

ایران دیجیتال محور اصلی وزارت ارتباطات

نگاهی به سفر ستار هاشمی به استان خراسان جنوبی



سیدستار هاشمی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات اول هفته در سفری یکروزه به استان خراسان جنوبی رفت و ضمن افتتاح ۶۱ پروژه زیرساختی و توسعه‌ای فاوا در این استان، با دانشگاهیان و نخبگان استان، مدیران، معاونان و فعالان حوزه فاوا و مقام‌های استانی دیدار و گفت‌وگو کرد.

یکی از بخش‌های مهم سفر استانی وزیر ارتباطات، حضور در جمع دانشگاهیان دانشگاه بیرجند بود. هاشمی در سخنانی ضمن تأکید بر ظرفیت‌های بی‌بدیل علمی، فرهنگی و اقتصادی خراسان جنوبی، عدالت ارتباطی و آموزشی، بهره‌گیری از هوش مصنوعی، توسعه محتوا و هوشمندسازی معادن را از جمله محورهای کلیدی برنامه‌های وزارت ارتباطات معرفی کرد و از نقش دانشگاهیان به‌عنوان پیشران پیشرفت و توسعه یاد کرد. او ضمن یادآوری ظرفیت استادان برجسته استان و نقش آنان در پیشبرد علم و فناوری، به اهمیت اقتصاد دیجیتال و سهم ۱۰ درصدی آن از تولید ناخالص داخلی تا پایان برنامه اشاره کرد.

وزیر ارتباطات درباره طرح «ایران دیجیتال» و نقش هوش مصنوعی در آموزش و صنعت نیز صحبت کرد. او اعلام کرد، بیش از ۷۰۰ هزار دانش‌آموز در این سیستم آموزش می‌بینند و با کمک بازی‌سازی، استعداد مناطق کمتر برخوردار شناسایی می‌شود. هاشمی افزود: «هوش مصنوعی علاوه بر شخصی‌سازی آموزش، می‌تواند بهره‌وری معادن و صنایع را افزایش دهد و با مشارکت دانشگاهیان الگویی ملی و بین‌المللی ایجاد کند.» وزیر ارتباطات در ادامه سفر استانی خود به استان خراسان جنوبی، در نشست صمیمی با نخبگان و فعالان حوزه فاوا استان خراسان جنوبی در بیرجند شرکت کرد. هاشمی ضمن قدردانی از مهمان‌نوازی مردم این استان، به تشریح برنامه‌ها و سیاست‌های وزارت ارتباطات در حوزه توسعه زیرساخت‌ها، عدالت ارتباطی، ایران دیجیتال، دیپلماسی فناوری و هوشمندسازی پرداخت. هاشمی در این جلسه از بهره‌برداری ۶ پروژه ارتباطی با سرمایه‌گذاری ۴۹۰ میلیارد تومانی خبر داد و اعلام کرد ۷۱ درصد روستاهای بالای ۲۰ خانوار استان، تحت پوشش ارتباطی قرار دارند و به‌زودی همه آن‌ها به اینترنت پرسرعت و شبکه ملی اطلاعات متصل می‌شوند. او اجرای طرح «ایران دیجیتال» را محور اصلی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات دانست و گفت: «بیش از ۷۰۰ هزار دانش‌آموز در این طرح آموزش فناوری‌های نوین- هوش مصنوعی می‌بینند،» ستار هاشمی همچنین ظرفیت ژئوپلیتیکی استان برای توسعه «دیپلماسی فناوری» با افغانستان را فرصتی مهم خواند و از برنامه هوشمندسازی معادن، حمل‌ونقل و انرژی با هدف افزایش درصدی بهره‌وری خبر داد. وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در بخش پایانی سفر استانی خود در جلسه شورای اداری خراسان جنوبی حضور یافت و ضمن تبریک هفته دفاع مقدس و گرامیداشت یاد و خاطره شهیدای این عرصه، گزارشی از فعالیت‌ها و دستاوردهای حوزه ارتباطات در استان ارائه کرد. هاشمی در این جلسه بر نقش زیرساخت‌های ارتباطی در توسعه اقتصادی، آموزشی، گردشگری و خدمات عمومی تأکید کرد و گفت: «بدون ارتباطات دیجیتال، توسعه پایدار در هیچ حوزه‌ای امکان‌پذیر نیست.» او افزود که خراسان جنوبی با بهره‌گیری از پروژه‌های ارتباطی، ظرفیت‌های بوم‌گردی، مدیریت منابع آب و سایر بخش‌ها را ارتقاء داده است. وزیر ارتباطات همچنین بر اهمیت توسعه شبکه فیبر نوری در استان تأکید کرد و گفت: «اتصال منازل و کسب‌وکارها به اینترنت پرسرعت در دستور کار است و کیفیت خدمات به‌صورت لحظه‌ای پایش می‌شود تا رضایت مردم تأمین شود.» در این سفر استانی پروژه‌های مختلفی در حوزه توسعه ارتباطات و فناوری اطلاعات به‌صورت رسمی و بر خط به‌بهره‌برداری رسیدند. این پروژه‌ها شامل ۶۱ طرح توسعه‌ای با سرمایه‌گذاری بیش از ۴۹۰ میلیارد تومانی است که ارتقاء و توسعه سایت‌های تلفن همراه، ایجاد سایت‌های جدید در مناطق کم‌برخوردار و بهره‌برداری از شبکه ملی فیبر نوری منازل و کسب‌وکارها (FTTH) در سطح استان را در برمی‌گیرد. از مهم‌ترین این طرح‌ها که هدفشان توسعه زیرساخت‌ها، ارتقای کیفیت خدمات گسترش دسترسی به اینترنت پرسرعت در سطح استان است، اتصال ۱۱ روستا از طریق هفت ایستگاه جدید تلفن همراه و ارتقای ایستگاه‌های موجود با سرمایه‌گذاری ۴۵۰ میلیارد ریال بود. شرکت مخابرات ایران نیز با اجرای ۱۷ پروژه و سرمایه‌گذاری ۱۱۰۶ میلیارد ریال، اقدام به نصب ۴۵ کابوی نوری در سه شهر و ۲۹ روستا، نصب ۲۹ دستگاه رادیو ترنسپل CWDM در ۳۲ روستا، توسعه شبکه فیبرنوری با نصب ۱۶ دستگاه OLT و اجرای ۸۳ کیلومتر فیبر در ۱۰ شهر و دو روستا، همچنین توسعه پورت دیتا و تغذیه نیرو در ۱۴ شهر و ۲۴ روستا کرد.

گفت‌وگوی خبری با رسانه‌های رسمی کشور به‌شکل تصویری و مکتوب از سوی مدیران میلی انجام شد تا کاربران و مخاطبان در جریان آخرین تحولات و برنامه‌های اصلی‌ترین بازیگر عرصه طلای آنلاین ایران قرار بگیرند. در یکی از این گفت‌وگوها مصطفی اکرمی، مدیرعامل میلی با رسانه پیوست صحبت کرد و اعلام کرد، میزان خرید طلای کاربران پس از جنگ ۱۲ روزه به حالت عادی بازگشته و تمایل به تحویل حضوری نیز دوباره برپا شده است. اکرمی با بیان اینکه میلی اولین سال حضور خود در نمایشگاه الکامپ را تجربه می‌کند، درباره انگیزه‌ها و دلایل حضور در این رویداد فناورانه گفت: «نفس حضور مادر الکامپ برای شفاف‌سازی فعالیت‌های مان است. سعی می‌کنیم قابلیت‌ها و دستاوردهای سال گذشته را معرفی کنیم، با کاربران و ذی‌نفعان گفت‌وگو کنیم و به سوال‌ها و ابهامات‌شان پاسخ دهیم. این تجربه برای کاربرانی که برای نخستین‌بار قصد خرید طلا را به‌پلنفرم‌های آنلاین را دارند نیز فرصت آشنایی فراهم می‌کند.» او با اشاره به عملکرد میلی گفت: «در این چندروز نمایشگاه، بسیاری از بازدیدکنندگان با میلی آشنا شده‌اند. تاکنون بیش از ۱۲ میلیون کاربر داریم و تعداد زیادی از کاربران جدید با پلنفرم ما آشنا شدند. برخی پرسش‌ها و ابهامات برای کاربران وجود دارد و نمایشگاه فرصت مناسبی است تا آن‌ها رفع و رجوع شوند. در این رویداد، کارت هدیه و دیگر سرویس‌های اپلیکیشن خود را نیز معرفی و شفاف‌سازی کرده‌ایم.» اکرمی درباره تغییرات بازار پس از جنگ گفت: «پس از جنگ، کل بازارهای مالی تحت‌تأثیر قرار گرفتند. در چند روز اول بازگشایی بورس، نزدیک ۳۰ همت پول از بورس خارج شد و برداشت‌های بانکی افزایش یافت. پلنفرم‌های آنلاین طلا نیز متأثر شدند. برآوردها این است که ۲۰ تا ۳۰ درصد از دارایی‌ها توسط مردم خارج شد. اما با آرام‌شدن شرایط، بسیاری از کاربران به پلنفرم‌ها بازگشته‌اند. در پلنفرم خودمان، حدود ۱۵ درصد کاهش ذخیره طلا داشتیم که روند بازگشت آن به‌سرعت در حال انجام است و شرایط به‌سمت عادی شدن حرکت می‌کند.» اکرمی درباره تعامل با نهادهای رگولاتوری افزود: «مسئله اصلی پس از جنگ، باز نشدن درگاه‌ها بود که با پیگیری‌های مستمر، خوشبختانه رفع شد.

ضوابطی که در گام‌های گذشته تصویب شده، به هیئت مقررات‌دایی وزارت اقتصاد رسیده و در کمیسیون اقتصادی ریاست جمهوری در حال بررسی است. ما منتظریم طرف یکی، دو هفته آینده خبر تصویب ضوابط اعلام شود تا خودمان را با شرایط جدید تطبیق دهیم.» اکرمی در پاسخ به علت تأخیر در تصویب ضوابط معاملات طلا چنین توضیح داد: «عوامل متعددی در تصویب این ضوابط نقش دارند؛ وزارت اقتصاد، اتحادیه‌ها، اتاق اصناف، شورای عالی نظارت و بانک مرکزی همگی ذی‌نفع و پیگیر این موضوع هستند. ازسوی دیگر، بخشی از بازار سنتی و بورس کالا با حضور ما مخالفتند. هم‌زمانی این فرآیند با موضوع جنگ نیز باعث شد تصویب ضوابط از اولویت خارج شود.» درباره وضعیت ذخایر طلای میلی در دوران پیش و پس از جنگ ۱۲ روزه به «عصر بانک» توضیح دادو اعلام کرد که اعتماد کاربران به بازار طلا در حال احیاست. اکرمی با اشاره به افزایش برداشت دارایی‌های کاربران در دوران جنگ گفت: «پیش از وقوع جنگ، ذخیره طلای ما قابل توجه بود، اما با شروع جنگ و بسته‌شدن درگاه‌های پرداخت و عدم دسترسی کاربران، حدود یک‌سوم از این ذخیره توسط مردم برداشت شد. این خروج دارایی‌ها فقط محدود به ما نبود بلکه بازارهای دیگر مثل بورس و پلنفرم‌های آنلاین نیز با چنین وضعیتی روبه‌رو شدند.» اکرمی با بیان اینکه کاربران در حال اعتماد دوباره به پلنفرم‌های آنلاین طلا هستند، افزود: «پس از فاصله گرفتن از بحران جنگ، بیش از نصف برداشت‌ها دوباره به پلنفرم و ذخایر طلا بازگشته است. این روند نشان می‌دهد که اعتماد از دست‌رفته کاربران به‌تدریج به پلنفرم‌های طلای ما برمی‌گردد و پیش‌بینی می‌کنم که به زودی میزان ذخایر طلای ما را پیش از جنگ بازگردد.»

روایتی تازه از بازار طلا

چهار روز حضور میلی در الکامپ ۱۴۰۴، چشم‌اندازی نو از بازار طلا در ایران به نمایش گذاشت. از درخشش شمش‌های واقعی در ویتترین غرفه تا ماینیتورهایی که تعداد کاربران و داده‌های زنده را نشان می‌داد؛ از رونمایی کارت هدیه طلای به‌عنوان محصولی تازه تا اهدای جوایز روزانه ۳۵ گرمی، همه‌و همه نمایانگر این واقعیت است که طلا دیگر صرفاً دارایی سنتی نیست، بلکه بخشی از زندگی دیجیتال و اقتصاد آنلاین کشور شده است. میلی در نمایشگاه الکامپ، پیام همیشگی خود را با هزاران بازدیدکننده در میان نهاد. این پیام این است که سرمایه‌گذاری در طلا دیگر محدود به سرمایه‌گذاران بزرگ و حرفه‌ای نیست و هر فرد، حتی با یک میلی گرم نیز می‌تواند سهمی از این بازار دموکراتیک داشته باشد. نمایشگاه الکامپ برای میلی فرصتی برای تأکید بر اهمیت ترکیب هوشمندانه سنت و فناوری و ساختن چشم‌اندازی روشن‌تر برای آینده بازار طلا در زیست‌بوم اقتصاد دیجیتال ایران کشور بود.



مصنوعی متمرکز بود. محصول AaaS که یک سرویس هوش مصنوعی بر پایه‌ی زیرساخت ابری است را در الکامپ رونمایی کردیم که برای دسترس‌پذیری و راحتی بیشتر استفاده از هوش مصنوعی، امکان استفاده‌ی راحت از مدل‌های زبانی عظیم (LLM) را فراهم کرده است.» او همچنین مطرح کرد: «علاوه بر این، امکانات هوش مصنوعی آرون در برخی از محصولات به مخاطبان معرفی شد که به‌شکل دستیار هوشمند یا در قالب یک فیچر مجزا به سید محصولی آرون اضافه شده‌اند. برای نمونه در پلنفرم ویدئوی آرون کلا، امکان تولید خودکار زیرنویس (تبدیل ویدئو به متن) برای ویدئوها به کمک هوش مصنوعی، با دقت بالا و به‌شکل هوشمند فراهم شده است.» شهریزفر با اشاره به مجموعه‌ای از عوامل خارج از کنترل که ممکن است زیرساخت کسب‌وکارها را تهدید کند، درباره راهکارهای ابری مقابله با حادثه توضیح داد. به گفته او، آرون برای آمادگی در قبال انواع حادثه‌ها و بحران‌ها، مجموعه کاملی از راهکارها را در قالب Disaster Recovery Plans آماده و در اختیار مشتریان قرار داده است. زیرساخت یکپارچه‌ی ابر و هوش مصنوعی آرون با امکاناتی مانند نگهداری، پشتیبان‌گیری اطلاعات، بازیابی داده‌ها، کمک به مقابله با حمله‌ها و...، روش‌هایی را برای تداوم کسب‌وکارها در زمان بروز حادثه، ارائه می‌دهد.



نمایش آینده طلا

پلنفرم میلی با حضور در نمایشگاه الکامپ و رونمایی از چند محصول جدید، تجربه ای نواز سرمایه گذاری خرد و تعامل مستقیم با کاربران را رقم زد

نبود، بلکه هرروز با اهدای ۳۵ گرم طلا به کاربران به فضایی پرهیجان تبدیل می‌شد. برای بسیاری از بازدیدکنندگان، این جوایز تنها یک هدیه نبود، بلکه نمادی از توان عملیاتی پلنفرم می بود که گردش مالی آن در هر ساعت بین ۳/۶ تا ۳/۷ میلیارد تومان برآورد می‌شود. این برنامه موجب شد حضور در غرفه میلی نته‌نها برای فعالان حوزه فناوری، بلکه برای خانواده‌ها و بازدیدکنندگان عمومی نیز جذاب باشد. یکی دیگر از بخش‌های پر مخاطب غرفه، ماینیتورهای بزرگی بود که تعداد کاربران میلی را به‌صورت زنده نمایش می‌دادند: ۱۲ میلیون نفر. این عدد تنها یک آمار لحظه‌ای نبود؛ بلکه همراه با اطلاعاتی از ۲۵۲ کیلوگرم طلای تحویل داده‌شده به مشتریان و شبکه ۱۲ شعبه حضوری میلی در کشور ارائه‌شد. در طول چهار روز برپایی نمایشگاه، حدود ۱۰۰ هزار کاربر جدید به خانواده میلی اضافه شدند. باتوجه به اینکه تعداد کاربران در غرفه به‌شکل زنده نمایش داده می‌شد، در پایان چهار روز نمایشگاه، این عدد جدید رسماً به ثبت رسید. این نمایش ترکیبی از «اداه دیجیتال» و «واقعیت فیزیکی» بود و برای بازدیدکنندگان تصویری دقیق از ابعاد فعالیت میلی ترسیم کرد.

از گردونه شانس تا سرمایه گذاری خرد

غرفه میلی در نمایشگاه الکامپ بیست‌وسه‌تم علاوه بر معرفی خدمات، محصولات و سرویس‌ها، به فضایی تعاملی نیز تبدیل شد. بازدیدکنندگان در گردونه شانس شرکت کردند، درباره کوچک‌ترین واحد سرمایه‌گذاری یعنی یک میلی گرم طلا اطلاعات گرفتند و حتی در گفت‌وگوهای مستقیم با تیم مدیریتی، دغدغه‌ها و پرسش‌های خود را مطرح کردند. در طول چهار روز نمایشگاه، گردونه شانس مورد استقبال بسیار زیاد مخاطبان قرار گرفت و بیش از ۱۵۰۰ نفر در این مدت با حضور در غرفه میلی، شانس خود را برای برنده‌شدن طلا امتحان کردند. این رویکرد، الکامپ را به فرصتی برای بازسازی اعتماد عمومی تبدیل کرد؛ اعتمادی که برای ادامه حیات پلنفرم‌های نوپای مالی اهمیت اساسی دارد.

بازسازی اعتماد کاربران به پلنفرم‌های طلا

یکی از نکات مهم حضور میلی در الکامپ، تلاش آشکار این پلنفرم برای عبور از بحران‌های اخیر و بازسازی اعتماد کاربران بود. در غرفه میلی بستری فراهم شده بود که بازدیدکنندگان بتوانند با مدیران و کارکنان میلی گفت‌وگوهای مستقیم و رودررو داشته باشند و هم‌زمان گزارش‌های شفاف و نمایش پشتوانه‌های واقعی ارائه شود. مدیران میلی در چهار روز نمایشگاه به‌شکل تمام‌وقت حاضر بودند و به سوالات پرتعداد کاربران و مخاطبان نمایشگاه درباره حوزه جدید طلای آنلاین و افق پیش‌روی آن پاسخ دادند. همچنین در طول این مدت بیش از ۱۰



مصطفی اکرمی مدیرعامل میلی:

پیش از وقوع جنگ، ذخیره طلای ما قابل توجه بود، اما با شروع جنگ و بسته شدن درگاه‌های پرداخت و عدم دسترسی کاربران، حدود یک سوم از این ذخیره توسط مردم برداشت شد. این خروج دارایی‌ها فقط محدود به ما نبود بلکه بازارهای دیگر مثل بورس و پلنفرم‌های آنلاین نیز با چنین وضعیتی روبه‌رو شدند. پس از فاصله گرفتن از بحران جنگ، بیش از نصف برداشت‌ها دوباره به پلنفرم و ذخایر طلا بازگشته است

گروه فناوری: بیست‌وهشتمین نمایشگاه بین‌المللی الکترونیک، کامپیوتر و تجارت الکترونیک (الکامپ) از سوم تا ششم مهرماه ۱۴۰۴، بعد از چندماه وقفه به‌دلیل جنگ ۱۲ روزه و شرایط کشور برگزار شد. در نمایشگاه امسال که شعار آن «سرمایه‌گذاری هوشمند، توسعه پایدار» بود، ۶۰۰ شرکت داخلی و بین‌المللی حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات حضور داشتند. از جمله این شرکت‌ها میلی بود که در سالن‌های ۸ و ۹ نمایشگاه غرفه داشت؛ پلنفرمی که با ۱۲ میلیون کاربر به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین بازیگران آنلاین طلای آب‌شده شناخته می‌شود و نمایشگاه الکامپ امسال نیز همان‌طور که انتظار می‌رفت در مرکز توجه بازدیدکنندگان، رسانه‌ها و فعالان حوزه فناوری قرار داشت. میلی در الکامپ با ترکیبی از نمایش‌های نمادین، معرفی محصولات تازه، گفت‌وگوهای رودررو با کاربران و حتی برنامه‌های سرگرمی، تلاش کرد تصویری تازه از پیوند سرمایه‌گذاری سنتی با زندگی دیجیتال به نمایش بگذارد.

نمایش شفافیت و رونمایی از کارت هدیه طلا

در غرفه میلی، شمش‌های واقعی طلا چشم هر هگزدری را جلب می‌کردند. این شمش‌ها تنها یک نمایش بصری نبودند؛ برای بسیاری از بازدیدکنندگان، نمادی بودند از پشتوانه ۱۴ ثن طلایی که تاکنون روی بستر این اپلیکیشن معامله شده است. لمس فیزیکی طلا در کنار داده‌های زنده روی ماینیتورها، برای نخستین‌بار پیوند ملموسی میان «دارایی سنتی» و «پلنفرم آنلاین» ایجاد می‌کرد. میلی با این نمایش نمادین، پیامی روشن به بازدیدکنندگان و رسانه‌ها می‌داد که بازار دیجیتال طلا در ایران تنها یک نرم‌افزار روی گوشی‌های هوشمند نیست، بلکه دارای پشتوانه‌ای واقعی، شفاف و قابل لمس است. یکی از محصولات نوآورانه میلی که در الکامپ از آن به‌طور رسمی رونمایی شد، کارت هدیه طلای میلی بود. این محصول امکانی را فراهم می‌کند تا افراد بتوانند طلا را نه فقط برای سرمایه‌گذاری، بلکه برای هدیه‌دادن یا پس‌انداز خرد در زندگی روزمره به کار گیرند. این کارت تنها یک ابزار مالی نیست بلکه نشان‌دهنده ورود طلا به چرخه‌ای جدید از مصرف روزمره است. پشت این کارت هدیه، جامعه‌ای ۱۲ میلیون نفری از کاربران قرار دارد که ماه گذشته بیش از ۲۶۰۰ میلیارد تومان خرید و ۲۷۰۰ میلیارد تومان تنسویه را تجربه کرده‌اند. درواقع میلی با این رونمایی نشان داد که طلا می‌تواند درست مانند سایر ابزارهای مالی مدرن، جای خود را در کیف پول دیجیتال خانواده‌ها باز کند.

اهدای روزانه ۳۵ گرم طلا به کاربران

غرفه میلی در طول نمایشگاه تنها محلی برای گفت‌وگو و آشنایی

به‌عنوان شرکت ارائه‌دهنده محصولات یکپارچه ابر و هوش مصنوعی تقریباً در تمام دوره‌های الکامپ شرکت کرده و در دوره بیست‌وسه‌تم هم یکی از ۵۰۰ شرکت ایرانی حاضر در الکامپ سال ۱۴۰۴ بوده است. از نظر هستی شهریزفر، معمار ارتباطات این شرکت، تفاوت الکامپ ۲۸ نسبت به دوره‌های اخیر که پس از وقفه‌ی سال‌های کرونا برگزار شدند، حضور جدی‌تر و فعالانه‌تر کسب‌وکارها و از طرف دیگر، حضور مخاطبان تخصصی‌تر بود و به اعتقاد او، این دوره از الکامپ به‌نسبت، انتظارات از یک نمایشگاه تخصصی را برآورده کرد و امیدوار است تا این روند، نویدبخش بازگشت الکامپ به روزهای اوج اش باشد.

باین حال، شرکت‌های ایرانی هرساله با وجود همه چالش‌ها، تلاش می‌کنند تا در بزرگ‌ترین رویداد فناوری کشور، حضور موافی داشته باشند. هر یک از این شرکت‌ها اهداف متنوعی، از شبکه‌سازی و معرفی محصولات گرفته تا بازاریابی و فروش، برای حضور در الکامپ دارند. آرون هم با تمرکز بر «استمرار» و «تمرکز بر محصولات و خدمات» در الکامپ ۲۸ شرکت کرد. هستی شهریزفر در این خصوص توضیح داد: «باتوجه به شرایط پیچیده کشور و تحریم‌ها، چیزی که در سال‌های پرفراز و نشیب آرون درک کردیم، «استمرار» و «تمرکز بر محصولات و خدمات» فارغ از