



بازی دو سر باخت فیلترینگ

مهدی اخوان بهابادی، مدیرعامل همراه اول در مجمع عمومی شرکت ارتباطات سیار، روند فعلی فیلترینگ را یک بازی دوسر باخت نامید که برند آن تنها فروشندگان فیلترشکن هستند. به گزارش پیوست، او درباره تأثیرگذاری فیلترینگ بر شبکه این اپراتور گفت: «اولیت اثر، روی کیفیت است. بخش بزرگی از گلایه بحق مشتریان درباره اینترنت، به پیاده سازی سامانه های فیلترینگ مربوط است که گاهی دقیق عمل نمی کنند و در حال پیش هستند و به شدت روی کاهش کیفیت اثر گذاشته است.» اخوان افزود: «اثر دیگر فیلترینگ، روی فراگیر شدن فیلترشکن هاست. در شبکه همراه اول حداقل دوسوم کاربران اینترنت از فیلترشکن استفاده می کنند که این موضوع هم مشکل امنیتی ایجاد می کند، هم زیرساخت های شبکه ما را اشغال می کند.» او ابراز امیدواری کرد، دولت جدید بنا بر وعده ای که در دوران رقابت های انتخاباتی داده شده، در روند فیلترینگ تجدید نظر اساسی کند.



نیر و گاه همجوشی هسته ای آلمن

سم آلمن، مدیرعامل میلیاردر OpenAI، بخش قابل توجهی از ثروت شخصی خودش را در استارتاپ خودش تا سال ۲۰۲۸، برق این غول فناوری را تأمین کرد. سم آلمن نزدیک به یک دهه است که با استارتاپ هلیون همکاری کرده و با بنیان گذاران آن در ارتباط بوده است. مدیرعامل OpenAI پیش تر درباره این شرکت گفته بود: «من واقعاً به این شرکت و فناوری آنها اعتقاد دارم.» او به انرژی پاک علاقه زیادی دارد و در شرکت Oklo که در حوزه انرژی هسته ای فعالیت می کند نیز سرمایه گذاری کرده است.

گزارش یک



پایان عصر تک بازیگری  
رقابت اسنپ-تپسی وارد مرحله جدیدی شد

مصنوعی مقیاس پذیر و زیرساخت فنی و مناسب دانسته بود که به گلرنگ برای دستیابی به اهدافش در اکوسیستم نوآوری کمک می کرد. سیدحسینی هدف از رونمایی از هویت جدید گروه تپسی را ایجاد هم افزایی و دستیابی به مجموعه یکپارچه ای از کسب و کارهایی عنوان کرده بود که گلرنگ طی سال های اخیر روی آنها سرمایه گذاری کرده است. در واقع او یکپارچه سازی کسب و کارهای پلتفرمی زیر چتری واحد را در رسیدن هر چه سریع تر گروه به اهدافش در بازار این کسب و کارها مؤثر دانسته بود. او در این جلسه چشم انداز گلرنگ برای حضورش در اکوسیستم دیجیتال را تا سال ۱۴۱۰ دستیابی به چهار هدف؛ «استفاده از فرصت های موجود در حوزه اقتصاد دیجیتال»، «ارسال سهم درآمدی گروه گلرنگ از اقتصاد دیجیتال به یک پنجم کل درآمد گروه»، «افزایش قدرت انتخاب کاربران» و «افزایش کیفیت ارائه خدمات با ایجاد رقابت» عنوان کرده بود.

غذا، سوپرمارکت، فروشگاه و ارسال بسته است، اما به نظر می رسد با حضور هلدینگ گلرنگ به عنوان یک سرمایه گذار قدرتمند و با پا گرفتن این بخش ها، گسترش خدمات سوپر اپ در دستور کار باشد. سیدحسینی در نشست که با خبرنگاران برگزار شده بود، گفته بود که آنها برنامه ورود به این اکوسیستم را داشته اند، اما برای اینکه میانبر بزنند و سریع تر بتوانند اهداف خود را در اکوسیستم دنبال کنند، به کسب و کاری چون تپسی نیاز داشتند که شبکه ای گسترده از کاربران داشت. به نظر می رسد سرمایه گذاری این هلدینگ صنعتی به شیوه های گوناگون در تپسی، الوپیک، افود، دارتیل، شب، فیلم نت و... تکه های پازلی هستند که قرار است به مرور زمان یک کسب و کار قدرتمند را شکل دهند.

سیدحسینی درباره ورود گلرنگ به این حوزه گفته بود: «پشتیبانی در تأمین، عملیات و تقاضا بخش هایی بود که با جدیت آنها را پیگیری کردیم. سرمایه گذاری در زیرساخت ها، لجستیک و خرید تپسی و الوپیک نیز در همین راستا بود و زنجیره ارزش ما را تکمیل می کرد.» او البته تپسی را دارای ویژگی های خاصی مثل تیم متخصص و قوی، هوش

گروه فناوری بالاخره گمانه زنی هایی که از چند ماه پیش شروع شده بود، رنگ واقعیت گرفت و تپسی به شکل رسمی اعلام کرد به سوپر اپلیکیشن تبدیل می شود. چیزی شبیه به اسنپ که در یک اپلیکیشن می توانید هم سفارش غذا بدهید، هم از سوپرمارکت خرید کنید، هم تاکسی بگیرید و... البته فعلاً خدمات این سوپر اپ به گستردگی رقیب خود نیست، اما به نظر می رسد به مرور زمان تپسی بتواند زنجیره ارزش خود را تکمیل کند.

سوپر اپ وارد می شود

از سال گذشته که خبر رسید هلدینگ گلرنگ افود را راه اندازی کرده و بعدتر هم تپسی را خرید، حدس و گمان هایی شکل گرفت درباره اینکه گلرنگ می خواهد با یک سوپر اپ به رقیب جدی اسنپ تبدیل شود. درستی این حرف ها در جلسه تپسی با خبرنگاران که ۳۱ تیرماه برگزار شد، به تأیید رسید. افود، نام خود را به تپسی فود تغییر داد و به گفته مصطفی سیدحسینی، مدیرعامل تپسی روند ری برند آکالا نیز شروع شده است. فعلاً تمرکز سوپر اپ تپسی روی تکمیل و گسترش خدمات سفارش تاکسی، سفارش

رقیب تا پایان تابستان به تهران می آید به گفته سیدحسینی، به زودی شاهد تغییر برند «افود» به تپسی فود هستیم. کسب و کاری که هر چند فعالیت خود را قرار است از شهر مشهد آغاز کند، اما تا پایان تابستان پایش به تهران هم باز می شود. «دارتیل» هم قرار است خیلی زود و پس از انجام تغییراتی با تبدیل شدن به تپسی شاپ، نقش خود را در تکمیل زنجیره ارزش سوپر اپ تپسی ایفا کند. در ابتدا قرار است سرویس های سفارش غذا و فروشگاه در دسترس بخشی از کاربران قرار گیرند و آکالا نیز پس از آن ری برند شده و به این مجموعه افزوده می شود. هر چند به گفته سیدحسینی، آکالا در حال حاضر لیدر بازار

سنگ اندازی در مسیر معیشت مردم

وجود ۳/۷ میلیون کسب و کار اینستاگرامی به معنای لزوم بازنگری در سیاست های فیلترینگ است



المیرا حسینی  
خبرنگار گروه فناوری

این شرکت در گزارش خود نوشته حدود ۹۰ درصد کسانی که به سبب فیلترینگ اینستاگرام به آن دسترسی نداشته اند، تا زمستان ۱۴۰۲ به این پلتفرم برگشته اند و همچنان اینستاگرام محبوب ترین پلتفرم است که ۴۶ میلیون کاربر ثبت نامی و ۳۱ میلیون کاربر فعال در کشور دارد. بعد از آن، تلگرام با داشتن ۲۴ میلیون کاربر فعال در رتبه دوم قرار می گیرد. این در حالی است که متوسط جهانی شاخص کیفیت اینترنت در سال ۲۰۲۳، ۵۴ درصد بوده و ایران با ۳۹ درصد از همسایه خود، پاکستان نیز در این زمینه عقبتر است. بگذریم از امارات متحده عربی که توانسته شاخص کیفیت اینترنت خود را به ۱۰۰ درصد برساند. در یک کلام می توان گفت، آن همه بگیر و ببند گویا چیزی از ارزش های این پلتفرم کم نکرده و آن همه تبلیغ پلتفرم های داخلی و توزیع رانت هم نتوانسته توجه قاطبه مردم را به خود جلب کند. این اعداد نشان می دهد

به تازگی یکی از شرکت های ایرانی که ابزار Social Listening در اختیار کسب و کارها و سازمان ها قرار می دهد، گزارش سال خود را منتشر کرده و در این گزارش اعلام کرده چیزی در حدود ۳/۷ میلیون کسب و کار فعال در اینستاگرام وجود دارد که ۳۳ درصد در حوزه مد و پوشاک، ۲۵ درصد در بخش زیبایی و سلامت و ۱۲ درصد در حوزه خوراکی ها فعالیت می کنند. همچنین گردش مالی در شبکه های اجتماعی در بخش بازار خرده فروشی را بیش از ۷۰ هزار میلیارد تومان برآورد کرده است.

معیشت حداقل چهار میلیون نفر در کشور با این پلتفرم گره خورده و سایر افراد نیز، هم از این پلتفرم با هر زور و زحمتی که هست استفاده می کنند، هم به مرور زمان به کسب و کارهای روی این بستر اعتماد کرده و از آنها خرید می کنند. البته نباید منکر صفحه هایی شد که به اسم کسب و کار از مردم کلاهبرداری می کنند، اما موضوع آن قدر حاد نیست که افراد را به کلی از خرید کردن به این شکل روی گردان کند. بعضی از این کسب و کارها را یک نفر اداره می کند، اما برخی دیگر به واسطه نوع فعالیت یا بزرگی کسب و کارشان چندین نفر را به خدمت گرفته اند و سنگ اندازی هایی چون فیلترینگ در واقع سنگ اندازی در مسیر معیشت مردم است. تا به وزیر و وکیل موافق فیلترینگ گفته می شود که این وضعیت نابسامانی های فراوانی ایجاد کرده، می گویند به کسب و کارها کمک می کنیم نسخه بومی بسازند. مگر فیلمو نتوانست مخاطب بگیرد؟ مگر «نشان» و «بلد» جای «ویز» را نگرفتند؟ نه به جایگاه این کسب و کارها در زندگی مردم نگاه می کنند، نه به جایگاه رقبایشان و هزینه ای که برای این جایگزینی لازم بوده است. بماند که تصور حاکمیت از «جا افغان» یک کسب و کار در میان مردم با واقعیت ملموس در جامعه فرق می کند. نه به ظرفیت های اقتصادی و جمعیتی کشور نگاه می کنند، نه به پروژه های

گزارش دو



نتفلیکس صنعت بازی را جدی گرفته است

مدیران نتفلیکس در کنفرانس مالی اخیر خود از توسعه ی بیش از ۸۰ بازی خبر دادند. این اطلاعیه در کنار توضیحات استراتژی گیمنگ نتفلیکس ارائه شد. در واقع شرکت مذکور بر سرگرم نگه داشتن کاربران در فاصله زمانی میان انتشار فصل های سریال های مورد علاقه شان تمرکز دارد. به گزارش زومیت، نتفلیکس برای بهبود واحد گیمنگ خود، رویکردی مبتنی بر داده را در پیش گرفته است. آنها با تجزیه و تحلیل موفقیت ها و شکست های انتشار اولیه بازی های خود، بر ایجاد کتابخانه ای قوی تر از بازی ها متمرکز شده اند. تمرکز کلیدی نتفلیکس روی بازی هایی خواهد بود که براساس حقوق مالکیت فکری سریال ها و فیلم های محبوب این شرکت ساخته می شوند. چنین کاری باعث بهره برداری از طرفداران کنونی و ایجاد ارتباط عمیق تر بین سریال ها و فیلم ها با بازی ها می شود. به نظر می رسد نتفلیکس فراتر از پر کردن فاصله زمانی بین انتشار فصل های جدید سریال ها، بازی ها را به عنوان ابزاری قدرتمند برای جذب طرفداران در نظر می گیرد.