تمایلی به دریافت آنها ندارند. راهکار این است که کسب‌وکارها و برندها در زمان خرید یا ثبت‌نام از افراد و مشتریان بپرسند که آیا مایلند از تخفیف‌ها و اخبار جدیدشان باخبر شوند یا نه؟ وقتی افراد خودشان اجازه دادند دیگر آن پیام مزاحمت نیست بلکه موقعیت و موهبت است.

دنیای فناوری

اتحادیه اروپا از آی‌بی‌ام شکایت کرد

اتحادیه اروپا از شرکت آی‌بی‌ام، گروه فناوری اطلاعات فرانسوی «آتوس» (Atos) و پیمانکار دفاعی ایتالیایی «لئوناردو» به دلیل تاخیرهای مکرر در توسعه سامانه جدید و هوشمند مرزی خود شکایت کرده است. به گزارش ایسنا، روزنامه فایننشال تایمز روز دوشنبه با استناد به مکاتبات داخلی اتحادیه اروپا، در گزارشی نوشت: آژانس «eu-LISA» که مسوولیت مدیریت عملیاتی سامانه‌های فناوری اطلاعات در مقیاس بزرگ در این حوزه را برعهده دارد، علیه این شرکت‌ها اقامه دعوی کرده است. «سامانه ورود/خروج» (EES) به صورت الکترونیکی، ورود و خروج اتباع غیرعضو اتحادیه اروپا را در مرزهای خارجی این بلوک ثبت می‌کند. این سامانه که در ۲۹ کشور منطقه شنگن اعمال می‌شود، با هدف شناسایی افرادی که بیش از مدت مجاز ویزا در منطقه مانده‌اند، مقابله با جعل هویت و جلوگیری از مهاجرت غیرقانونی طراحی شده است. آژانس eu-LISA به فایننشال تایمز اعلام کرد که این اقدامات حقوقی «هیچ تاثیری بر عملکرد سامانه ورود/خروج ندارد» و افزود: اختلاف موجود مربوط به تاخیر در تحویل این سامانه در مرحله توسعه آن است و ارتباطی با نحوه کارکرد فعلی آن ندارد. در سال ۲۰۱۹، این آژانس اتحادیه اروپا قرارداد اصلی «سامانه ورود/خروج» را به کنسرسیومی متشکل از شرکت‌های آی‌بی‌ام بلژیک، آتوس بلژیک و لئوناردو واگذار کرد. این قرارداد شش ساله شامل پیاده‌سازی و نگهداری «سامانه ورود/خروج» بود. براساس گزارش رویترز، چند ماه بعد، در فوریه ۲۰۲۲، این سه شرکت در برابر مهلت‌های جدیدی که توسط آژانس eu-LISA تعیین شده بود، موضع مخالفت گرفتند.

استرالیا دسترسی به جی‌میل را برای زیر ۱۸ ساله‌ها ممنوع می‌کند

یک قانون پیشنهادی استرالیا برای اینترنت، ممکن است گوگل را وادار به منع کاربران زیر ۱۸ سال از استفاده از سرویس جی میل کند. به گزارش مهر به نقل از رویترز، مدیر سیاست‌گذاری یک شرکت مستقر در استرالیا این خبر را اعلام کرد که نشان‌دهنده اهمیت خطرات زیاده روی پیش نویس قانون مذکور است. براساس قانون «مسوولیت مراقبت در فضای دیجیتال» (Digital Duty of Care legislation) که پیش‌تر به تصویب مجلس نمایندگان استرالیا رسیده، اما برای تصویب در سنا به حمایت احزاب مختلف نیاز دارد، شرکت‌های اینترنتی باید نشان دهند گام‌هایی جهت ازبین بردن محتوای مخرب برمی‌دارند و در غیر این صورت با جریمه‌ای تا سقف ۷۵.۱ میلیون دلار امریکا روبه‌رو می‌شوند. شرکت‌های آنلاین و حامیان آزادی بیان معتقدند این قانون به رگولاتورها درباره تصمیم‌گیری برای آنچه مضر نامیده می‌شود، اختیارات بیشتری می‌دهد و برای حذف محتوا به پلتفرم‌ها فشار می‌آورد. هشدار گوگل نیز نشان‌دهنده نگرانی این شرکت از آن است که دامنه اجرای این قانون به بخش‌های مختلف و فعالیت‌های روزمره اینترنت نیز گسترش یابد. ریچل لرد رییس سیاست‌گذاری یوتیوب (متعلق به گوگل) در استرالیا و نیوزیلند، در جلسه استماع سنای استرالیا گفت: بخشی از این قانون که در صورت وجود احتمال مشاهده محتوای مستهجن توسط کودکان، انجام احراز سن کاربران را الزامی می‌کند، ممکن است ما را ملزم کند که سن کاربران را در خدمات ارتباطی روزمره‌ای مانند پیام‌رسان‌ها، ایمیل و سرویس‌های ذخیره‌سازی خصوصی فایل نیز احراز کنیم و دسترسی افراد زیر سن قانونی را مسدودسازیم. او در ادامه افزود: موضوعی که درباره آن صحبت می‌کنیم، احتمال اعمال نظارت‌های مداخله‌جویانه بر ارتباطات خصوصی یا فایل‌های ذخیره‌شده کاربران است.

سربازان، خلبانان و ملوانان انگلیسی به شکار هکرها می‌روند

ارتش انگلیس در حال ارسال نیروهای شکار سایبری به خارج از کشور است تا با هکرهای دشمن که در تدارک حمله به سامانه‌های دفاعی این کشور هستند، مقابله کرده و مانع از اجرای حملات آنها شود. به گزارش مهر به نقل از ایندیپندنت، این نیروها به نقاط مختلف از جمله آسیا و اروپا ارسال می‌شوند تا عملیات‌های سایبری را قبل از آنکه به حملاتی وسیع تبدیل شوند، متوقف کنند. این اقدام بخشی از اقدام تخصصی است که تاییدیه وس استریتینگ وزیر دفاع انگلیس را نیاز دارد. سرلشکر مایک فیرز فرمانده نیروی دفاع سایبری و جنگ الکترومغناطیسی (DCEMF) در این باره به نشریه تایمز گفته وزارت دفاع به دلیل بالا گرفتن تاثیر هوش مصنوعی مجبور شده ظرف چنددقیقه نسبت به شکاف‌های سایبری واکنش نشان دهد. او در این باره اظهار کرد: دشمنان ما بسیار مکار هستند. این فقط مشکل وزارت دفاع نیست، بلکه یک چالش در سراسر انگلیس است. اقدام مذکور در حالی انجام می‌شود که موجی از حملات سایبری در سراسر اروپا طی هفته‌های گذشته یخچال‌ها و فریزرها را هدف گرفت. تعداد اندکی از فریزرهای انگلیس نیز تحت تاثیر این حمله قرار گرفتند. طی این رویداد سایبری مجرمان دمای یخچال‌ها را از راه دور بالا بردند. سرلشکر فیرز در این باره می‌گوید: ما شاهد بودیم که هوش مصنوعی اکنون از شکاف‌ها با سرعتی سواستفاده می‌کند که قبلا ندیده بودیم. این در حالی است که پیش‌تر ما چند روز فرصت داشتیم تا شکاف‌ها را برطرف کنیم. اما الان چنددقیقه فرصت داریم تا شکاف‌ها را برطرف کنیم. او در مصاحبه خود توضیح داد نیروی شکار سایبری به معنای آن است که گروهی از افراد به‌طور فیزیکی به نقاط مختلف می‌روند تا عملیات مجازی، افرادی که سعی در حمله به سیستم‌های نظامی انگلیس دارند را تعقیب و شناسایی کنند.