

Caspian Today Magazine

امروز کاسپین

سال هجدهم شماره ۴۲

بهار ۱۴۰۳

قیمت: ۵۰۰۰ تومان

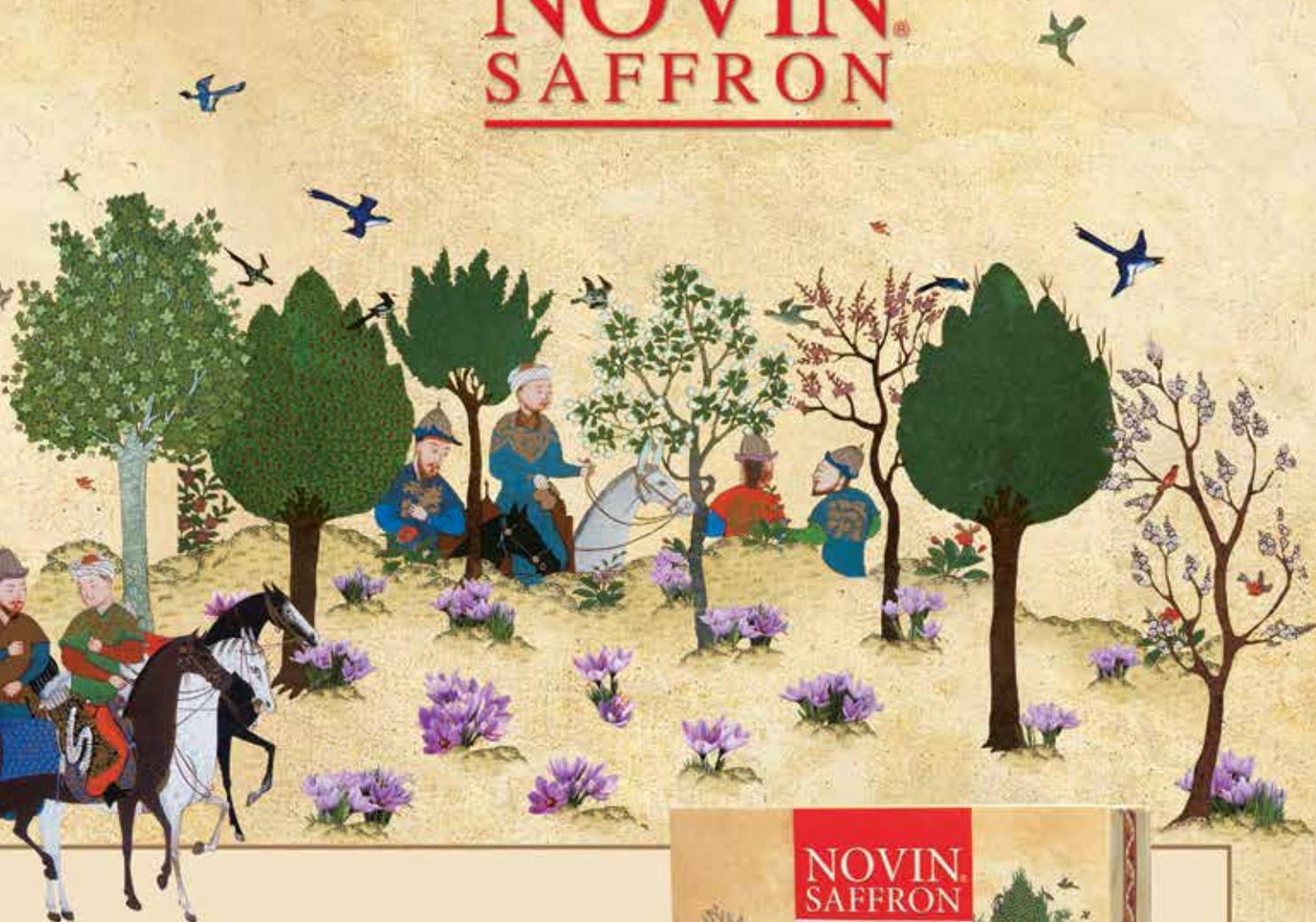
چشم انداز

بازار گردشگری

در ۱۴۰۳

- ◀ وضعیت صنعت گردشگری در سال ۲۰۲۴
- ◀ چشم انداز تولید صنعتی جهان تا ۲۰۲۶
- ◀ ریسک‌های کسب و کار ایران در ۱۴۰۳
- ◀ پشت پرده فعالیت همستر کامبت
- ◀ هوش مصنوعی و اقتصاد جهانی

NOVIN SAFFRON



کارخانه: مشهد، شهرک صنعتی توس، نیش اندیشه ۶، پردیس نوین زعفران

تلفن: ۰۵۱-۳۲۲۵۲۱۴۷ فکس: ۰۵۱-۳۲۲۵۵۲۲۶

دفتر خدمات مشتریان تهران: اتوبان شهید چمران، پارک وی، خیابان جوانان، ابتدای خیابان ب بلاک ۱، طبقه سوم، واحد ۷

تلفن: ۲۲۰۱۵۸۰۰-۲۲۰۱۱۷۰۰-۲۲۰۱۱۸۰۰





Caspian Today Magazine

امروز
کاسپین

شماره ۴۲ - بهار ۱۴۰۳

- ۲ یادداشت / سهم ایران از سفرهای جهان و خاورمیانه
۳ وضعیت صنعت گردشگری در سال ۲۰۲۴
۶ چشم انداز بازار گردشگری در ۱۴۰۳
۹ کرونا ۴ هزار و ۲۰۰ میلیارد دلار به گردشگری جهان خسارت زد
۱۳ چشم انداز تولید صنعتی جهان تا ۲۰۲۶



- ۱۶ بزرگترین چالش های تجاری کسب و کارها در سال های آتی
۱۸ سرنوشت اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۴
۲۰ ریسک های کسب و کار ایران در ۱۴۰۳
۲۳ ملزومات کاربرد هوش مصنوعی در اقتصاد ایران
۲۵ معجزه ابزارهای هوش مصنوعی
۳۴ هوش مصنوعی و اقتصاد جهانی
۳۶ بیست ابر تر و تمند جهان چهار تباطی بافعالیت های خیره دارند؟
۴۱ پشت پرده فعالیت همستر کامبت

صاحب امتیاز و مدیر مسول:
مهندس حمیدرضا شوشتریان

سردبیر:
مهندس حسین کوهزاد

شماره ثبت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ۷۳۶۲۱
زیر نظر شورای نویسندگان

طراحی و صفحه آرایی: هدی امیر

واحد بازرگانی:
جلیل فروتن راد
تلفکس: ۰۵۱-۳۸۴۴۳۰۷۴
سامانه پیام کوتاه: ۳۰۰۰۶۹۷۷۰۵

نشانی:
نشانی: مشهد - خیابان فلسطین
فلسطین ۱ - ساختمان سروش
طبقه تحتانی
تلفن: ۰۵۱-۳۸۴۱۹۸۸۸
تهران - شریعتی - خیابان دستگردی
پلاک ۷۴ - طبقه دوم - واحد ۳
تلفن: ۰۲۱-۲۲۲۲۰۹۶۱
دورنگار: ۰۲۱-۲۲۲۶۹۰۳۲

www.caspianemrooz.ir
info@caspianemrooz.ir

سهم ایران از سفرهای جهان و خاور میانه

حسین کوهزاد

طبق سند ۲۰ ساله باید تا پایان امسال ۲۰ میلیون گردشگر ورودی می داشتیم، اما علاوه بر اروپایی ها، چینی ها و روس ها هم از سفر به ایران منصرف شدند و طبق آخرین گزارشی که سازمان جهانی گردشگری منتشر کرده، حداقل ۹ کشور جهان در سه ماه ابتدای ۲۰۲۴ افزایش ورود گردشگر داشته اند که ایران بین این کشورها نیست.

جای خالی ایران در گزارش جدید سازمان جهانی گردشگری در حالی است که طبق هدف گذاری سند چشم انداز ۲۰ ساله گردشگری که دی ۱۳۸۳ تصویب شد ۴ دوره در فاصله سال های ۱۳۸۴ تا ۱۴۰۴ تعیین شده بود و برای هر دوره، میزان جذب گردشگر خارجی و میزان درآمدزایی از محل ورود گردشگران هم مشخص بود. چنان که قرار بود در فاصله سال ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۸، تعداد گردشگران خارجی ورودی به کشور بارش ۳۰ درصدی به ۲.۶ میلیون نفر (۲ میلیون و ۶۰۰ هزار نفر) در فاصله سال های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳ بارش ۲۰ درصدی به ۶.۵ میلیون نفر (۶ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر) در فاصله سال های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸ بارش ۱۵ درصدی به ۱۳ میلیون نفر و در فاصله سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۳ بارش ۱۰ درصدی به ۲۰ میلیون نفر برسد!

وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در گزارشی، با استناد به داده های سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) در سال ۲۰۲۲ اعلام کرد که ورود گردشگران خارجی به ایران در آن رشد قابل توجهی داشته است. در این سال ۴/۱ میلیون سفر توسط گردشگران خارجی به مقصد ایران انجام شده است که این رقم نسبت به سال قبل از آن ۳۱۵ درصد رشد داشته، یعنی بیش از چهار برابر شده است. با وجود این، سهم ایران از جذب گردشگران خارجی همچنان اندک است و تنها ۰/۴ درصد از کل سفرهای گردشگری خارجی در سال ۲۰۲۲ به مقصد ایران انجام شده است. رشد ۳۱۵ درصدی ورود گردشگران خارجی به ایران در سال ۲۰۲۲ در حالی ثبت شده است، که سال ۲۰۲۰ با شیوع کرونا شاهد افت ۸۳ درصدی و در سال ۲۰۲۱ نیز شاهد افت حدود ۳۰ درصدی ورود گردشگران خارجی به ایران بودیم. این در حالی است که کل سفرهای گردشگری خارجی به مقصد خاورمیانه در سال ۲۰۲۲ نیز بالغ بر ۶۶ میلیون سفر بوده است که این رقم بارش ۱۶۳ درصدی نسبت به سال قبل از آن مواجه و سهم ایران از کل گردشگران خارجی ورودی به این منطقه حدود ۶ درصد برآورد شده است. ایران جاذبه گردشگری کم ندارد، از آثار تاریخی اصفهان و شیراز گرفته که می توانند گردشگران تاریخی را به ایران بکشانند، تا مشهد که مقصد خوبی برای گردشگری مذهبی است و البته دریا و صحرا و کویر که می توانند پای بسیاری از گردشگران خارجی را به ایران باز کنند، اما با توجه به شواهد و آمارها گوی رقابت مدت ها است که به کشورهای همسایه و منطقه داده شده و حالا آن ها هستند که درآمدهای نجومی گردشگری را سهم خودشان می کنند، عدم موفقیتی که مهمترین مسئله تعامل با کشورهای جهان است.



وضعیت صنعت گردشگری در سال ۲۰۲۴

و همچنین مقاصد کوچک و نوظهور نشان می‌دهد که در مقایسه با سال ۲۰۱۹ یعنی سال قبل از کرونا، رشد دورقمی در ورودی‌های بین‌المللی در سال ۲۰۲۳ ثبت شده است. چهار منطقه فرعی اروپای مدیترانه جنوبی، دریای کارائیب، آمریکای مرکزی و شمال آفریقا از سطح ورود خود در سال ۲۰۱۹ فراتر رفته‌اند.

گردشگری در سالی که گذشت

داده‌های سازمان جهانی گردشگری نشان می‌دهد که توریسم بین‌المللی تنها ۱۲ درصد تا رسیدن به سطح ۲۰۱۹ فاصله دارد و توانست در سال ۲۰۲۳ حدود ۱,۲۸ میلیارد گردشگر را در سراسر جهان ثبت کند که این آمار حاکی از افزایش ۳۲ درصدی نسبت به سال ۲۰۲۲ است که به این ترتیب حدود ۳۲۵ میلیون گردشگر به بازار توریسم جهانی افزوده شد. اوج قدرت ۲۰۲۳ را می‌توان در ماه‌های ژوئیه، سپتامبر و اکتبر نشان داد که تعداد ورودی‌ها به ۹۲ درصد از سطح سال ۲۰۱۹ رسید. همچنین ماه‌های تابستانی نیمکره شمالی ژوئن، ژوئیه و اوت یک سوم کل ورودی‌های ثبت شده در سال ۲۰۲۳ را به خود اختصاص داده است. جهان این بهبودی خود را بیش از هر چیزی مدیون عملکرد بسیار قوی خاورمیانه می‌داند که توانست ۲۲ درصد قوی‌تر از سطح ۲۰۱۹ عمل کند. این بهبودی و جهش چشمگیر ناشی از عملکرد بسیار قوی چند مقصد همچون قطر با رشد ۹۰ درصدی و عربستان با رشد ۵۶ درصدی است.

پس از آن اروپا مانند همه سال‌های گذشته بالاترین میزان توریست بین‌المللی را به خود اختصاص داد و توانست به ۹۴ درصد از سطح پیشاکرنا برسد. طبق گزارش دفتر ملی سفر و گردشگری ایالات متحده (NTTO)، سفر از ایالات متحده به اروپا تا اکتبر (در مقایسه با سال ۲۰۲۲) ۲۹ درصد رشد داشته است که ۲۱ درصد از کل سفرهای خارجی ایالات متحده را تشکیل می‌دهد. اروپا از فصل تابستانی قوی برخوردار بود. برخی از قوی‌ترین نتایج در اروپا توسط آلبانی گزارش شده است که در ژانویه تا نوامبر ۲۰۲۳ حدود ۴۹ درصد بیشتر از ماه‌های مشابه سال ۲۰۱۹ گردشگر به این مقصد وارد شده است. همچنین، ترکیه تا ماه نوامبر ۷ درصد و یونان ۴ درصد تا اکتبر رشد داشته‌اند. مقاصد برتر جهانی همچون فرانسه و اسپانیا نیز توانستند خود را به سطح ۲۰۱۹ برسانند و اسپانیا حتی با یک درصد رشد از ۲۰۱۹ فراتر برود. پس از آن آفریقا با رسیدن به سطح ۹۶ درصدی در

درآمدهای بازار جهانی گردشگری در سال ۲۰۲۳ حتی از تعداد توریست‌های بین‌المللی نیز بهتر عمل کرده و توانسته بیش از هر زمانی به سطح پیش از کرونا نزدیک شود. این تسریع در روند بهبودی درآمد و بازگشت گردشگران به مقاصد جهانی، رشد ۲ درصدی نسبت به سطح ۲۰۱۹ را برای چشم‌انداز ۲۰۲۴ نشان می‌دهد. سازمان جهانی گردشگری در جدیدترین گزارش خود از آمارهای ارائه شده در بخش توریسم بین‌الملل، اذعان دارد که پس از سال قدرتمند ۲۰۲۳، گردشگری بین‌المللی به‌خوبی در مسیر بازگشت به سطح قبل از همه‌گیری در سال ۲۰۲۴ قرار گرفته است. بر اساس اولین سنجش جهانی گردشگری در سال جدید میلادی، گردشگری بین‌المللی توانست در سال ۲۰۲۳ به ۸۸ درصد سطح قبل از همه‌گیری برسد و با حدود ۱.۳ میلیارد توریست ورودی بین‌المللی سال را به پایان برساند.

انتظار می‌رود با آزادسازی هرچه بیشتر تقاضاهای متوقف شده، افزایش اتصال هوایی و بهبود قوی‌تر بازارها به‌ویژه در مقاصد آسیایی، بهبودی کامل توریسم تا پایان ۲۰۲۴ تحقق یابد. داده‌های موجود چند مقصد، از جمله مقاصد بزرگ، ثابت



(۴۰ درصد)، کلمبیا (۳۳ درصد) و آندورا (۳۱ درصد) اشاره کرد. همچنین جمهوری دومینیک (۲۴ درصد) و تانزانیا (۲۰ درصد) نیز در سال گذشته از رشد قابل توجهی برخوردار بودند. در کنار تعداد رشد تعداد ورودی‌های بین‌المللی، درآمد حاصل از گردشگری نیز توانست حتی از رشد ورودی‌های گردشگری پیشی بگیرد و تنها ۷ درصد کمتر از سطح پیش از کرونا در سال ۲۰۱۹ باشد. بر اساس برآوردهای اولیه، درآمدهای بین‌المللی گردشگری در سال ۲۰۲۳ به حدود ۱,۴ تریلیون دلار رسید که حدود ۹۳ درصد از ۱,۵ تریلیون دلاری است که مقصدها در سال ۲۰۱۹ به دست آورده‌اند.

همچنین کل درآمدهای صادراتی حاصل از گردشگری (شامل حمل‌ونقل مسافر) در سال ۲۰۲۳ حدود ۱,۶ تریلیون دلار برآورد شده است که تقریباً ۹۵ درصد از ۱,۷ تریلیون دلار ثبت‌شده در سال ۲۰۱۹ است. سازمان جهانی گردشگری، بر اساس برآوردهای موقت، تولید ناخالص داخلی مستقیم گردشگری (TDGDP) در سال ۲۰۲۳ را حدود ۳,۳ تریلیون دلار برآورد کرد که این رقم نشان می‌دهد صنعت توریسم مشابه مقادیر سال ۲۰۱۹ حدود ۳ درصد از تولید ناخالص داخلی جهانی را به خود اختصاص داده است که این امر ناشی از سفرهای داخلی و بین‌المللی قوی است. داده‌های موجود تا اکتبر، نوامبر یا دسامبر ۲۰۲۳ مجموعاً ۴۰ مقصد جهانی را نشان می‌دهد که از جمله مقاصد بزرگ و کوچک‌تر، از جمله چند جزیره بازدیدکنندگان قبل از همه‌گیری را بازیابی می‌کنند. این کشورها ۲۳ درصد از ورودی‌های بین‌المللی جهان (از سال ۲۰۱۹) را تشکیل می‌دهند.

چشم‌انداز ۲۰۲۴ از نگاه UNWTO

انتظار می‌رود پس از بازگشت قوی در سال ۲۰۲۳، گردشگری بین‌المللی در سال ۲۰۲۴ سطوح قبل از همه‌گیری را بازیابی کند و برآوردهای اولیه حاکی از رشد ۲ درصدی بالاتر از سطح سال ۲۰۱۹ است. این پیش‌بینی مرکزی UNWTO همچنان تابع سرعت بهبود در آسیا و تکامل چالش‌های اقتصادی و ژئوپلیتیکی موجود است. چشم‌انداز مثبت این بخش در آخرین نظرسنجی شاخص اطمینان سازمان جهانی گردشگری منعکس شده است، به طوری که ۶۷ درصد از متخصصان گردشگری چشم‌انداز بهتر یا بسیار بهتری را برای سال ۲۰۲۴ نسبت به سال ۲۰۲۳ نشان می‌دهند. حدود ۲۸ درصد انتظار عملکرد مشابه سال ۲۰۲۳ را دارند، در حالی که تنها ۶ درصد انتظار دارند عملکرد گردشگری در سال ۲۰۲۴ کمتر از سال گذشته باشد.

باتوجه به اینکه هنوز فضای قابل توجهی برای بهبود در سراسر آسیا وجود دارد. انتظار می‌رود بازگشایی اخیر چند بازار مبدأ و مقصد، بهبود را در منطقه و در سطح جهانی تقویت کند. برآوردها نشان می‌دهد، بهبود گردشگری خروجی و ورودی چین در سال ۲۰۲۴ به دلیل تسهیل ویزا و بهبود ظرفیت هوایی تسریع شود. چین به شهروندان

سال ۲۰۲۳ توانست بازدیدکنندگان خود را به سطح قبل از همه‌گیری بازیابی کند که این امر ناشی از تقاضای قوی از بازارهای اروپایی است. ورود به قاره آمریکا در سال ۲۰۲۳ نیز به ۹۰ درصد از سطح سال ۲۰۱۹ رسید که این امر با حمایت از تقاضای قوی درون‌منطقه‌ای همراه بود.

آسیا و اقیانوسیه با بهبود تدریجی از آغاز سال ۲۰۲۳ به دنبال بازگشایی چند بازار و مقصد، به ۶۵ درصد از سطوح قبل از همه‌گیری رسیده‌اند. با این حال، عملکرد این منطقه در میان مناطق مختلف متفاوت بود، به طوری که آسیای جنوبی ۸۷ درصد و آسیای شمال شرقی ۵۵ درصد از سطوح قبل از همه‌گیری را بازیابی کرد. آسیای جنوبی به دلیل تقاضای قوی از سوی بازارهای منبع اروپایی، که نزدیک تر هستند، عملکرد بهتری از سایر زیرمنطقه‌های آسیایی داشت. در میان بهترین عملکردها در آسیا و اقیانوسیه، مالدیو (۱۰ درصد) و فیجی (۳ درصد) بودند که در ماه‌های منتهی به نوامبر ۲۰۲۳ سطح سال ۲۰۱۹ را بهبود دادند. این گزارش نشان می‌دهد که بسیاری از مقاصد ورود و دریافتی بسیار بالاتری از سطح قبل از همه‌گیری در سال ۲۰۲۳ ثبت کرده‌اند.

داده‌های موجود برای ۱۰ تا ۱۲ ماه اول سال ۲۰۲۳ چند مقصد رشد دورقمی در ورودی‌های بین‌المللی را گزارش می‌دهند (در مقایسه با سال ۲۰۱۹)، که می‌توان به قطر (۹۰ درصد)، عربستان سعودی (۵۶ درصد)، آلبانی (۵۳ درصد)، السالوادور



برآوردها حاکی از آن است که اروپا در سال ۲۰۲۴ دوباره نتایج را به دست آورد. سفرهای قوی از ایالات متحده، با پشتوانه دلار قوی این کشور، همچنان برای مقاصد در قاره آمریکا و فراتر از آن مفید خواهد بود. مانند سال ۲۰۲۳، بازارهای منبع قوی در اروپا، آمریکا و خاورمیانه همچنان به جریان‌ها و هزینه‌های گردشگری در سراسر جهان دامن می‌زنند.

اما در کنار چشم‌انداز روشن و مثبت از ۲۰۲۴، چالش‌هایی نیز پیش روی صنعت گردشگری وجود خواهد داشت. باد مخالف اقتصادی و ژئوپلیتیکی همچنان چالش‌های مهمی را برای بهبود پایدار گردشگری بین‌المللی و سطوح اعتماد ایجاد می‌کند. تداوم تورم، نرخ‌های بهره بالا، نوسانات قیمت‌های نفت و اختلال در تجارت می‌تواند همچنان بر هزینه‌های حمل‌ونقل و اقامت در سال ۲۰۲۴ تاثیر بگذارد. در مقابل این پس‌زمینه، انتظار می‌رود گردشگران به طور فزاینده‌ای به دنبال ارزش برای پول باشند و در پاسخ به افزایش قیمت‌ها و چالش‌های اقتصادی کلی، به سفرهای نزدیک‌تر به مبدأ بروند.

علاوه بر این، کمبود کارکنان همچنان یک مساله حیاتی است، زیرا کسب‌وکارهای گردشگری برای مقابله با تقاضای سفر با کمبود نیروی کار مواجه هستند. جنگ غزه عاملی است که باید در رابطه با اختلال احتمالی سفر در خاورمیانه و همچنین تاثیرات منفی بر اعتماد مسافران در سطح جهان مورد توجه قرار گیرد. اسرائیل در دسامبر ۲۰۲۳ در مقایسه با دسامبر ۲۰۲۲ حدود ۸۰ درصد و در مقایسه با سال ۲۰۱۹ کاهش ۸۰ درصدی در ورودی‌های بین‌المللی داشته است. همچنین، عدم قطعیت ناشی از ادامه حمله روسیه به اوکراین و سایر تنش‌های ژئوپلیتیکی فزاینده، همچنان بر اعتماد مسافران تاثیر می‌گذارد. اما در مجموع، شیوه‌های پایدار و سازگاری نقش فزاینده‌ای در مقصد و انتخاب مصرف‌کننده در سال ۲۰۲۴ خواهد داشت.

فرانسه، آلمان، ایتالیا، هلند، اسپانیا و مالزی به مدت یک سال از دسامبر ۲۰۲۳ تا ۳۰ نوامبر ۲۰۲۴ سفر بدون ویزا اعطا می‌کند. طبق داده‌های Trip.com، رزرو سفرهای ورودی از بازارهای مختلف برای جشنواره بهار (۱۷ تا ۱۰ فوریه ۲۰۲۴) نسبت به سال ۲۰۲۳ افزایش یافته است.

از نظر سفرهای خروجی، مسافران چینی به دنبال مقاصد کوتاه‌مدت هستند، زیرا در منطقه آسیا و اقیانوسیه، به‌ویژه در کشورهایی مانند سنگاپور، تایلند و مالزی شرایط ویزا انعطاف‌پذیرتر است. Trip.com نشان می‌دهد که رزرو برای سفرهای خروجی در طول جشنواره بهار ۲۰۲۴ (۱۷ تا ۱۰ فوریه) به‌ویژه در آسیای جنوب شرقی، ژاپن و جمهوری کره، ۱۰ برابر شده است. اقدامات تسهیل‌کننده ویزا و سفر همچنین می‌تواند سفر به خاورمیانه و آفریقا و داخل آن را ارتقا دهد. کشورهای شورای همکاری خلیج فارس (GCC) قرار است ویزای توریستی یکپارچه مشابه ویزای شینگن در اروپا را اجرا کنند، در حالی که کنیا و رواندا اقداماتی را برای تسهیل سفرهای داخل آفریقا ارائه کرده‌اند.



چشم‌انداز بازار گردشگری در ۱۴۰۳

رشد اقتصادی و افزایش تورم دانست که با پایین آوردن سطح معیشت خانوارها، سفرها را به سمت گردشگری فقیرانه پیش برده است.

مانع دوم را باید بر مبنای سبقت کمیت بر کیفیت سفرها دانست. این در حالی است که عیار گردشگری بر مبنای کیفیت سفر سنجیده می‌شود و تنها رشد کمی نمی‌تواند معیار این سنجش قرار گیرد و سومین مانع رونق گردشگری را باید در نوسانات نرخ دلار دانست که اگرچه این موضوع منجر به سفر ارزان‌تر برای گردشگران بین‌المللی می‌شود اما در مقابل، منجر به افزایش هزینه‌ها برای گردشگران داخلی شده و امکان سفر با کیفیت مطابق استانداردهای جهانی را نه تنها کاهش می‌دهد بلکه سفرها را به سمت گردشگری فقیرانه و چادر سفر پیش می‌برد.

ادامه روند گردشگری فقیرانه

اگرچه آمارها نشان از افزایش چشمگیر تردد خودرورها در سفرهای بین‌استانی می‌دهد اما با توجه به کاهش اقامت در مراکز رسمی و حتی غیررسمی چه هتل‌ها و چه بوم‌گردی‌ها و دیگر مراکز اقامتی باید گفت که سفرها به سمت سفرهای خانوادگی و فامیلی و اقامت در خانه اقوام و آشنایان پیش رفته است و بیشترین حجم سفرها به دیدار خانوادگی و دوستانه اختصاص داشته است. این موضوع یکی از مهم‌ترین دلایل استقبال پایین از مراکز اقامتی رسمی و غیررسمی بوده است.

البته مهم‌تر از آن، عمده دلیل را باید در بالا بودن بیش از حد هزینه سفر و پایین آمدن توان مالی خانوارها دانست که امکان سفر مانند گذشته را ندارند و سفرهای نوروزی خود را به دیدار اقوام و ماندن در خانه اقوام و آشنایان محدود کرده‌اند. یا برخی سفرهای کوتاه یک‌روزه یا نهایت سه‌روزه و کمپ یا چادرزنی را به جای اقامت در مراکز اقامتی انتخاب می‌کنند. در این سفرهای فامیلی فرصتی هم برای بازدید از مکان‌های تفریحی و گردشگری در مقصد فراهم می‌شود. همچنین با توجه به بالا بودن هزینه سفرها در شهرها و روستاها، شکل سفرها مانند آنچه در جهان اتفاق افتاده، بیشتر به سمت طبیعت‌گردی و کمپ‌زدن در طبیعت پیش رفته است.

البته ادامه روند افزایش قیمت‌ها هزینه‌های سفر را نیز بالا می‌برد، که می‌تواند چشم‌انداز گردشگری ایران را حداقل در بعد گردشگری داخلی با ادامه روند گردشگری فقیرانه همراه کند. بر اساس مشاهدات صورت گرفته قیمت برخی از مراکز اقامتی در مقاصد جنوبی کشور حتی به ۲۰ میلیون و بیشتر رسید و دیگر مراکز اقامتی نیز رشد چندبرابری قیمت در ایام نوروز را نشان می‌دهند. این افزایش قیمت می‌تواند در چشم‌انداز یکساله ایران تأثیرات منفی گسترده داشته باشد و گردشگری کشور بیش از پیش به سمت گردشگری فقیرانه یا همان «چادر سفر» پیش برود. این امر بحران جدی در فعالیت فعالان و مشاغل این صنعت ایجاد خواهد کرد، زیرا باز دست دادن مسافران دیگر امکان ادامه فعالیت در این حوزه را نخواهند داشت.

اگرچه سفرهای تعطیلات نوروز یکی از مهم‌ترین معیارها برای روند سفر در طول یک سال است، زیرا بیشترین میزان حجم سفر در این دوره اتفاق می‌افتد اما با توجه به تعطیلات مناسبی پراکنده در طول سال و تغییر نوع سفرها طی ۳ سال اخیر به ویژه پس از کرونا، دیگر نمی‌توان فقط بر مبنای سفرهای نوروزی چشم‌انداز یک سال آینده گردشگری را بررسی کرد. با توجه به چالش‌هایی که صنعت گردشگری با آن مواجه است، بازار گردشگری ممکن است با فراز و فرودهایی همراه شود که از مهم‌ترین این چالش‌ها می‌توان به افزایش تورم، کاهش رشد اقتصادی، پایین آمدن سطح معیشت زندگی خانوارها، تنش‌های ژئوپلیتیک منطقه‌ای و بین‌المللی، افزایش تحریم‌ها، پیروزی ترامپ در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا و تغییرات اقلیمی اشاره کرد.

سه مانع رونق سفر

برای بررسی چشم‌انداز گردشگری ایران در سال ۱۴۰۳ باید ضمن ارزیابی سفرهای نوروزی، روند سفرها و بازار گردشگری طی چند سال اخیر به ویژه سه سال پس از کرونا را مورد توجه قرار داد. بر اساس سفرهای نوروزی و روند سفرها طی ۳ سال گذشته، باید گفت که سه مانع اصلی بر سر راه رونق گردشگری قرار داشته است که می‌تواند این بازار را در سال جاری تحت تأثیر قرار دهد. اولین مانع رونق سفرها را باید در کاهش

اولین مانع رونق سفرها را باید در کاهش رشد اقتصادی و افزایش تورم دانست که با پایین آوردن سطح معیشت خانوارها، سفرها را به سمت گردشگری فقیرانه پیش برده است.

اگرچه نوسانات نرخ ارز فرصت مناسبی را برای گردشگران خارجی برای سفرهای ارزان فراهم می کند این امر برای گردشگران داخلی کاملاً معکوس بوده و منجر به جهش چشمگیر هزینه های سفر و گرانی فراتر از انتظار مسافران شده است که امکان سفر را برای بسیاری از گردشگران سخت کرده است. میزان هزینه در برخی از مقاصد برند آنچنان افزایش یافته و گران شده که سفر به کشورهای اطراف ارزان تر از سفر به مقاصد داخلی است و همین امر منجر به تحریک بیشتر افراد به سفرهای خارجی به منظور کاهش هزینه های سفر به جای سفرهای داخلی شده است. رشد اقتصادی و کاهش تورم دو عامل مهم و محرک اصلی خانوارها برای سفر و گردشگری است و در صورتی صنعت گردشگری می تواند از افزایش گردشگران و مسافران منتفع شود که رشد اقتصادی و کاهش تورم در زندگی و معیشت و سطح درآمدی خانوارها به صورت عینی و عملی مشاهده شود و تنها محدود به آمارها و ارقام نوشته یا گفته شده نباشد.

یکی از موضوعاتی که می تواند گردشگری را در سال جاری تحت الشعاع خود قرار دهد، تبدیل شدن سفرهای طولانی به سفرهای کوتاه مدت است. آمارهای ارائه شده از سوی مرکز آمار ایران در سال گذشته نشان می دهد که نزدیک به ۶۰ درصد از سفرهای ثبت شده بدون اقامت شبانه بوده است. کوتاه شدن مدت اقامت در مراکز اقامتی به ویژه هتل ها و حتی اقامتگاه های بوم گردی می تواند نشان دهد که دیگر تعطیلات طولانی نقشی در سفرهای طولانی و اقامت های طولانی نخواهد داشت. علت طولانی بودن اقامت برخی از مسافران نوروزی را باید به دلیل اقامت در خانه اقوام یا آشنایان دانست نه بر اساس نرم استاندارد گردشگری و اقامت در

مراکز اقامتی.

این در حالی است که افزایش تسهیلات و ایجاد شرایط سفر در استطاعت برای تمامی اقشار جامعه و وعده سفرهای ارزان نقشه راه گردشگری عنوان شد که اقشار ضعیف جامعه هم امکان سفر برایشان فراهم شود و ۴۰ درصدی که در سال ۱۴۰۰ امکان سفر نداشتند فرصتی برای سفرهای داخلی به دست آورند. البته پارامتر مهم دیگری که می توان در سفرهای نوروزی در نظر گرفت، همزمانی نوروز با ماه رمضان تاثیر مستقیمی بر محدود شدن سفرها به زادگاه ها و دیدارهای فامیلی داشت و بخش بسیاری از مسافران سفرهای سال جدید خود را به تعطیلات عید فطر موقوف کرده اند که این امر نشان می دهد، سفرها در تعطیلات عید فطر می تواند به مراتب بیشتر از تعطیلات نوروز باشد.

تغییر مقاصد اصلی سفر

از سال ۱۴۰۰ با ورود رسمی به عصر پسا کرونا، تغییری جدی در انتخاب مقاصد سفرهای نوروزی ایجاد شد و دیگر مناطق شمالی کشور یکه تاز مقاصد گردشگری نوروزی به شمار نمی رود و مقاصد جنوب و گرمسیر و حتی کویرها سهم قابل توجهی از مسافران نوروزی را به خود اختصاص داده اند و طی سه سال اخیر عمده سفرهای نوروزی به ویژه در هفته اول نوروز به سمت استان های جنوب کشور بوده است. مقاصد گردشگری فارس و هرمزگان و پس از آن بوشهر و خوزستان سهم قابل توجهی از مسافران نوروزی را به خود اختصاص داده اند. اگرچه هنوز آمار رسمی از سوی مراکز آمار کشور مبنی بر تعداد بالای مسافران و پربازدیدترین مقاصد اعلام نشده است، اما مشاهدات عینی و میدانی نشان می دهد که تعداد مسافران و گردشگران به استان های شمالی کشور حداقل در نیمه اول تعطیلات نوروز کمتر از سال های گذشته بوده است که شاید عمده دلیل آن را باید در برودت هوا و بارندگی طولانی یک هفته ای در این استان ها دانست که این امر حتی از میزان اقامت به سبک چادر در خیابان ها کاست و شمال کشور کمتر شاهد چادرزنی در هر مسیر و معبر در شهرها و روستاها بوده است. این در حالی است که در تابستان سال گذشته به دلیل پایین آمدن سطح درآمدی و معیشت خانوارها و نبود مراکز اقامتی و خدمات کافی پدیده «چادر سفر» به شکل فراگیر گسترش یافت و شهرها و روستاهای شمالی با این پدیده زشت که شاید بتوان نامش را گردشگری فقیرانه گذاشت، مواجه بوده اند.

این در حالی است که وزیر گردشگری از همان ابتدا، وعده سفرهای در استطاعت و ارزان را که امکان سفر برای همه فراهم شود، داده بود. اما در مقابل شاهد سفرهای حقیرانه بودیم که ضربه سنگینی به صنعت گردشگری وارد کرده و مردم را در شرایط سخت قرار داده است. چرا که به دلیل کمبود خدمات و امکانات لازم، چادرها در هر نقطه ای از مقاصد گردشگری مستقر شد و هیچ چارچوب خاصی در جهت حفاظت از محیط زیست، جمع آوری زباله ها و فرهنگ و آداب سفر تعریف نشده است.

البته، در نوروز ۱۴۰۳، شمال کشور کمتر شاهد این پدیده بود که دلیل اصلی آن را نباید در افزایش خدمات گردشگری یا ارزان تر شدن مراکز اقامتی یا افزایش سطح درآمدی افراد دانست بلکه صرفاً سرد بودن بیش از حد هوا در ۱۰ روز اول تعطیلات عامل اصلی این اتفاق بود. این در حالی است که بر اساس مشاهدات صورت گرفته جنوب کشور بیش از دیگر مقاصد مورد استقبال قرار گرفت که این امر را می توان ناشی از آب و هوای مناسب این منطقه در این فصل گردشگری دانست که پیک مسافران نوروزی را می توان در این منطقه مشاهده کرد. به همان اندازه که میزان چادرزنی مسافران در شمال کاهش یافت در مقاصد گردشگری جنوب همچون خوزستان، هرمزگان و بوشهر افزایش چشمگیری داشت و چادرهای مسافران تقریباً در اکثر مناطق و بخش های این مقاصد به پا شد. در مقابل مانند دیگر پیک های سفری، اقامتگاه ها سهم کمی در مقایسه با حجم عظیم مسافران داشتند. زیرا هزینه های چشمگیر اقامتی امکان سفر با کیفیت و استاندارد گردشگری را از مسافران گرفته و سفرهای بدون اقامت در مراکز اقامتی را کاهش و سفرهای اقامت در چادر را افزایش داده است.



نبودن زیرساخت‌های لازم در بیشتر مقاصد گردشگری در عید ۱۴۰۱ افزایش یافت که این میزان پس از بازگشت ناگهانی سفرها پس از دو سال بیش از گذشته قابل مشاهده بود.

با توجه به اینکه تنها یک بار در طول سال فرصت سفر به مناطق دیگر وجود دارد، سفرهای تهاجمی، آماده نبودن زیرساخت‌های گردشگری و کمبود مراکز در عید ۱۴۰۱ چشمگیر بود که منجر به نارضایتی مسافران از مقاصد گردشگری شد. در باقی ایام سال به دلیل نداشتن تعطیلات آخر هفته و پراکندگی تعطیلات مناسبتی در طول سال امکان سفر و گردشگری برایشان فراهم نیست و هر ساله شاهد سفرهای تهاجمی، کمبود امکانات و ارائه خدمات با کیفیت هستیم که این امر هر ساله نه تنها تکرار می‌شود بلکه در شرایط بدتری نسبت به سال قبل قرار می‌گیرد. دلیل مهم آن را باید در عدم تعادل بین عرضه و تقاضا دانست که ضعف بزرگ بازار گردشگری و نارسایی در بازار خدمات گردشگری است.

حذف تدریجی ناوگان حمل و نقل عمومی

علاوه بر این، سفر با خودرو و با افزایش چشمگیری در مقایسه با سال‌های گذشته مواجه شد و توانست جایگزین بخش عمده حمل و نقل عمومی شود. این در حالی است که در سال‌های گذشته بخش حمل و نقل عمومی سهم قابل توجهی از حمل و نقل سفرهای نوروزی را به خود اختصاص می‌داد. اما طی سه سال گذشته میزان استفاده از خودروی شخصی در مقایسه با سال‌های گذشته از وسایل حمل و نقل عمومی پیشی گرفت که عمده دلیل آن را می‌توان در گران شدن بیش از حد هزینه‌های ناوگان حمل و نقل عمومی کشور دانست و همچنین کمبود ناوگان قدیمی بودن آنها که با استانداردهای ملی و بین‌المللی بسیار فاصله دارد.

تمرکز بر «کمیت» به جای «کیفیت» سفر

اگرچه آمارهای ارائه شده حاکی از تمایل بیشتر افراد به سفر است، اما بیشتر از «کمیت» در گردشگری «کیفیت» سفرها حائز اهمیت است. و با توجه به پایین آمدن بیش از حد کیفیت سفرها طبق تعریف گردشگری مطابق با استانداردهای بین‌المللی نمی‌توان بالا رفتن کمیت سفرها را به معنای توسعه گردشگری یا پیش رفتن به سمت پایداری در نظر گرفت. این موضوع تأثیری در رشد و توسعه و بهبود صنعت گردشگری نخواهد داشت چرا که تنها بر بعد کمیت سفرها تکیه شده و فعالان گردشگری چندان از این حجم انبوه مسافران بهره‌ای نخواهند برد.

افزایش تقاضا با افزایش چشمگیر هزینه‌ها و قیمت‌ها توسط ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری اتفاق افتاد که این امر سفر را برای بسیاری از افراد با دشواری‌های گسترده‌ای همراه کرد که آنها را مجبور به انتخاب مقاصد نزدیک به خانه با هزینه بسیار کمتر کرد. همچنین ضعف در ارائه خدمات توریستی و

الزامات جذب سرمایه خارجی در حوزه‌های کلیدی صنعت بررسی شد

کرونا ۴ هزار و ۲۰۰ میلیارد دلار به گردشگری جهان خسارت زد

طوری که ورود گردشگران بین‌المللی نسبت به سال ۲۰۲۱ به دو برابر افزایش پیدا کرد، با این وجود همچنان شمار گردشگران بین‌المللی حدود ۲۴ درصد کمتر از سال ۲۰۱۹ بود.

این گزارش نشان می‌دهد، در مجموع شیوع بیماری کووید ۱۹ باعث از دست رفتن ۲,۶ میلیارد گردشگر بین‌المللی در سال‌های ۲۰۲۰، ۲۰۲۱ و ۲۰۲۲ شد که تقریباً معادل دو برابر شمار گردشگران بین‌المللی در سال ۲۰۱۹ بوده است.

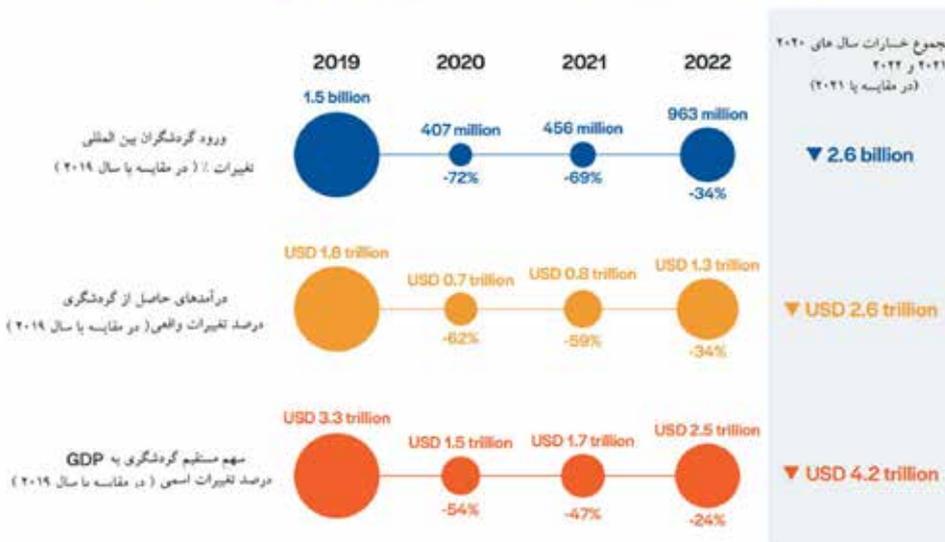
در این گزارش آمده است: درآمدهای حاصل از گردشگری بین‌المللی به ترتیب حدود ۶۲ درصد و ۵۹ درصد در سال‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ نسبت به سال ۲۰۱۹ کاهش پیدا کرد اما در سال ۲۰۲۲ درآمدها افزایش یافت. اما همچنان حدود ۲۴ درصد کمتر از دوران پیش از کووید ۱۹ باقی ماند.

بر اساس این گزارش، سهم بخش گردشگری از تولید ناخالص داخلی جهان در نتیجه شیوع کووید ۱۹ از ۴ درصد تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۱۹ به ۲ درصد در سال‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ کاهش پیدا کرد. اما بر اساس برآوردهای مقدماتی این سهم ۲,۵ درصد در سال ۲۰۲۲ افزایش یافت. در نتیجه مجموع کل خسارات بر بخش گردشگری بین‌المللی در این سه سال حدود ۴,۲ تریلیون دلار (۴۲۰۰ میلیارد دلار) بوده است.

گردشگری در دوره پیش از همه‌گیری کووید ۱۹: موتور رشد و توسعه

در دهه‌های منتهی به سال ۲۰۱۹، علیرغم تکانه‌های اقتصادی ادواری، گردشگری بین

شکل ۱. اثرات همه‌گیری کووید ۱۹ بر بخش گردشگری طی سال‌های ۲۰۲۰، ۲۰۲۱ و ۲۰۲۲



بر اساس گزارش کمیسیون گردشگری اتاق ایران، مجموع کل خسارات بر بخش گردشگری بین‌المللی در سه سال دوره کرونا حدود چهار هزار و ۲۰۰ میلیارد دلار بوده است.

بر اساس گزارش کمیسیون گردشگری اتاق ایران، مجموع کل خسارات بر بخش گردشگری بین‌المللی در سه سال دوره کرونا حدود چهار هزار و ۲۰۰ میلیارد دلار بوده است.

کمیسیون گردشگری اتاق ایران در گزارشی به بررسی وضعیت صنعت گردشگری جهان در دوره همه‌گیری کرونا پرداخته است. بر اساس این گزارش، ورود گردشگران بین‌المللی (گردشگران با اقامت شبانه) از حدود یک میلیارد و ۴۶۵ میلیون نفر در سال ۲۰۱۹ به ۴۰۷ میلیون نفر در سال ۲۰۲۰ کاهش یافت که معادل ۲۲ درصد طی یک سال بوده است.

در این گزارش آمده است: در سال ۲۰۲۱ ورود گردشگران بین‌المللی افزایش نسبی پیدا کرد اما همچنان حدود ۶۹ درصد کمتر از سال ۲۰۱۹ بود که علت آن تداوم محدودیت پرواز ناشی از همه‌گیری کووید ۱۹ بوده است. همچنین طی این دوره گردشگری داخلی در بسیاری از بازارها تا حدودی رونق پیدا کرد.

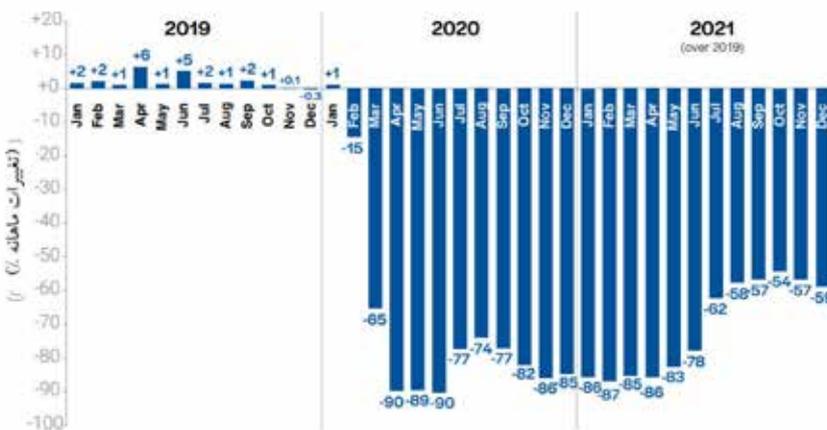
بر اساس این گزارش، در سال ۲۰۲۲ و به موازات کاهش محدودیت‌های سفر ناشی از کووید ۱۹ رونق و شکوفایی دوباره‌ای را شاهد بوده است که علت آن کاهش محدودیت‌های پرواز و سفر بوده است. به

شکل ۲. روند تغییرات تعداد گردشگران بین المللی و میزان درآمدهای حاصل از گردشگری بین المللی طی دوره ۲۰۰۰-۲۰۲۲

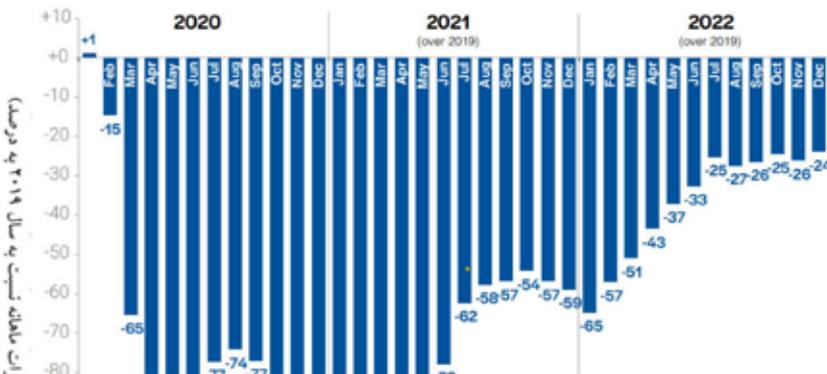


شکل ۳. روند تغییرات ورود گردشگران بین المللی طی سال های ۲۰۱۹، ۲۰۲۰، ۲۰۲۱ و ۲۰۲۲

۲۰۲۱ (تغییرات ماهانه به درصد)



شکل ۴. روند تغییرات تعداد گردشگران بین المللی طی سال های ۲۰۲۰، ۲۰۲۱، ۲۰۲۲ در مقایسه با سال ۲۰۱۹



میلیون هانفر

تامین فرصت های اشتغال برای زنان و جوانان
 زنان حدود ۵۴ درصد نیروی کار گردشگری را تشکیل می دهند.
 تشکیل می دهد. (SMEs) حدود ۸۰ درصد کسب و کارهای گردشگری را بنگاه های خرد و کوچک و متوسط

المللی رشد و توسعه قابل توجهی را تجربه کرده است، به گونه ای که به عنوان یکی از سریع ترین بخش های اقتصادی رادر جهان به خود اختصاص داده است.

رشد شتابان در ورود گردشگران بین المللی

میانگین رشد سالانه گردشگری بین المللی بین سال های ۲۰۰۹ الی ۲۰۱۹ حدود ۵ درصد بوده است که در مجموع از رشد ۶۹ درصد برخوردار بوده است.

پس از یک دهه رشد بی وقفه، شمار گردشگران ورودی بین المللی از ۹۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۰۹ به ۱٫۵ میلیارد نفر در سال ۲۰۱۹ افزایش یافته است.

بخش اصلی درآمد و منبع اصلی درآمدهای ارزی خارجی

درآمدهای حاصل از ورود گردشگران در سال ۲۰۱۹ حدود ۱٫۸ تریلیون دلار بود که این میزان معادل ۲۸ درصد سهم تجارت جهانی و حدود ۷ درصد صادرات کالاها و خدمات بوده است.

درآمدهای حاصل از گردشگری حدود ۵۰ درصد مجموع صادرات به کشورهای کوچک جزیره ای در حال توسعه (SIDS) را شامل می شود.

بخش اقتصادی کلیدی

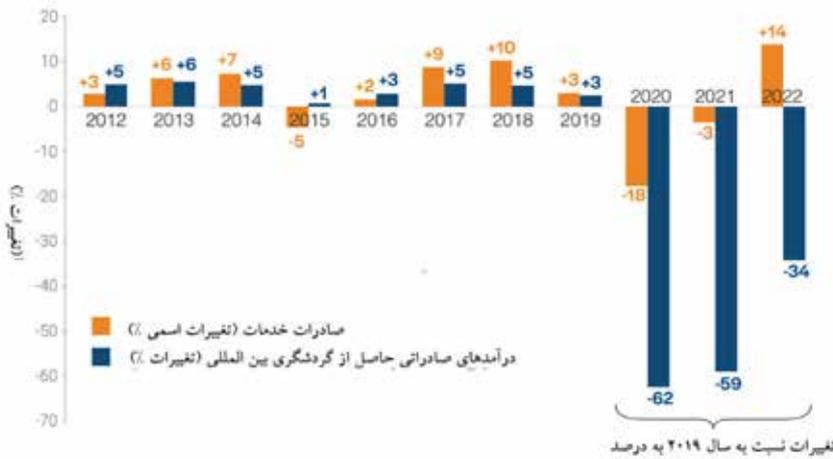
درآمدهای حاصل از گردشگری در سال ۲۰۱۹ حدود ۳٫۵ تریلیون دلار بوده این میزان معادل ۴ درصد تولید ناخالص داخلی جهان بوده است.

منبع اصلی درآمدهای خارجی برای کشورهای در حال توسعه

گردشگری یک منبع اصلی درآمدهای ارزی خارجی و بخش اصلی درآمدهای ارزی کشورهای در حال توسعه و کشورهای کوچک جزیره ای در حال توسعه را تشکیل می دهد و به همین دلیل نیز بیشترین سهم را در اشتغال و فرصت ها برای توسعه تشکیل می دهد.

تامین معیشت و کسب و کارهای خرد

شکل ۶. روند تغییرات صادرات خدمات و گردشگری بین المللی طی دوره ۲۰۲۲-۲۰۱۲ (درصد)



سال ۲۰۲۰، بدترین سال ثبت شده در تاریخ گردشگری جهان

جهان با بحران بهداشتی، اجتماعی و اقتصادی گسترده‌ای در نتیجه شیوع کرونا در سال ۲۰۲۰ مواجه شد.

در اوایل سال ۲۰۲۰، شیوع همه‌گیری کووید ۱۹ باعث توقف گردشگری و در نتیجه ممنوعیت‌ها و محدودیت‌های پروازهای بین‌المللی و کاهش تقاضا شد.

ورود گردشگران بین‌المللی (با اقامت شبانه) از ۱,۵ میلیارد نفر در سال ۲۰۱۹ به ۴۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۲۰ کاهش پیدا کرد که این مبین کاهش ۷۲ درصد و یک میلیارد نفر نسبت به سال ۲۰۱۹ بوده است، به همین دلیل سال ۲۰۲۰ به عنوان بدترین سال گردشگری طی چند سال اخیر شناخته می‌شود.

این کاهش شدید بیش از کاهش ۴ درصدی در بحران اقتصادی سال ۲۰۰۹ بوده است که باعث شد تا تعداد گردشگران بین‌المللی به میزان ۳۰ سال پیش بازگردد.

درآمدهای حاصل از گردشگری حدود ۶۳ درصد در سال ۲۰۲۰ کاهش یافت در حالی که درآمدهای صادراتی حاصل از

گردشگری (شامل حمل و نقل مسافر) در نتیجه کاهش ۱,۱ تریلیون دلار با کاهش ۶۲ درصد همراه بوده است.

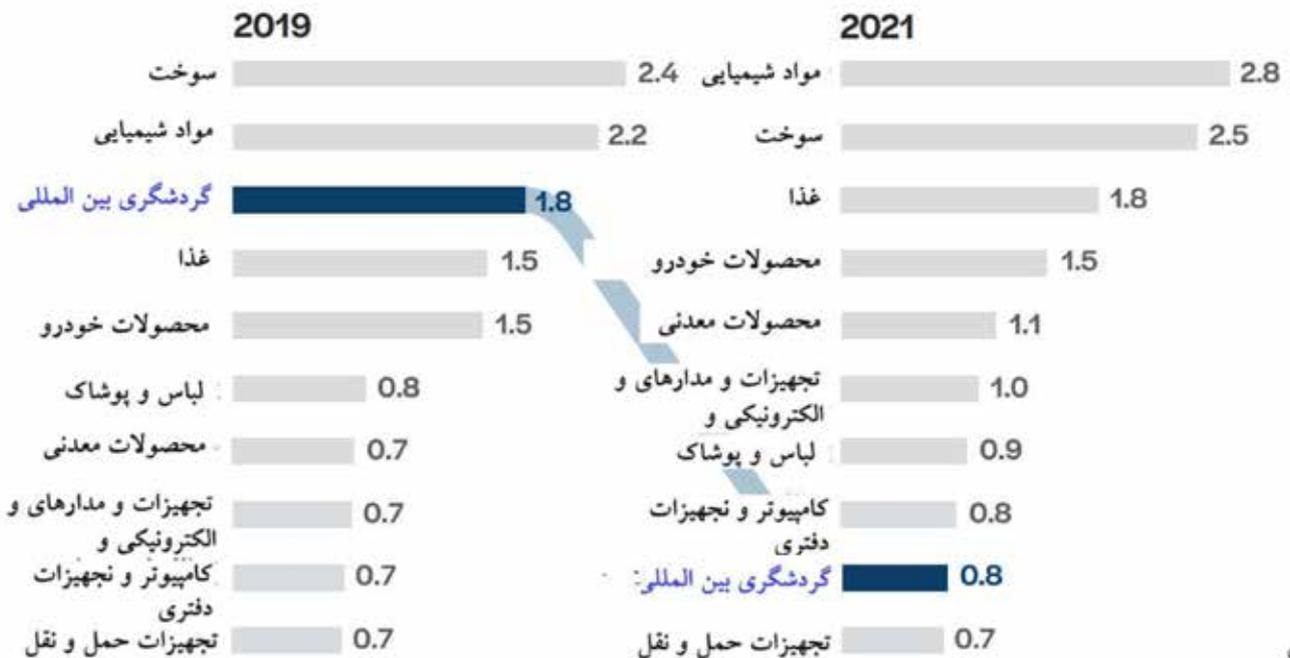
انواع محدودیت‌های سفر از جمله بستن مرزها، قرنطینه، آزمایش اجباری توسط کشورهای مقاصد گردشگری به شدت باعث توقف تردهای مرزی شد. عدم هماهنگی در بین کشورها در خصوص پروتکل‌های بهداشتی و اعمال محدودیت‌ها باعث افزایش عدم قطعیت و تقاضای گردشگری شد.

گردشگری یکی از مهمترین بخش‌هایی بود که تحت تاثیر همه‌گیری کووید ۱۹ قرار گرفت که این موضوع به شدت بر کسب و کارها، اشتغال و معیشت میلیون‌ها نفر در سراسر دنیا تاثیر گذاشت.

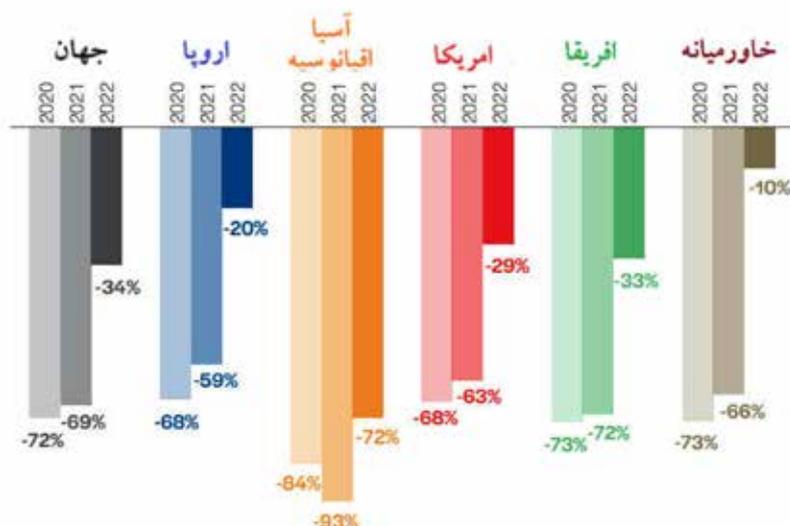
شیوع همه‌گیری کووید ۱۹ رادر ۱۱ مارس سال ۲۰۲۰ اعلام کرد، سفرهای (WHO) زمانی که سازمان بهداشت جهانی به طور کامل در آوریل سال ۲۰۲۰ متوقف شد. در مجموع ۱۵۶ مقصد گردشگری بین‌المللی (۷۵ درصد مقاصد اصلی گردشگری در

شکل ۷. روند تغییرات جایگاه ۱۰ گروه صادراتی بر حسب درآمد در سال‌های ۲۰۲۱ و ۲۰۱۹

(بر حسب تریلیون دلار)



شکل ۹. روند تغییرات گردشگران بین المللی به تفکیک مناطق در سال های ۲۰۲۰، ۲۰۲۱، ۲۰۲۲ (درصد تغییرات در مقایسه با سال ۲۰۱۹)



سفرهای مطمئن تا پایان سال ۲۰۲۱ تاثیر گذاشت که این موضوع باعث اعمال محدودیت های مجدد سفر در بسیاری از کشورها شد. این مسئله به موازات افزایش قیمت های نفت، افزایش تورم و اختلال در زنجیره عرضه در راس چالش های اقتصادی قرار گرفت. سفرهای داخلی سریع تر از گردشگری بین المللی رونق پیدا کرد که این موضوع به احیا و بازیابی بخش گردشگری بویژه در بازارهای بزرگ داخلی کمک کرد. با این وجود، این تحولات کاهش شمار گردشگران به مقاصد گردشگری را جبران نکرد که این موضوع به شدت به تقاضای بین المللی بستگی دارد.

سال ۲۰۲۲ رونق و شکوفایی دوباره با تسهیل و رفع محدودیت ها

علیرغم شیوع دوباره سویه کرونا، امیکرون در پایان سال ۲۰۲۱، وقوع جنگ بین روسیه و اوکراین و همچنین چالش های اقتصادی بویژه نرخ تورم بالا، گردشگری بین المللی تاب آوری مطلوبی را در سال ۲۰۲۲ نشان داد.

در سال ۲۰۲۲ حدود ۹۶۳ گردشگر بین المللی مبادرت به سفر کردند که این رقم بیش از سال ۲۰۲۱ بود، با این وجود این تعداد حدود ۳۴ درصد کمتر از سال ۲۰۱۹ بوده است که این تعداد به معنای این بود که حدود ۶۶ درصد از گردشگری بین المللی در مقایسه با سال ۲۰۱۹ بازیابی شد. (شکل ۴)

رونق و شکوفایی مجدد عمدتاً ناشی از افزایش تقاضا و همچنین لغو محدودیت ها در شمارزادی از کشورها بوده است. درآمدهای حاصل از گردشگری نیز در سال ۲۰۲۲ افزایش قابل ملاحظه ای یافت و به حدود ۱ تریلیون دلار (۱۰۰۰) میلیارد دلار رسید که این رقم از افزایش ۵۰ درصدی درآمدها در مقایسه با سال ۲۰۲۱ حکایت داشت، با این وجود این درآمدها همچنان حدود ۳۶ درصد کمتر از درآمدهای قبل از شیوع همه گیری کووید ۱۹ بوده است.

مجموع درآمدهای صادراتی حاصل از گردشگری بین المللی (با احتساب عوارض ترانزیت گردشگران) به حدود ۱,۲۵ تریلیون دلار رسید که مبین افزایش ۵۲ درصدی نسبت به سال ۲۰۲۱ بود، با این وجود این رقم حدود ۳۴ درصد کمتر از سال ۲۰۱۹ بوده است. نتایج داده های آماری گردشگران بین المللی بویژه در فصل تابستان در نیمکره شمالی از رونق دوباره حکایت داشت، اما در سایر ماه های سال ۲۰۲۲ از رشد سفرهای بین المللی گردشگران تا حدودی کاسته شد. تداوم بهبود در سفرهای های هوایی و رفع محدودیت ها نقش به سزایی در دستیابی به این نتایج داشته است.

جهان) در می سال ۲۰۲۰ مرزهای خود را بر روی گردشگران بستند که این رقم مبین توقف ۸۰ درصد تعداد گردشگران بین المللی بوده است.

سال ۲۰۲۱: چالشی دیگر برای گردشگری

گردشگری ورودی بین المللی در سال ۲۰۲۱ افزایش ۱۲ درصدی را تجربه کرد که در نتیجه آن تعداد گردشگران به حدود ۴۵۶ میلیون رسید که این میزان حدود ۴۹ میلیون نفر بیش از تعداد گردشگران بین المللی سال ۲۰۲۰ بوده است، اما این (۱۴۶۵ نفر) بوده است. تعداد هنوز کمتر از ۶۹ درصد تعداد گردشگران پیش از شیوع کرونا در سال ۲۰۱۹ درآمدهای حاصل از گردشگری نیز تا حدودی در سال ۲۰۲۱ بهبود پیدا کرد و به رقم ۷۶۱ میلیارد دلار (+۹) رسید که این میزان کمتر ۵۹ درصد در سال ۲۰۲۱ بوده است.

از اواسط سال ۲۰۲۱ بسیاری از کشورها محدودیت ها و ضوابطی را برای مسافرت را در نتیجه تشدید شیوع همه گیری کووید ۱۹ ارایه کردند، به همین دلیل در نیمه دوم سال ۲۰۲۱ گردشگری بین المللی رونق نسبی پیدا کرد. افزایش تقاضای سفر در نتیجه افزایش اعتماد گردشگران به واکسیناسیون و کاهش محدودیت ها در بسیاری از مقاصد گردشگری بویژه در فصل تابستان در نیکره شمالی رونق دوباره ای را به بخش گردشگری بین المللی بازگرداند. (شکل ۳) گسترش و توسعه هماهنگی های فرامرزی بین کشورها و تدوین و اجرای پروتکل های بهداشتی مانند گواهی دیجیتال کووید ۱۹ به احیاء و بازسازی مسافرت های ایمن در برخی از مناطق جهان کمک های شایانی کرد.

با این وجود، شتاب بازیابی به دلیل تفاوت های حاکم بر محدودیت های تردد، میزان واکسیناسیون و اعتماد گردشگران همچنان کند بود.

علیرغم تسهیل و کاهش محدودیت ها و افزایش تقاضا برای سفر در فصل تابستان در نیم کره شمالی، شیوع سویه ویروس امیکرون در اواخر نوامبر بر میزان اعتماد

چشم انداز تولید صنعتی جهان تا ۲۰۲۶

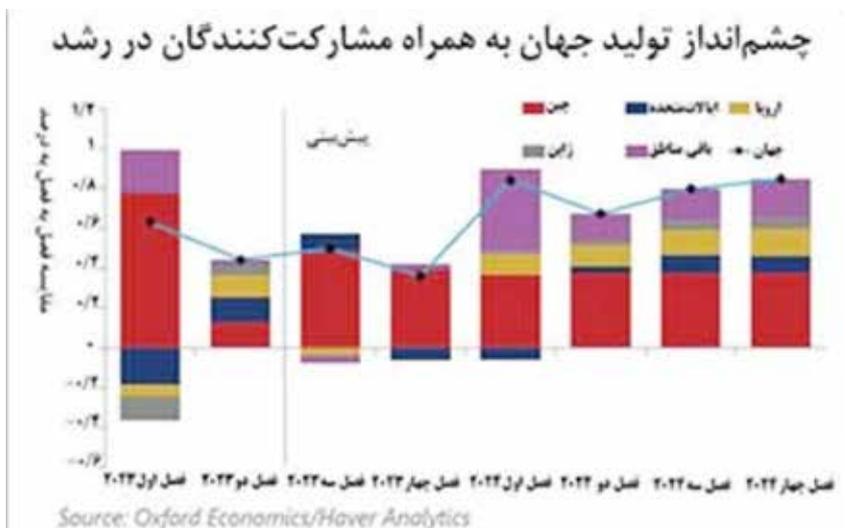


ایران بگشایند.

بر این اساس همه آنچه در آخرین گزارش موسسه اقتصادی آکسفورد آمده گویای کاهش نرخ رشد تولید صنعتی در جهان است. پس از بحران ناامیدکننده کرونا و همه گیری این بیماری، فضای تولید به وضعیت قبلی بازنگشت. با اینکه نرخ های رشد قابل توجه در بسیاری از رشته فعالیت های صنعتی در دو سال ۲۰۲۱ و ۲۰۲۲ تا حدی توانست در احیای سطح تولید جهان و بازگشت به وضعیت پیش از همه گیری کرونا اثر بخش باشد با این حال ترس از ظهور مجدد این قسم از مشکلات در کنار افزایش سطح تنش های امنیتی در جای جای جهان موجب شد تا ایده گسست زنجیره تامین جهانی و کاهش ریسک ادغام اقتصادها روی میز بسیاری از کشورها قرار گیرد و صنایع نیز ناگزیر از هماهنگ سازی خود و فرآیند تولید خود با این وضعیت جدید و برونزا هستند. به وضوح مشخص است که زنجیره های تامین جهانی تحت فشار هستند و هر روز وضعیتی پیچیده تر می شوند. از آنجایی که تولید کنندگان برای یافتن زمان جهت جبران هزینه ها در تلاشند، باید باز زنجیره تامین پراکنده و پیچیده به ادامه رقابت پردازند. با افزایش سرعت تغییرات، تولید کنندگان به یک استراتژی برای مدیریت زنجیره تامین پیچیده نیاز دارند که انعطاف پذیر، سریع و قابل اعتماد باشد.

زنجیره های تامین در هسته مرکزی خود، در مورد ارتباط تامین کنندگان با مشتریان خود و

چشم انداز بخش صنعت طی سالیان پیش رو از مسیرهای مختلفی تحت الشعاع عوامل برونزا قرار گرفته است. اگر تا پیش از این بخش صنعت به دلایلی نظیر افت بهره وری، کمبود سرمایه گذاری یا کمبود نیروی کار ماهر روبه رو بود و مجموعه ای از عوامل اقتصادی زمینه ساز رکود صنعتی در قاره های مختلف و جهان می شدند امروز بحران های برونزا منبعت از فضای امنیتی - سیاسی جهان زمینه ساز کوتاه شدن افق بخش صنعت شده است. در گزارش های مختلف مسائلی مانند تنش های ژئوپلیتیکی، گسست زنجیره تامین، جدال بر سر فناوری های مرزی، تورم و موج حمایت گرایی و بازگشت به اقتصاد ملی موجب شده تا صرفه های مقیاس در اقتصادها به دلیل کاهش میل به همکاری کمرنگ شود. تصویری که اخیرا موسسه اقتصادی آکسفورد از چشم انداز ۵ سال آتی بخش صنعت به تفکیک رشته فعالیت ها ارائه داده است، گویای چیرگی فضای امنیتی بر همکاری در سالیان آتی به ویژه در سال ۲۰۲۴ است؛ موضوعی که اثر عمیقی بر تحولات اقتصادی جهان خواهد داشت. گزارش حاضر سعی دارد تصویری روشن از آینده بخش تولید صنعتی جهان ارائه کند؛ به این امید که صنعتگران داخلی بتوانند با درک دقیق از موقعیت های جدید، چشم انداز روشنی پیش روی خود و اقتصاد





برای مدیریت زنجیره‌های تامین دارد که یکپارچه‌تر، انعطاف‌پذیرتر و ناب‌تر باشند. دستیابی به چنین وضعیتی ناگزیر است، اما این هدف برای صنایع تا زمان تحقق و عملیاتی شدن، هزینه بسیاری در پی خواهد داشت. گزارش اقتصادی موسسه آکسفورد سعی دارد با همین نگرش به ارائه تصویری از آینده بخش صنعتی جهان پردازد.

آینده تولید در عصر گسستگی تصویری که با لحاظ همه مسائل برای بخش صنعت در سالیان آتی قابل ترسیم است، مثبت و تاحدی رو به رشد به نظر می‌رسد. موسسه اقتصادی آکسفورد در گزارشی که در سپتامبر ۲۰۲۳ منتشر کرده تاکید دارد نرخ رشد بخش صنعت در سال ۲۰۲۳ حدود ۱/۵ درصد خواهد بود که از پیش‌بینی‌های قبلی نهادهای مرجع اقتصاد جهان تاحدی بالاتر است. چین همچنان موتور رشد تولید صنعتی جهان خواهد بود، اما وضعیت حتی در چین هم چندان مناسب نیست و به رغم تداوم رشد مثبت، به نظر می‌رسد وقایع اخیر روی پتانسیل این کشور برای افزایش سهم از نرخ رشد تولید جهان اثر می‌گذارد، به طوری که دست کم در میان مدت قدرت صنعتی این کشور رو به ضعف خواهد رفت. آمریکا نیز به عنوان بزرگ‌ترین اقتصاد جهان شرایط چندان مناسبی را دست کم در طول سه فصل آینده تجربه نخواهد کرد؛ گرچه گزارش تاکید دارد در نیمه دوم ۲۰۲۴ وضعیت صنایع در این کشور اندکی بهبود خواهد یافت. بازیگر مهم دیگری که شرایط خوبی را طی سه فصل پیش رو تجربه نخواهد کرد، ژاپن است. اروپا نیز گرچه در طول برخی فصول آتی احتمالاً شرایط تولید چندان پررونقی نداشته باشد، اما طبق برآوردهای این موسسه در نیمه دوم ۲۰۲۴ شرایط بهتری را تجربه خواهد کرد.

کشورهای در حال توسعه و نوظهور به عنوان بازیگر مهم اقتصاد جهان، در این گزارش شرایط مناسبی دارند. سهم این کشورها از رشد تولید جهان گرچه تا پایان فصل نخست ۲۰۲۴ رو به ضعف خواهد رفت، اما در نیمه دوم ۲۰۲۴ شرایط خوبی پیدامی‌کند.

طبق برآورد موسسه آکسفورد انتظار می‌رود که در اواخر سال جاری شاهد رکود صنعتی کم عمق در ایالات متحده و اروپا باشیم گرچه بهبودی اندک تولید در سال ۲۰۲۴ دور از انتظار نیست. همچنین انتظار می‌رود که جهان در نیمه دوم سال ۲۰۲۳ و ۲۰۲۴ شاهد بهبود فعالیت‌های صنعتی چین باشد، اما تاثیر سیاست‌های انقباضی، تنگنای اعتباری شرکت‌ها و خریداران در کنار تورم بالا (که رو به تعدیل است) محیط را برای رشد مداوم صنعت جهان

دریافت اطلاعات صحیح از تامین کنندگان برای کاهش تعداد واسطه‌های بزرگ و کوچک نیازمند مدیریت هستند.

زنجیره تامین پراکنده، زنجیره‌های است که تولیدکننده با بسیاری از تامین کنندگان کوچک، یا ترکیبی از تامین کنندگان بزرگ و کوچک، که اغلب به هم مرتبط نیستند، مرتبط می‌شود. یک زنجیره تامین تکه‌تکه که معمولاً درجه بالایی از تکه‌تکه شدن در شبکه تامین کنندگان را تجربه می‌کند، کمتر یکپارچه است و نسبت پایینی از اتصال این تامین کنندگان وجود دارد. همچنین یک شبکه تامین گسسته دارای درجه بالایی از پراکندگی در تامین و توزیع کالا و درجه پایینی از اتصال صنعتگران به یکدیگر است. در چنین وضعیتی، یک محصول معین ممکن است یک یا چند منشأ داشته باشد.

گاهی ممکن است این محصول از یک مکان تهیه شود، در حالی که در برخی مواقع ممکن است از نقاط مختلف یا حتی کشورهای مختلف تهیه شود. مدیریت زنجیره‌های تامین دشوار است، اما یکی از مشکلاتی که به ویژه برای تولیدکنندگان قابل توجه است، پیچیدگی زنجیره تامین آنهاست.

زنجیره تامین تکه‌تکه نیاز به یک استراتژی

چشم‌انداز بخش صنعت به تفکیک رشته‌فعالیت‌ها تا ۲۰۲۶

رشته‌فعالیت	درصد از GDP	۲۰۲۱	۲۰۲۲	۲۰۲۳	۲۰۲۴	۲۰۲۵	۲۰۲۶
تولید ناخالص داخلی	۱۰۰	۶۲	۳۱	۲	۲/۱	۲/۲	۲/۱
کل تولید صنعتی	۲۲/۸	۷/۱	۲/۲	۱/۴	۲/۶	۲/۷	۲/۲
تولید کارخانه‌ای	۱۸/۱	۸/۸	۲/۲	۱/۲	۲/۶	۲/۸	۲/۵
کالاهای مصرفی	۵/۵	۷/۶	۲/۱	۱/۱	۲/۲	۲/۶	۲/۵
غذا، نوشیدنی و تنباکو	۲/۵	۲/۴	۱/۹	۱/۷	۲/۴	۲/۳	۲/۴
منسوجات، چرم و لباس	۰/۷	۷/۹	-۰/۸	-۰/۴	۵	۲/۶	۳
دارو	۰/۹	۱۵/۱	۵	۲/۲	۲/۳	۴	۴
صابون، بولیش و شوینده	۰/۳	۰/۹	۱/۶	۱/۹	۲/۳	۲/۳	۲/۹
جواهر، موسیقی و تزیینات پزشکی	۰/۵	۱۳/۱	۵/۳	-۰/۱	۲/۴	۲/۵	۲/۱
صنعت‌میلان	۰/۳	۱۱/۳	-۰/۵	-۴/۸	۲/۴	۴/۵	۴/۸
کالاهای سرمایه‌ای	۵/۶	۹/۷	۴/۲	۲/۹	۲/۵	۲/۹	۲/۴
محصولات مهندسی و مکانیکی	۱/۷	۱۳/۷	۳/۱	۱	۲/۴	۴/۷	۴/۱
فرآورده‌های فلزات نسبی	۱	۹/۹	-۰/۴	۰/۶	۱/۱	۲/۶	۲/۳
صنعت خودرو و قطعه	۱/۲	۶/۷	۴/۵	۱۰/۶	۲	۲/۷	۳
صنعت هوابی و فضایی	۰/۲	۵/۴	۷/۷	۱۳/۱	۶	۴/۱	۴
صنایع کشتی، قطار و موتورسیکلت	۰/۳	۶/۹	۲/۴	۲/۵	۲/۵	۴/۷	۴
صنایع ابزار دقیق و نوری	۰/۴	۸/۹	۲/۷	۲/۹	۱/۳	۲/۹	۴/۱
کالاهای واسطه‌ای	۷	۹/۱	۰/۹	۰/۵	۲/۲	۴	۲/۵
مواد و محصولات شیمیایی	۱/۵	۲	۰/۸	۰/۲	۲/۲	۴/۴	۲/۵
فلزات نسبی	۱/۱	۷/۲	۰/۴	۲/۶	۱/۱	۲/۹	۲/۳
سخت	۰/۷	۴	۱/۱	۲/۶	۲/۷	۱/۷	۱/۳
لاستیک و پلاستیک	۰/۷	۶/۹	-۱/۷	-۰/۵	۲/۶	۲/۳	۲/۲
چوب و مصنوعات چوبی	۰/۳	۸/۸	-۱/۱	-۴/۸	-۰/۵	۲/۳	۲/۴

منبع: مجمع کارآفرینان ایران

خود از زمان کمبود تراشه رسیده است. زنجیره‌های تامین تا حد زیادی عادی شده و وضعیت قبلی خود را باز یافته‌اند. موضوعی که به بهبود تولید در بخش‌های متأثر از رکود، از جمله دو بخش هوافضا و خودرو کمک می‌کند. با این حال، رشد بخش خودرو در حال کاهش است؛ زیرا شکاف میان دوره فعلی و دوره فراگیری کرونا شروع به از بین رفتن کرده و نرخ‌های بهره بالا نیز بر سطح تقاضا برای خودرو در جهان تاثیر می‌گذارد.

در گزارش موسسه آکسفورد چشم‌انداز رشته‌فعالیت‌های صنعتی تا سال ۲۰۲۶ نیز به تفکیک ارائه شده است:

سخت کرده است.

به طور کلی نیز، این موسسه پیش‌بینی خود برای رشد تولید صنعتی جهان در سال ۲۰۲۴ را در محدوده ۲/۶ درصد اعلام کرده است، در حالی که بازنگری دوباره داده‌ها منجر به کاهش پیش‌بینی‌های امیدبخش برای سال ۲۰۲۳ از ۱/۶ درصد به ۱/۴ درصد حکایت دارد. مهم‌ترین نکات درباره آینده تولید در جهان در مناطق مختلف به این شرح است: در اروپا امکان انقباض تولید صنعتی در نیمه دوم ۲۰۲۳ قابل پیش‌بینی است. تشدید سیاست پولی بر تقاضا تاثیر گذاشته است. در عین حال که تغییر مسیر شدید در سطح موجودی کالاهای صنعتی پس از همه‌گیری، زمینه‌ساز کاهش تولید کالاهای واسطه شده است.

به علاوه، قیمت‌های بالای انرژی باعث شده که تولید در بخش‌های تولیدی بالادست که انرژی بر هستند به میزان قابل توجهی پایین‌تر از سطح سال گذشته باشد. اساساً دلیل ورود شرکت‌ها به واردات نهاده‌های واسطه‌ای ارزان‌تر همین موضوع است.

اقتصاد ایالات متحده در ابتدای سه ماهه سوم ۲۰۲۳ با ثبات باقی خواهد ماند. با وجود این، پیش‌بینی موسسه آکسفورد این است که رکود صنعتی در سه ماهه چهارم سال ۲۰۲۳ آغاز شود. این موضوع به دلیل کاهش مخارج مصرفی، پس‌اندازهای اضافی، تقاضای ضعیف جهانی و افزایش قدرت دلار رخ خواهد داد.

در چین، تولید صنعتی در بحبوحه تقاضای ضعیف صادراتی، کاهش هزینه‌های مصرفی خانوارها، اصلاح شدیدتر از حد انتظار در بخش املاک و کاهش ذخایر صنعتی، وضعیتی کم‌رونق خواهد داشت.

با وجود این، اقدامات سیاستی دولت چین احتمالاً به بهبود متوالی فعالیت در نیمه دوم سال منجر شود. بخش‌های تولید پیشرفته و فناوری پیشرفته که هدف اقدامات حمایتی قرار گرفته‌اند، ممکن است از روندهای صنعتی فعلی دور شده و دوباره رونق بگیرند. با وجود ضعف کوتاه‌مدت بخش تولید، نقاط روشنی در آتیه بخش صنعت وجود دارد. به نظر می‌رسد رکود در صنایع نیمه‌هادی کم‌رنگ شده و به پایین‌ترین حد



بزرگترین چالش‌های تجاری که هر کسب و کاری در سالهای آتی با آن مواجه است.

۷ محور کلیدی وجود دارد که کسب و کارها در سالهای آتی باید مدنظر قرار دهند:



افزایش سرسام آور تورم بحث جاری کسب و کارهاست و این روند احتمالاً در سال ۲۰۲۳ ادامه خواهد داشت. بسیاری از اقتصادها دچار رکود یا کوچک شدن خواهند شد و لازمست کسب و کارها برای این واقعیت آماده شوند. مدیر عامل صندوق بین المللی پول گزارش داده است که این سازمان پیش بینی خود را برای رشد ۲.۹ درصدی جهانی در سال ۲۰۲۳ کاهش داده است. در این گزارش به افزایش خطرات بی ثباتی مالی و رکود اشاره شده است. شرکتها می‌توانند با بهبود فرآیندهای کسب و کار و کاهش هزینه‌ها، با تورم مقابله کنند.



تورم و رکود اقتصادی



امنیت زنجیره تامین یکی از مسائل کلیدی است. مسائل مرتبط با کووید و پس از آن جنگ روسیه و اوکراین دستیابی به قطعات و محصولات را سخت‌تر کرده و همچنین موجب رشد قیمت انرژی، غلات، تراشه‌های کامپیوتری، ... شده است. طبق گزارش اکسنچر*، مشکلات زنجیره تامین می‌تواند منجر به زیان انباشته ۹۲۰ میلیارد یورویی به تولید ناخالص داخلی در منطقه یورو تا سال ۲۰۲۳ شود. لازمست شرکتها روی بهبودی بلندمدت تمرکز کرده و نیازهای خود را بازنسازایی کنند تا از کمبودهای مشابه در آینده جلوگیری شود.



امنیت زنجیره تامین



مشتریان خواستار تجارب بیشتر در دنیای واقعی و همچنین در متاورس هستند. مشتریانی که وارد فروشگاهها می‌شوند فقط به دنبال خرید محصولات نیستند بلکه خواهان تجربه‌های به یاد ماندنی در فروشگاه هستند. اگر کسب و کار شما فروشگاه فیزیکی دارد، تجربه‌های فراگیر بیشتری را اضافه کنید. خرده‌فروشان آنلاین باید تجربه‌های واقعیت توسعه یافته** مانند اتاق‌های رخت‌کن مجازی اضافه کنند که به مشتریان اجازه می‌دهد بدون خروج از خانه، لباس، لوازم جانبی و آرایش را امتحان کنند. مهم نیست که چگونه با مصرف کنندگان در ارتباط هستید (آنلاین، آفلاین، یا ترکیبی از هر دو)، از خود بپرسید، "چگونه می‌توانیم با تبدیل این تعامل به یک تجربه، ارزش بیشتری برای مشتریان خود بیافزاییم؟"



افزایش انتظارات مشتری



* Accenture

** extended reality



هوش مصنوعی در حال تقویت کسب و کارها است و این روند در سال آینده تسریع خواهد شد. در عین حال، فناوری‌های دیگری مانند GS، بلاک چین، فضای ابری و اینترنت اشیا در حال ایجاد و افزایش سرعت هوش مصنوعی هستند و همه آنها یکدیگر را تقویت می‌کنند و به سرعت در حال ایجاد دنیایی از پیشرفت‌های تکنولوژیکی سریع‌تر است. در مقابل، هر کسب و کاری باید خود را یک کسب و کار فناوری بداند. شرکت‌ها باید فرآیندهای خود را دوباره طراحی کنند و اطمینان حاصل کنند که افراد آنها مهارت‌های مورد نیاز برای جهانی را دارند که در آن به طور فزاینده‌ای با ماشین‌های توانمند و هوشمند همکاری می‌کنیم و در کنار آن فعالیت می‌کنیم.

۴

تحول دیجیتال پر شتاب



شرکت‌ها در سال ۲۰۲۳ باید آماده مقابله با شوک مستمر استعداد باشند. سال‌ها در مورد "جنگ برای استعداد" شنیده ایم اما اکنون این جنگ در حال عمیق‌تر شدن است. شرکت‌ها در سراسر صنایع با شکاف‌های عظیمی برای مهارت‌های ضروری آینده مواجه هستند و برای آماده شدن برای انقلاب صنعتی چهارم، باید بخش‌های عظیمی از نیروی کار خود را مجدداً مهارت یا ارتقا دهند.

شرکت‌ها باید با برداشتن گام‌هایی مانند استخدام افراد خارج از محیط آکادمیک، استفاده از نرم‌افزارها و القای فرهنگ یادگیری مستمر، مسئولیت تربیت استعدادها را بر عهده بگیرند. علاوه بر آن، همه‌گیری کرونا باعث شده است بسیاری از افراد شغل خود را مورد ارزیابی مجدد قرار دهند، که منجر به استعفای گسترده در بسیاری از بخش‌ها شده است. برای جذب استعدادهای برتر، کارفرمایان باید محیط کاری مناسب برای دنیای جدید کار، از جمله انعطاف پذیری شغلی، رهبری معتبر، تنوع و... را ارائه دهند.

۵

تشدید جنگ بر سراستعدادها



حملات سایبری در حال افزایش هستند و باج افزارها و کلاهبرداری‌های فیشینگ در حال حاضر یک اتفاق رایج است. مادامی که کسب‌وکارها دیجیتالی‌تر می‌شوند، داده‌های بیشتری جمع‌آوری می‌شود، که برای مجرمان سایبری که قصد سرقت آن‌ها را دارند و کسب و کارها را هدف خواسته‌های مادی خود نگه می‌دارند، بسیار جذاب می‌شود. دستگاه‌های موبایل و اینترنت اشیا در برابر تهدیدات امنیت سایبری مصون نیستند. علاوه بر این، محاسبات کوانتومی اکنون در حال ظهور است که می‌تواند سیستم‌های امنیتی موجود را منسوخ کند. شرکت‌ها می‌توانند با انجام اقدامات پیشگیرانه مانند ارزیابی فرآیندهای پشتیبان‌گیری و بازیابی اطلاعات، انجام تست نفوذ و اسکن آسیب‌پذیری، و انجام اقدامات پیشگیرانه برای محافظت از داده‌های حساس و جلوگیری از حملات سایبری، گام‌هایی برای محافظت از خود بردارند.

۶

امنیت داده‌ها



تغییرات آب و هوایی بزرگترین چالش تجاری جهان است و مصرف‌کنندگان خواستار شفافیت در شیوه‌های پایداری و همچنین محصولات دوستدار محیط زیست هستند.

۷

پایداری



سرنوشت اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۴

اقتصاددانان و کارشناسان حوزه‌های مختلف اقتصادی باور دارند سرنوشت نرخ بهره در آمریکا، قیمت نفت جهانی و سرانجام اقتصاد چین تعیین کننده سرنوشت اقتصاد جهانی در سال آینده خواهند بود.

اقتصاد جهانی در ابتدای سال ۲۰۲۳ بیش از آنچه بسیاری از تحلیلگران پیش بینی می کردند از خود انعطاف پذیری نشان داده است. به ویژه تورم جهانی بدون افزایش بیکاری تا حد زیادی کاهش یافته است، اما سیاستگذارانی که از مهندسی «فرودم» ناامید شده‌اند، هنوز از سرانجام کاراظمینان ندارند.

بر اساس گزارش سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD)، تولید جهانی در سال ۲۰۲۴ کاهش خواهد یافت، زیرا نرخ‌های بالای بهره، تورم پایدار را سرکوب کرده و در نتیجه فعالیت‌های اقتصادی را خنثی خواهد کرد. این سازمان انتظار ندارد رشد اقتصادی تا سال ۲۰۲۵ افزایش یابد؛ یعنی زمانی که بانک‌های مرکزی پیشرو هزینه‌های استقرای را به شدت کاهش خواهند داد. تا آن زمان، پیش بینی می شود تولید ناخالص داخلی جهانی (GDP) در سال آینده ۲/۷ درصد افزایش یابد که اندکی نسبت به ۲/۹ درصد در سال ۲۰۲۳ کاهش خواهد یافت.

به گزارش اتاق ایران آنلاین، چشم‌انداز OECD به یک خماری مالی طولانی در جهان از زمان آغاز همه‌گیری کرونا و به دنبال آن افزایش قیمت انرژی پس از حمله روسیه به اوکراین اشاره دارد. علاوه بر این، حتی اگر سیاست پولی در سال آینده شروع به ساده‌تر شدن کند، نرخ بهره جهانی بر اساس استانداردهای اخیر بالا باقی خواهد ماند. با این حال، پیش‌بینی اقتصادی یک علم غیر دقیق است.

یک سال پیش، پیش‌بینی رکود اقتصادی آمریکا بسیار رایج بود. در جاهای دیگر، متصدیان بازار اطمینان دادند که هزینه‌های بدهی بالا باعث ایجاد موجی عظیم از نکول‌های دولتی در سراسر جهان در حال توسعه می‌شود، اما هیچ کدام از این موارد تاکنون رخ نداده‌اند.

علی‌رغم تنش‌های اخیر میان اسرائیل و فلسطین، اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۳ به آرامی رشد خود را با سرعت قابل کنترل ادامه داد. با نگاهی به سال آینده، سه متغیر کلان اقتصادی و نحوه ارتباط آنها به یکدیگر، برای دستیابی به سرنخ‌هایی در مورد جهت‌گیری تولید جهانی به دقت رصد خواهند شد.

نرخ بهره در آمریکا

در تلاش برای کاهش تورم، فدرال رزرو آمریکا نرخ بهره معیار خود را از نزدیک به صفر در مارس سال گذشته به ۵/۲۵ تا ۵/۵۰ درصد افزایش داد. تجربه نشان داد که اقتصاد آمریکا، بزرگ‌ترین اقتصاد جهان، می‌تواند هزینه‌های بالای استقرای را تحمل کند. در عین حال، حتی با کاهش تورم، بیکاری به پایین‌ترین حد در چند دهه اخیر رسیده است. نتیجه این است که تولید آمریکا، تا حدودی شگفت‌آور، با سرعت سالانه ۲ درصد افزایش یافته است. این امر بسیاری از تحلیلگران را متقاعد کرده که از ناامیدی معمول ابتدای سال خود دست بکشند.

رافائل اولزینا مارزیس اقتصاددان بین‌المللی معتقد است که فدرال رزرو در مسیر جلوگیری از

رکود و دستیابی به کاهش تورمی خوش‌خیم است و فرود نرمی را رقم خواهد زد. نشانه‌های این فرود نرم به آرامی در حال ظهور هستند. بیکاری به آرامی در حال افزایش است و مصرف‌کنندگان پس‌انداز کمتری نسبت به دوران بیماری همه‌گیری دارند. این امر نیاز به استقرای را از جمله در سطح شرکت‌ها بالا برده و در نتیجه ریسک‌های تامین مالی ناشی از نرخ‌های بهره بالاتر را افزایش داده است. به گفته مارزیس، اگرچه کاهش تورم عامل مهمی در تعیین سیاست پولی فدرال رزرو خواهد بود، اما تضعیف رشد تقریباً به‌طور قطع تعیین‌کننده زمان چرخش سیاست‌های فدرال رزرو خواهد بود.

قراردادهای آتی صندوق‌های فدرال معیاری ساده برای تعیین زمانی است که احتمال تغییر نرخ بهره آمریکا وجود دارد. بر اساس پیش‌بینی CME FedWatch، ابزاری که احتمال تغییرات نرخ فدرال رزرو را ردیابی می‌کند، احتمال کاهش نرخ بهره در ماه مارس سال آینده ۷۶ درصد است.

همچنین مارزیس معتقد است، وقوع نوعی از ضعف اقتصادی، یعنی رکود که کاهش نرخ را تسریع خواهد کرد، تنها در نیمه دوم سال ۲۰۲۴ محتمل خواهد بود. به گفته این اقتصاددان، کاهش یک درصدی نرخ بهره در سال آینده، پس از ماه ژوئن، عمدتاً در راستای تقویت رشد داخلی خواهد بود، اما کاهش نرخ‌ها همزمان سرمایه‌گذاری در بازارهای نوظهور که نرخ بازدهی نسبتاً بالاتری را ارائه می‌دهند را بهبود خواهد بخشید. به این ترتیب احتمالاً یک درصد کاهش در نرخ بهره فدرال رزرو باعث افزایش یک درصدی تولید ناخالص داخلی جهانی شود.

این اقتصاددان همچنین معتقد است که ثابت نگه داشتن نرخ هانتیج معکوس خواهد داشت. یک شوک خارجی، مانند یک جهش غیرمنتظره در قیمت نفت، می تواند تورم را دوباره بالا ببرد و فدرال رزرو را وادار و نرخ هانتیج کند، یا حتی آنها را بالا ببرد. این امر رشد آمریکا و حتی رشد جهانی را تضعیف خواهد کرد.

نفت خام برنت

اندکی پس از آغاز جنگ میان حماس و اسرائیل در ۱۷ اکتبر ۲۰۲۳، بانک جهانی از چشم انداز بازار کالای خود استفاده کرد تا هشدار دهد که اگر تولید کنندگان در منطقه به درگیری گسترده تری وارد شوند، قیمت نفت خام برنت که معیار بین المللی است، ممکن است افزایش یابد. در بدترین سناریو، این بانک تخمین زد که عرضه جهانی نفت می تواند بین ۶ تا ۸ میلیون بشکه در روز کاهش یابد که این روند قیمت ها را به بین ۱۴۰ تا ۱۵۷ دلار در هر بشکه خواهد رساند. به گفته این بانک، در صورت بروز یک اختلال کوچک تر، قیمت ها همچنان می توانند به ۱۰۲ تا ۱۲۱ دلار در هر بشکه برسند.

در حال حاضر، به نظر می رسد بازارهای نفت از تاثیرات تنش های خاور میانه شانه خالی کرده اند. حتی با توجه به حملات اخیر شورشیان حوثی به کشتی ها در دریای سرخ، نفت خام برنت کمتر از ۷۹ دلار در هر بشکه معامله می شود که نسبت به ۹۲/۴ دلار در اواسط اکتبر کاهش یافته است. دلایل متعددی برای این امر وجود دارد؛ اول اینکه، اقتصاد جهانی نسبت به دوران تحریم نفتی ۱۹۷۳ که قیمت ها را چهار برابر کرد، موقعیت بهتری برای مقاومت در برابر شوک عرضه دارد. امروز، خاور میانه ۳۰ درصد از نیاز جهانی را تامین می کند که نسبت به ۳۷ درصد ۵۰ سال پیش کاهش یافته است. علاوه بر این، منابع انرژی آمریکا در دهه های اخیر افزایش یافته است. در عین حال، فعالیت های اقتصادی در مصرف سوخت کارآمدتر شده در حالی که انرژی های تجدید پذیر هم قابل دسترس تر شده اند.

جان بافس رییس واحد کالاهای بانک جهانی و نویسنده اصلی گزارش چشم انداز بازارهای کالا اعتقاد دارد که معامله گران در حال حاضر از احتمال تشدید درگیری های نظامی در پیش بینی قیمت های خود کاسته اند.

بافس می گوید: تجاری زیادی سال گذشته اشتباه کرده و میزان اختلالات در عرضه نفت پس از حمله روسیه به اوکراین را بیش از حد برآورد کردند؛ بنابراین، آنها می خواهند قبل از شروع قیمت گذاری، خطرات مادی ناشی از درگیری های خاور میانه را ببینند. به گفته او، حتی اگر قیمت نفت برنت به دلیل مشکلات عرضه خاور میانه ۲۰ دلار افزایش پیدا کند، بعید است بر رشد جهانی تاثیر مادی چندانی داشته باشد.

رشد اعتبار چین

اقتصاد دانان به دلیل اندازه و ارتباط عمیق چین با اقتصاد جهانی، از نزدیک وضعیت چین را تحت نظر گرفته اند. فعالیت در این کشور اثرات موجهی بر تجارت جهانی، زنجیره های تامین بین المللی و قیمت کالاها دارد. پس از ۳ سال کنترل سختگیرانه موسوم به «کووید صفر»، انتظار می رفت چین، دومین اقتصاد بزرگ جهان، زمانی که به طور ناگهانی در دسامبر گذشته اقتصاد خود را باز گشایی کرد، به حالت اولیه باز گردد، اما رشد آن زمان شکننده بوده و تولید اقتصادی این کشور به دلیل کندی بخش املاک محدود شده است.

در سال ۲۰۲۰، پکن شروع به محدود کردن استفاده توسعه دهندگان املاک از دریافت وام کرد. بخش املاک و مستغلات که ۲۳ درصد از تولید ناخالص داخلی چین را تشکیل می دهد، از آن زمان در بحبوحه کاهش قیمت مسکن و نکول توسعه دهندگان دچار رکود شده است.

شینا یوئه اقتصاددان چینی در کپیتال اکونومیکس می گوید که بخش املاک بر بهبود اقتصاد چین تاثیر می گذارد. مصرف کنندگان همچنان به این بخش بدبین هستند. پس از سرکوب ستون های اصلی این بخش، بسیاری از خانه های پیش خرید شده هرگز ساخته نشدند.

آژانس رتبه بندی اعتباری مودیز در اوایل ماه جاری چشم انداز خود در مورد رتبه A۱ بدهی

چین را از «پایدار» به «منفی» کاهش داد و دلیل آن را «افزایش خطرات ناشی از کاهش رشد میان مدت و کاهش مداوم رشد در بخش املاک» دانست. بازار املاک چین همچنین پیوند نزدیکی با منابع مالی دولت های محلی دارد که در سال های اخیر تحت فشار قرار گرفته اند.

پس از بحران مالی جهانی در سال ۲۰۰۸، دولت های محلی سرمایه گذاری زیر ساختی مبتنی بر اعتبار را برای تقویت رشد پذیرفتند. با این حال، تقاضا پس از چندین دهه شهر نشینی سریع کاهش یافته است. همراه با هزینه های مرتبط با همه گیری، کاهش درآمدهای فروش زمین که منبع اصلی درآمد دولت های محلی است، باعث کاهش بودجه شده و برخی دولت های محلی را وادار کرده تا برای پرداخت صورتحساب های خود به پکن اتکا کنند.

در واقع، پکن در ماه های اخیر در دسترس بودن اعتبار را تحت کنترل خود گرفته است. رشد گسترده اعتبار که میزان وام دهی در سراسر نظام مالی داخلی را اندازه می گیرد، در ماه نوامبر نسبت به سال قبل ۹/۴ درصد افزایش یافت. فروش اوراق قرضه دولتی نیمی از میزان را تشکیل داده است.

به گفته یوئه، اتکا به تامین مالی دولت به عنوان محرک رشد اقتصادی نشان از آن دارد که ساختار اعتبار هنوز نامساعد است. داده ها نشان می دهند که اقتصاد به لطف کمک های دولتی در حال ثبات است. در حالی که بعید است این وضعیت به زودی تغییر کند، اما زمانی که تغییری رخ دهد، خوب نخواهد بود.

در حالی که این روندها انتظارات از چشم انداز نسبتا خوش خیم رشد جهانی در سال ۲۰۲۴ را تقویت کرده است، شواهد تاریخی نشان می دهد که فرودهای نرم همچنان بعید به نظر می آیند؛ یعنی ممکن است مشابه سال ۲۰۲۳، پیش بینی هاب خلاف واقعیت از آب درآیند. /مهر

ریسک‌های کسب‌وکار ایران در ۱۴۰۳

دکتر علی داوری، دکتر مهدی صانعی

رونق صادرات خواهیم داشت و ۲۸ درصد معتقدند شرایط مشابه سال قبل خواهد بود. ۵- واردات مواد اولیه، تجهیزات و قطعات: ۶۴ درصد از شرکت‌کنندگان در نظرسنجی دیده‌بان کسب‌وکار معتقدند در سال ۱۴۰۳ واردات سخت‌تر می‌شود. همچنین ۶ درصد معتقدند با تسهیل واردات مواجهیم و ۳۰ درصد معتقدند شرایط واردات مشابه سال قبل خواهد بود.

«دیده‌بان کسب‌وکار» بنا به مسوولیت اجتماعی خود، طی چهارمین سال پیاپی، به رصد و پیش‌فکری فضای کسب‌وکار در سال ۱۴۰۳ از منظر فعالان اقتصادی، صاحب‌نظران و کارآفرینان اقدام کرده است. به همین منظور، پرسش‌نامه الکترونیکی به عنوان ابزار گردآوری داده‌های موردنیاز، انتخاب شده و با بهره‌مندی از تجربه سال قبل، مورد بازبینی و بهبود قرار گرفته است. سپس در اسفندماه ۱۴۰۲ برای اعضای جامعه هدف ارسال شده است. نتایج پیمایش ۱۲۰۴ پرسش‌نامه، حاکی از آن است که همچنان بدبینی نسبت به فضای کسب‌وکار در ۱۴۰۳ پابرجاست. این موضوع در گزارش سال قبل هم مشاهده شده بود (این گزارش در تاریخ ۱۲ اردیبهشت ۱۴۰۲ در همین صفحه به چاپ رسید). آگاهی سیاستگذاران اقتصادی از نوع نگاه جامعه به ریسک‌های موجود می‌تواند در تلاش برای بهبود محیط کسب‌وکار موثر باشد.

ریسک‌های کسب‌وکار ایران در ۱۴۰۳

این گزارش با هدف کمک به کسب‌وکارها برای شناسایی فرصت‌ها و ارائه محصولات و خدمات جدید در جهت کاهش ریسک‌های کسب‌وکار است. لازم به ذکر است که داده‌های این گزارش در سال ۱۴۰۳ معتبر هستند. همچنین این گزارش شامل ریسک‌های کلان و خرد محیط کسب‌وکار کشور است و بهره‌گیری از آن در یک صنعت یا کسب‌وکار خاص نیازمند بومی‌سازی محتوای گزارش است.

ریسک‌های کلان کسب‌وکار

- ۱- وضعیت اشتغال: ۷۲ درصد از شرکت‌کنندگان در نظرسنجی دیده‌بان کسب‌وکار معتقدند در سال ۱۴۰۳ بیکاری افزایش خواهد یافت. همچنین ۸ درصد معتقدند با افزایش اشتغال مواجه می‌شویم و ۲۰ درصد وضعیت را مشابه سال قبل می‌دانند.
- ۲- وضعیت تولید: ۷۱ درصد از شرکت‌کنندگان در نظرسنجی دیده‌بان کسب‌وکار معتقدند در سال ۱۴۰۳، رکود تولید تداوم خواهد یافت. همچنین ۷ درصد معتقدند رونق تولید خواهیم داشت و ۲۲ درصد معتقدند شرایط مشابه سال قبل خواهد بود.
- ۳- قدرت خرید مردم: ۹۴ درصد از شرکت‌کنندگان در نظرسنجی دیده‌بان کسب‌وکار معتقدند در سال ۱۴۰۳ قدرت خرید مشتریان کاهش خواهد یافت. همچنین ۲ درصد معتقدند با افزایش قدرت خرید مردم مواجه خواهیم شد و ۴ درصد معتقدند شرایط مشابه سال قبل خواهد بود.
- ۴- وضعیت صادرات: ۶۰ درصد از شرکت‌کنندگان در نظرسنجی دیده‌بان کسب‌وکار معتقدند در سال ۱۴۰۳ شاهد محدودیت صادرات خواهیم بود. همچنین ۱۲ درصد معتقدند

۶- رکود اقتصادی حاکم بر کشور: ۶۲ درصد از شرکت‌کنندگان در نظرسنجی دیده‌بان کسب‌وکار معتقدند در سال ۱۴۰۳ رکود اقتصادی تشدید می‌شود. همچنین ۴ درصد معتقدند افزایش رونق اقتصادی خواهیم داشت و ۳۴ درصد معتقدند شرایط رکود مشابه سال قبل خواهد بود.

۷- تحریم‌های اعمال‌شده علیه ایران: ۴۷ درصد از شرکت‌کنندگان در نظرسنجی دیده‌بان کسب‌وکار معتقدند در سال ۱۴۰۳ تحریم‌ها تشدید می‌شوند. همچنین ۴ درصد معتقدند با کاهش تحریم‌ها مواجهیم و ۴۹ درصد معتقدند شرایط تحریم‌ها مشابه سال قبل خواهد بود.

۸- نرخ رشد اقتصادی: ۵۷ درصد از شرکت‌کنندگان در نظرسنجی دیده‌بان کسب‌وکار معتقدند در سال ۱۴۰۳ رشد اقتصادی کشور منفی خواهد بود. این در



جدید کاهش می یابد. همچنین ۴۴ درصد معتقدند شرایط مشابه سال قبل خواهد بود.

۱۴- مهاجرت نیروی انسانی متخصص و تحصیل کرده به خارج: ۸۴ درصد از شرکت کنندگان در نظر سنجی دیده بان کسب و کار معتقدند در سال ۱۴۰۳ مهاجرت نیروی انسانی متخصص و تحصیل کرده افزایش خواهد یافت. همچنین ۲ درصد معتقدند شرایط مهاجرت بدون تغییر خواهد بود و ۱۴ درصد معتقدند با کاهش مهاجرت مواجه می شویم.

۱۵- تاثیر احیای احتمالی بر جام یا سایر توافقی های مرتبط بر رونق کسب و کارها: ۳۶ درصد از شرکت کنندگان در نظر سنجی دیده بان کسب و کار معتقدند در سال ۱۴۰۳ احیای احتمالی بر جام یا سایر توافقی های مرتبط، تاثیر زیادی بر رونق کسب و کارها خواهد داشت. همچنین ۳۰ درصد معتقدند میزان این تاثیر متوسط و ۳۴ درصد معتقدند تاثیر آن کم خواهد بود.

ریسک های صنعت

۱۶- قیمت مواد اولیه، محصولات و خدمات نهایی: ۹۷ درصد از شرکت کنندگان در نظر سنجی دیده بان کسب و کار معتقدند در سال ۱۴۰۳ قیمت مواد اولیه و محصولات و خدمات نهایی افزایش خواهد یافت. همچنین ۱ درصد معتقدند قیمت مواد اولیه کاهش می یابد و ۲ درصد معتقدند شرایط مشابه سال قبل خواهد بود.

۱۷- هزینه کسب و کارها: ۹۳ درصد از شرکت کنندگان در نظر سنجی دیده بان کسب و کار معتقدند در سال ۱۴۰۳ هزینه کسب و کارها به دلیل افزایش سطح عمومی قیمت ها افزایش خواهد یافت. همچنین ۳ درصد معتقدند با کاهش هزینه کسب و کار مواجهیم و ۴ درصد معتقدند هزینه ها تغییری نخواهد کرد.

۱۸- دسترسی به نقدینگی: ۵۶ درصد از شرکت کنندگان در نظر سنجی دیده بان کسب و کار معتقدند در سال ۱۴۰۳ دسترسی به نقدینگی کاهش خواهد یافت. همچنین ۱۸ درصد معتقدند دسترسی به نقدینگی افزایش می یابد و ۲۶ درصد معتقدند دسترسی به نقدینگی تغییری نخواهد کرد.

۱۹- اختلال در زنجیره تامین مواد اولیه و واردات به دلایلی مانند تحریم ها و تغییرات قیمتی ارز: ۶۵ درصد از شرکت کنندگان در نظر سنجی دیده بان کسب و کار معتقدند در سال ۱۴۰۳ میزان اختلال در زنجیره تامین مواد اولیه و واردات افزایش می یابد. همچنین ۱۴ درصد معتقدند اختلال در زنجیره تامین کاهش می یابد و ۲۱ درصد معتقدند تغییری در این حوزه

حالی است که آمارهای جهانی و داخلی بیانگر رشد اقتصادی مثبت در کشور است. همچنین ۱۱ درصد معتقدند رشد اقتصادی کشور مثبت می شود و ۳۲ درصد هم معتقدند رشد اقتصادی تقریباً صفر خواهیم داشت.

۹- پیش بینی میزان تورم: ۸۸ درصد از شرکت کنندگان در نظر سنجی دیده بان کسب و کار معتقدند در سال ۱۴۰۳ تورم افزایش خواهد یافت. همچنین ۴ درصد معتقدند با کاهش تورم مواجهیم و ۸ درصد معتقدند شرایط مشابه سال قبل خواهد بود.

۱۰- قیمت دلار: ۶۰ درصد از شرکت کنندگان در نظر سنجی دیده بان کسب و کار معتقدند در سال ۱۴۰۳ قیمت دلار بین ۶۱ تا ۸۰ هزار تومان خواهد بود. همچنین ۱۰ درصد شرکت کنندگان معتقدند نرخ دلار کمتر از ۶۰ هزار تومان است. ۲۵ درصد افراد هم افزایش آن را ۳۰ تا ۴۰ درصد پیش بینی می کنند و تنها ۵ درصد معتقدند که دلار بالاتر از آن هم خواهد رفت.

۱۱- تامین مالی کسب و کارها از نظام بانکی: ۶۲ درصد از شرکت کنندگان در نظر سنجی دیده بان کسب و کار معتقدند در سال ۱۴۰۳ تامین مالی کسب و کارها از نظام بانکی سخت تر خواهد بود. همچنین ۵ درصد معتقدند تامین مالی تسهیل می شود و ۳۳ درصد معتقدند شرایط مشابه سال قبل خواهد بود.

۱۲- خروج سرمایه از کشور: ۸۲ درصد از شرکت کنندگان در نظر سنجی دیده بان کسب و کار معتقدند در سال ۱۴۰۳ فرار سرمایه از کشور تشدید خواهد شد. همچنین ۲ درصد معتقدند کاهش فرار سرمایه داریم و ۱۶ درصد معتقدند شرایط مشابه سال قبل خواهد بود.

۱۳- دسترسی به فناوری های جدید: ۲۹ درصد از شرکت کنندگان در نظر سنجی دیده بان کسب و کار معتقدند در سال ۱۴۰۳ دسترسی به فناوری جدید افزایش می یابد و ۲۷ درصد معتقدند دسترسی به فناوری

ایجاد نمی شود.



چشم انداز توسعه کسب و کارها همچنان مبهم خواهد بود. همچنین ۵ درصد معتقدند این چشم انداز شفاف است و ۱۳ درصد معتقدند شرایط مشابه سال قبل خواهد بود.

۲۵- چالش های مالیاتی کسب و کارها: ۹۴ درصد از شرکت کنندگان در نظر سنجی دیده بان کسب و کار معتقدند در سال ۱۴۰۳ چالش های مالیاتی کسب و کارها افزایش خواهد یافت. همچنین ۲ درصد معتقدند این چالش ها کاهش می یابد و ۴ درصد معتقدند شرایط مشابه سال قبل خواهد بود.

۲۶- فیلترینگ و محدودیت دسترسی به فضای مجازی: ۵۸ درصد از شرکت کنندگان در نظر سنجی دیده بان کسب و کار معتقدند در سال ۱۴۰۳ فیلترینگ و محدودیت دسترسی به فضای مجازی افزایش خواهد داشت. همچنین ۴ درصد معتقدند این محدودیت ها کاهش می یابد و ۳۸ درصد معتقدند شرایط تغییری نخواهد کرد.

۲۷- در دسترس بودن نیروی انسانی متخصص: ۸۴ درصد از شرکت کنندگان در نظر سنجی دیده بان کسب و کار معتقدند در سال ۱۴۰۳ با کمبود نیروی انسانی متخصص مواجه خواهیم بود. همچنین ۱۶ درصد معتقدند دسترسی کافی به نیروی انسانی متخصص وجود خواهد داشت.

۲۸- انگیزه، عملکرد و بهره وری کارکنان: ۷۲ درصد از شرکت کنندگان در نظر سنجی دیده بان کسب و کار معتقدند در سال ۱۴۰۳ شاهد کاهش انگیزه، عملکرد و بهره وری کارکنان خواهیم بود. همچنین ۴ درصد معتقدند این انگیزه و عملکرد افزایش می یابد و ۲۴ درصد معتقدند شرایط تغییری نخواهد کرد.

۲۹- حقوق و مزایای پرداختی به کارکنان: ۹۷ درصد از شرکت کنندگان در نظر سنجی دیده بان کسب و کار معتقدند در سال ۱۴۰۳ حقوق و مزایای پرداختی به کارکنان کمتر از نرخ تورم افزایش خواهد یافت. همچنین ۳ درصد معتقدند حقوق و مزایای پرداختی، بیشتر از نرخ تورم افزایش خواهد یافت.

۳۰- اجرای برنامه های رفاهی منابع انسانی در سازمانها: ۶۳ درصد از شرکت کنندگان در نظر سنجی دیده بان کسب و کار معتقدند در سال ۱۴۰۳ اجرای برنامه های رفاهی منابع انسانی در سازمانها کاهش خواهد یافت. همچنین ۶ درصد معتقدند اجرای این برنامه ها افزایش می یابد و ۳۱ درصد معتقدند تغییری ایجاد نخواهد شد.

۲۰- میزان تقاضای مشتریان: ۶۴ درصد از شرکت کنندگان در نظر سنجی دیده بان کسب و کار معتقدند در سال ۱۴۰۳ شاهد کاهش میزان تقاضای مشتریان خواهیم بود. البته کاهش تقاضا می تواند به افزایش مصرف سایر کالاها منجر شود. همچنین ۱۴ درصد معتقدند با افزایش تقاضا مواجهیم و ۲۲ درصد معتقدند میزان تقاضا ثابت خواهد بود.

۲۱- خرید کالاهای جایگزین و مشابه توسط مشتریان: ۸۷ درصد از شرکت کنندگان در نظر سنجی دیده بان کسب و کار معتقدند در سال ۱۴۰۳ شاهد افزایش خرید کالاهای جایگزین و مشابه توسط مشتریان به دلیل تغییرات قیمتی خواهیم بود. همچنین ۲ درصد معتقدند خرید کالاهای جایگزین کاهش می یابد و ۱۱ درصد معتقدند این رقم ثابت خواهد ماند.

۲۲- سرمایه گذاری تولیدگرا و کسب و کاری: ۶۷ درصد از شرکت کنندگان در نظر سنجی دیده بان کسب و کار معتقدند در سال ۱۴۰۳ شاهد کاهش سرمایه گذاری تولیدگرا و کسب و کاری در حوزه های مختلف خواهیم بود. همچنین ۷ درصد معتقدند این سرمایه گذاری افزایش می یابد و ۲۶ درصد معتقدند این سرمایه گذاری مشابه سال قبل است.

۲۳- فعالیت شرکت های کوچک و متوسط و استارت آپها: ۵۰ درصد از شرکت کنندگان در نظر سنجی دیده بان کسب و کار معتقدند در سال ۱۴۰۳ میزان فعالیت شرکت های کوچک و کسب و کارها و استارت آپها کاهش می یابد. همچنین ۲۰ درصد معتقدند فعالیت این بنگاهها افزایش می یابد و ۳۰ درصد معتقدند فعالیت آنها تغییری نخواهد کرد.

۲۴- چشم انداز توسعه کسب و کار: ۸۲ درصد از شرکت کنندگان در نظر سنجی دیده بان کسب و کار معتقدند در سال ۱۴۰۳

ملزومات کاربرد هوش مصنوعی در اقتصاد ایران

اتاق بازرگانی تهران در گزارشی تحول دیجیتال در بخش های صنعتی را با استناد به نمونه های عینی کاربرد هوش مصنوعی در صنعت بررسی کرده است. این گزارش نشان می دهد که صنایع می توانند از هوش مصنوعی برای سلامت و ایمنی، کیفیت، تعمیر و نگهداری، فرآیند تولید، زنجیره تامین و مدیریت انرژی در کسب و کارشان استفاده کنند. همچنین یک فعال حوزه اقتصاد دیجیتال نیز به کسب و کارها و مدیران پیشنهاد می کند که به هوش مصنوعی به چشم ریسک نگاه نکنند و از مزایای آن برای رقابت و ورود به بازارهای جدید استفاده کنند.

اقتصاد دیجیتال مهم ترین روندهای دنیا در حوزه اقتصاد و تحول دیجیتال را رصد کرده و مجموعه ای از سیاست ها و اقدامات پیشنهادی را در یک سطح برای تحول دیجیتال کل صنعت کشور و در سطح دیگر برای مجموعه ای از زنجیره های ارزش منتخب ارائه کند. گزارش ها و بررسی های اتاق تهران مواردی همچون تحلیل کلیات اقتصاد دیجیتال (ابعاد اقتصادی، حکمرانی، تنظیم گری، استانداردها، نوآوری، آینده کار و...)، بررسی تحول دیجیتال در صنعت به صورت عام و در زنجیره های ارزش منتخب و در حوزه فناوری های پیشرو دیجیتال، معرفی و تبیین مدل های جدید کسب و کار، ارزیابی روند توسعه انقلاب چهارم در کشورهای پیشرو و کشورهای منطقه، پایش روندهای نوظهور در حوزه فناوری های انقلاب چهارم صنعتی، معرفی تجارب موفق بین المللی در رسته های منتخب، معرفی تجارب بین المللی در تهیه نقشه راه تحول دیجیتال در رسته های منتخب و معرفی مدل های ارزیابی آمادگی استقرار فناوری های انقلاب چهارم صنعتی در رسته های منتخب است.

کاربردها و چالش ها

صنایع پرداخته و در همین راستا کاربرد هوش مصنوعی در شبکه فائوس های دریایی و مطالعات مرکز انقلاب چهارم صنعتی ترکیه درباره خلق ارزش از هوش مصنوعی در بخش تولید آورده شده است. پیش از این نیز در گزارشی نقش و جایگاه هوش مصنوعی در صنعت را بررسی کرده و شش چالش پذیرش و مقیاس بندی برنامه های کاربردی هوش مصنوعی در تولید را شامل عدم تطابق بین قابلیت های هوش مصنوعی و نیازهای عملیاتی، فقدان رویکرد استراتژیک و ارتباطات رهبری سازمانی، مهارت های ناکافی در حوزه مشترک هوش مصنوعی و عملیات تولید، در دسترس نبودن داده ها و نبود ساختار حکمرانی داده، فقدان مدل های هوش مصنوعی قابل توضیح در بخش تولید و تلاش های قابل توجه سفارشی سازی در سراسر عملیات تولید شناسایی کرد. بررسی های اتاق تهران نشان داده است که تولیدکنندگان پیشرو بر چالش های ذکر شده غلبه کرده اند و با اجرای انواع برنامه های کاربردی هوش مصنوعی و تاثیر مثبت بر عملکرد عملیاتی، پایداری و مشارکت نیروی کار، عمدتاً در شش حوزه شامل سلامت و ایمنی، کیفیت، تعمیر و نگهداری، فرآیندهای تولید، زنجیره تامین و مدیریت انرژی

ملزومات کاربرد هوش مصنوعی در اقتصاد ایران

گزارش اتاق تهران با این مقدمه شروع شده که تحول دیجیتال در صنعت، یک تغییر مدل ذهنی شامل بازتعریف مدل و فرآیندهای کسب و کار، تغییر نگاه به ذی نفعان و شناسایی دقیق آنها و نیازهایشان و به کارگیری مناسب و به اندازه فناوری های نوپدید است. در ادامه با استناد به گزارش موسسه تحقیقات بازار IDC، ارزش اقتصادی بازار تحول دیجیتال در سال ۲۰۲۲ را بیش از ۱.۶ تریلیون دلار اعلام کرده و پیش بینی شده است که این میزان با متوسط نرخ رشد سالانه ۱۶.۴ درصد تا سال ۲۰۲۶ به بیش از ۳.۴ تریلیون دلار برسد.

اتاق بازرگانی تهران این آمار را بزرگ ترین نرخ رشد در حوزه فناوری و یکی از بزرگ ترین ها در کل رشته های کسب و کار توصیف کرده که نشان دهنده استقبال دنیا از انقلاب چهارم صنعتی و زنگ خطری برای کشورها و اقتصادهایی همچون ایران است که هنوز تحول دیجیتال اقتصاد خود را آن گونه که باید شروع نکرده اند. به دلیل اهمیت این موضوع، معاونت بررسی های اقتصادی اتاق تهران با راه اندازی میز مجازی

ایجاد شده است.

طبق این گزارش، شش حوزه کاربرد اصلی هوش مصنوعی در صنایع مختلف در سلامت و ایمنی، کیفیت، تعمیر و نگهداری، فرآیند تولید، زنجیره تامین و مدیریت انرژی بیان شده است. پیشگیری از حوادث و سیستم پیشرفته هشداردهی از جمله کاربردهای هوش مصنوعی برای ارتقای سلامت و امنیت صنایع است. بازرسی کیفیت در مونتاژ، تست کیفیت، پیش‌بینی کیفیت، پایش سلامت ماشین‌آلات و برنامه‌ریزی تعمیر و نگهداری از جمله برنامه‌های هوش مصنوعی پیاده شده در سازندگان پیشرو است.

علاوه بر این، بهینه‌سازی مصرف انرژی، برآورد تقاضای برق، بهینه‌سازی سیستم‌های گرمایش و سرمایش، کنترل زنجیره تامین، مدیریت گارانتی و خدمات پس از فروش، پیش‌بینی تقاضا و برآورد قیمت آتی، بهینه‌سازی فرآیند، طراحی و توسعه محصول، بهینه‌سازی پارامترهای فرآیند و برنامه‌ریزی تولید نیز کاربردهای هوش مصنوعی در حوزه مدیریت انرژی، زنجیره تامین و فرآیند تولید برای صنایع است. در گزارش اتاق تهران، بررسی این برنامه‌های کاربردی نشان داده است که بازگشت سرمایه مثبت و دوره بازگشت سرمایه به سرمایه‌گذار معمولاً در عرض ۱۲ سال قابل مشاهده خواهد بود.

آینده کسب‌وکارها در گرو استفاده از هوش مصنوعی

طبق این گزارش، فناوری‌های پیشرو انقلاب چهارم صنعتی نظیر هوش مصنوعی، روزبه‌روز در حال گسترش هستند و در این بین کسب‌وکارهایی که می‌توانند از این فناوری‌ها درون عملیات و فعالیت خود استفاده کنند، دارای برتری‌های رقابتی قابل توجه نسبت به رقبای خود می‌شوند. این روند در حال دگرگون کردن چهره همه کسب‌وکارها و از جمله بخش صنعت است؛ تا جایی که به تدریج وارد عصری می‌شویم که بنگاه‌هایی که نمی‌توانند به صورت عملیاتی و موثر از فناوری‌هایی نظیر هوش مصنوعی استفاده کنند، بسیار قدیمی و دور



شکل ۱. انواع برنامه‌های هوش مصنوعی پیاده‌سازی شده در سازندگان پیشرو

از روند جاری صنعت و ناکارآمد جلوه می‌کنند. در همین رابطه، مازیار نوربخش، رئیس کمیسیون تحول، نوآوری و بهره‌وری اتاق بازرگانی تهران نیز در گفت‌وگو با «دنیای اقتصاد» از مزیت‌های رقابتی و تجاری به‌کارگیری هوش مصنوعی در صنایع و شرکت‌های مختلف صحبت و بیان می‌کند: «مزایا و کاربرد تجاری هوش مصنوعی از سال گذشته مطرح شده و توجه کسب‌وکارها را به خود جلب کرده است. استفاده از هوش مصنوعی در تولید و صنعت ایران به زیرساخت‌ها و تجهیزات نیاز دارد که به دلیل تقاضای بالا در دنیا به ابزارهای آبی‌تی و تحریم‌ها، تامین این تجهیزات برای کشور ماسخت خواهد بود.»

طبق گفته نوربخش استقبال کسب‌وکارها و شرکت‌ها از کاربرد هوش مصنوعی در حال گسترش است و پیش‌بینی می‌شود که سرعت بیشتری هم پیدا کند. او با بیان این مطلب در ادامه می‌گوید: «آینده دنیا و کسب‌وکارها چه ما بخواهیم و چه نخواهیم، در دست فناوری‌های نوظهور همچون هوش مصنوعی است. استفاده از این فناوری برای کسب‌وکارها و تولیدکنندگان می‌تواند کمک‌کننده باشد، تا جایی که برای آنها مزیت رقابتی ایجاد خواهد کرد و امکان ورود به بازارهای جدیدی را برای شرکت‌ها فراهم می‌کند.»

در شرایطی که دنیا و کشورهای توسعه‌یافته به دنبال سهم‌گیری از کاربردهای هوش مصنوعی در اقتصاد دیجیتال و سایر حوزه‌ها هستند، ایران هنوز نتوانسته ورود و استفاده موفقیت‌آمیزی از این فناوری نوظهور داشته باشد. رئیس کمیسیون تحول، نوآوری و بهره‌وری اتاق بازرگانی تهران با اشاره به این موضوع، آموزش، یادگیری و به‌کارگیری را ملزومات گسترش کاربرد هوش مصنوعی در اقتصاد ایران می‌داند. او در بخش دیگری از صحبت‌های خود به کسب‌وکارهایی پیچ

پیشنهاد می‌کند که به هوش مصنوعی به چشم تهدید و ریسک نگاه نکنند، بلکه سعی کنند تفاعلیت خود را با هوش مصنوعی تطبیق دهند و از مزایای تجاری این فناوری بهره ببرند.

معجزه ابزارهای هوش مصنوعی

دکتر حسین ساسانی

نظریه پرداز توسعه پایدار

می‌توانند تعصبات موجود در داده‌هایی را که روی آنها آموزش دیده‌اند، منعکس و تقویت کنند. استفاده نادرست از هوش مصنوعی یکی دیگر از چالش‌های این فناوری است. هوش مصنوعی می‌تواند برای اهداف مخرب مانند جنگ سایبری یا کنترل زندگی انسان‌ها استفاده شود. مسائل اخلاقی از موضوعات مهم در به کارگیری هوش مصنوعی تلقی می‌شود، استفاده از هوش مصنوعی در زمینه‌هایی مانند ویرایش ژن یا سلاح‌های خودمختار، مسائل اخلاقی پیچیده‌ای را ایجاد می‌کند. با پیشرفت هوش مصنوعی، رسیدگی به این چالش‌ها و اطمینان از استفاده ایمن و اخلاقی از این فناوری ضروری است.

همان‌طور که تاکید کردم، هوش مصنوعی در حال حاضر در بسیاری از زمینه‌های زندگی ما به کار گرفته می‌شود و این روند در سال‌های آینده شتاب بیشتری خواهد گرفت. شناخت ابزارهای هوش مصنوعی برای استفاده از این فناوری قدرتمند برای زندگی بشری ضروری است. از همین رو تلاش می‌شود ابزارهایی در این نوشتار معرفی شود تا کیفیت و بهره‌وری کارها بیشتر و تمرکز افراد و کسب و کارها روی فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی افزایش یابد.

تصویر شماره یک، دایره‌ای است که ۱۲۰ ابزار هوش مصنوعی مختلف را نشان می‌دهد. این ابزارها به دسته‌های مختلفی از جمله ابزارهای نوشتاری، بازاریابی، بهره‌وری، طراحی، چت‌بات، صدا، ویدیو،

مقاله «معجزه ابزارهای هوش مصنوعی» به قلم دکتر حسین ساسانی، شاید جزو اندک مقالاتی باشد که به صورت جامع با ابعاد مختلف و بارعایت یکپارچگی مفاهیم و رویکردهای مقوله هوش مصنوعی در کشور به رشته تحریر درآمده است. با توجه به اینکه مقاله از حجم بالایی برخوردار است و امکان انتشار آن در یک نوبت امکان‌پذیر نیست، به همین جهت مقاله در سه بخش و در سه هفته متوالی تقدیم حضورتان خواهد شد.

ریشه‌های هوش مصنوعی به دوران باستان و افسانه‌هایی از موجودات مصنوعی برمی‌گردد اما هوش مصنوعی مدرن در اواسط قرن بیستم با پیشرفت‌های کامپیوتر و علم شناختی شکل گرفت. مراحل کلیدی در تاریخچه هوش مصنوعی را می‌توان به ۶ دوره نسبت داد:

۱۹۵۰-۱۹۴۰ (پیدایش ایده هوش مصنوعی و تست تورینگ توسط آلن تورینگ)

۱۹۶۵- (اولین کنفرانس هوش مصنوعی در دارتموث و ابداع اصطلاح «هوش مصنوعی» توسط جان مک‌کارتی)

۱۹۷۰-۱۹۶۰ (پیشرفت در نمادگرایی و حل مساله)

۱۹۹۰-۱۹۸۰ (ظهور شبکه‌های عصبی مصنوعی و یادگیری ماشین)

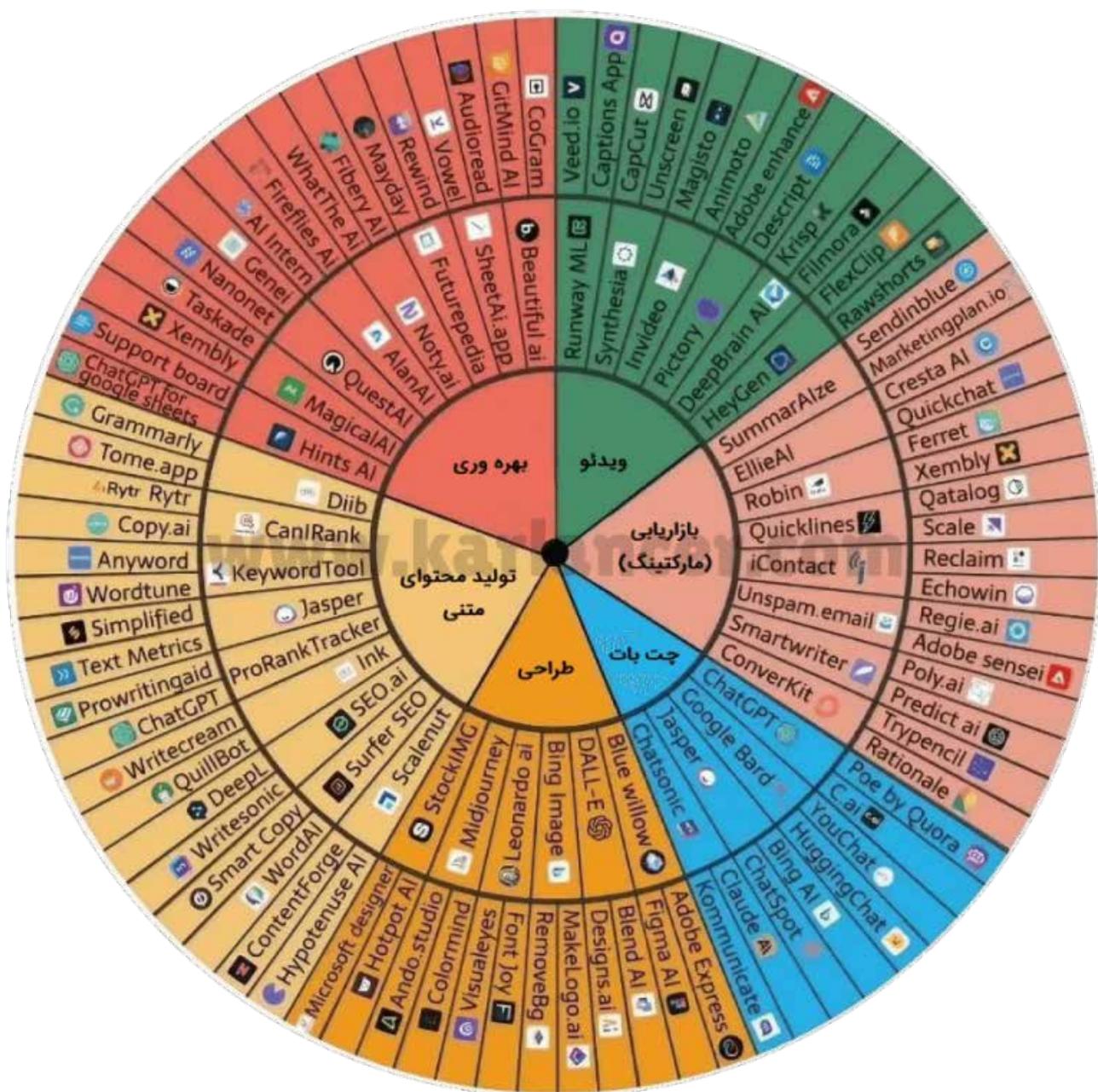
۲۰۱۰-۲۰۰۰ (افزایش داده‌ها و قدرت محاسباتی، منجر به پیشرفت‌های بزرگ در یادگیری عمیق شد).

۲۰۲۰- (امروز هوش مصنوعی در همه جا حاضر است، از گوشی‌های هوشمند گرفته تا خودروهای خودران).

هوش مصنوعی پتانسیل متحول کردن تقریباً هر جنبه‌ای از زندگی ما را دارد. هوش مصنوعی دارای مزایای زیادی است که می‌توان به برخی مهم‌ترین مزایای آن به شرح ذیل اشاره کرد:

در افزایش کارایی و بهره‌وری، هوش مصنوعی می‌تواند وظایف را خودکار، فرآیندها را بهینه‌سازی و به ما کمک کند تا سریع‌تر و بهتر کار کنیم. در بهبود تصمیم‌گیری، داده‌ها را تجزیه و تحلیل کند، الگوها را شناسایی کند و پیش‌بینی‌هایی انجام دهد که می‌تواند به مادر تصمیم‌گیری‌های بهتر کمک کند. در نوآوری، هوش مصنوعی می‌تواند برای کشف ایده‌ها و راه‌حل‌های جدید در زمینه‌هایی مانند پزشکی، مواد و مهندسی استفاده شود. در شخصی‌سازی می‌تواند تجربیات را برای هر فرد متناسب کند، خواه در مورد توصیه‌های محصول باشد یا آموزش و هر موضوع دیگری که به افزایش کیفیت «تجربه مشتری» بینجامد. در حل چالش‌های جهانی، هوش مصنوعی می‌تواند برای مقابله با برخی از بزرگ‌ترین چالش‌های جهان مانند تغییرات آب و هوایی، فقر و بیماری استفاده شود.

با وجود مزایای متعدد، هوش مصنوعی چالش‌هایی را نیز به همراه دارد. یکی از آنها از دست دادن شغل افراد است. نگرانی‌هایی وجود دارد که هوش مصنوعی ممکن است منجر به از دست دادن شغل گسترده شود، زیرا ماشین‌ها می‌توانند وظایف انجام‌شده توسط انسان‌ها را انجام دهند. دیگری تعصب هوش مصنوعی است. سیستم‌های هوش مصنوعی



خود را آزاد کنید تا روی کارهای مهم‌تر تمرکز کنید. آنها همچنین می‌توانند به شما کمک کنند تا سازمان یافته‌تر و کارآمدتر باشید. ابزارهای طراحی، این ابزارها می‌توانند به شما کمک کنند تا تصاویر، گرافیک‌ها و سایر عناصر طراحی را ایجاد کنید. آنها همچنین چینی به شما کمک می‌کنند تا طرح‌های خود را بهبود بخشید و آنها را حرفه‌ای‌تر نشان دهید. ابزارهای چت بات، این ابزارها می‌توانند به شما کمک کنند تا خدمات مشتری ۷/۲۴ ارائه دهید و سوالات متداول را پاسخ دهید. آنها همچنین می‌توانند برای جمع‌آوری داده‌ها و بازخورد از مشتریان استفاده شوند. ابزارهای صوتی؛ این ابزارها می‌توانند برای تبدیل متن به گفتار، ترجمه زبان‌ها و ایجاد موسیقی و جلوه‌های صوتی استفاده شوند. ابزارهای ویدئو؛ این ابزارهای هوش مصنوعی می‌توانند برای ویرایش ویدئو، افزودن جلوه‌های ویژه و ایجاد انیمیشن استفاده شوند. ابزارهای تصاویر؛ این ابزارهای هوش مصنوعی می‌توانند برای ویرایش عکس، حذف پس‌زمینه و ایجاد تصاویر جدید استفاده شوند. سایر ابزارهای هوش مصنوعی دیگری نیز وجود دارند که می‌توانند برای انجام طیف گسترده‌ای از وظایف استفاده شوند، مانند تجزیه و تحلیل داده‌ها، تشخیص چهره و تولید متن به صورت طبیعی. موارد استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی به طور مداوم در حال رشد است که می‌توان به برخی نمونه‌های رایج که مورد استفاده قرار می‌گیرد، اشاره کرد:

در حوزه کسب و کار؛ مشاغل از ابزارهای هوش مصنوعی برای خودکارسازی وظایف، بهبود خدمات مشتری و افزایش فروش استفاده می‌کنند. در آموزش، مربیان از ابزارهای هوش مصنوعی برای شخصی‌سازی یادگیری، ارائه بازخورد در زمان واقعی و ارزیابی دانش آموزان استفاده می‌کنند. در مراقبت‌های بهداشتی، ارائه‌دهندگان مراقبت‌های بهداشتی

تصاویر و سایر موارد طبقه‌بندی می‌شوند. این تصویر نشان‌دهنده تنوع گسترده ابزارهای هوش مصنوعی موجود در بازار است. این ابزارها می‌توانند برای انجام طیف گسترده‌ای از وظایف استفاده شوند، از جمله: ابزارهای نوشتن، این ابزارها می‌توانند به شما کمک کنند تا محتوای متنی مانند مقالات، پست‌های وبلاگ و ایمیل‌ها را تولید کنید. آنها همچنین می‌توانند به شما کمک کنند تا محتوای موجود را ویرایش و اصلاح کنید. ابزارهای بازاریابی، این ابزارها می‌توانند به شما کمک کنند تا کمپین‌های بازاریابی خود را برنامه‌ریزی، اجرا و اندازه‌گیری کنید. آنها همچنین به شما کمک می‌کنند تا مشتریان خود را بهتر بشناسید و محتوای مرتبط‌تری را برای آنها ایجاد کنید. ابزارهای بهره‌وری، این ابزارها می‌توانند به شما کمک کنند تا کارهای روزمره خود را خودکار کنید و زمان

از ابزارهای هوش مصنوعی برای تشخیص بیماری‌ها، تجویز درمان‌ها و نظارت بر سلامت بیماران استفاده می‌کنند. در دولت، نهادها از ابزارهای هوش مصنوعی برای ارائه خدمات به شهروندان، بهبود امنیت عمومی و مبارزه با جرم استفاده می‌کنند. در حوزه مصرف‌کننده، مصرف‌کنندگان از ابزارهای هوش مصنوعی برای انجام کارهای روزمره، مانند برنامه‌ریزی قرار ملاقات‌ها، تنظیم یادآوری‌ها و خرید آنلاین استفاده می‌کنند.

نکته کلیدی؛ ابزارهای هوش مصنوعی پتانسیل انقلابی در بسیاری از جنبه‌های زندگی ما را دارند. آنها می‌توانند به ما کمک کنند تا کارآمدتر، خلاق‌تر و بهره‌ورتر باشیم. با ادامه پیشرفت هوش مصنوعی، می‌توانیم انتظار داشته باشیم که ابزارهای جدید و نوآورانه‌ای را ببینیم که زندگی ما را به روش‌های جدید و هیجان‌انگیزی بهبود می‌بخشد.

۱۲۰ ابزار هوش مصنوعی دیوانه‌کننده!

همان‌گونه که در سطور بالا به اختصار توضیح دادم، هوش مصنوعی زندگی ما را تحت تاثیر شدید قرار داده و عدم استفاده از آنها در دنیای پر تلاطم اجتناب‌ناپذیر شده است. در این بخش سعی می‌شود، یک طبقه‌بندی سیستماتیک از ابزارهای هوش مصنوعی و نوع کمک آنها به افراد و کسب و کارها ارائه شود.

ابزارهای هوش مصنوعی نوشتن (نوشتاری) چه کمکی به ما می‌کنند: ابزارهای هوش مصنوعی نوشتن که به عنوان نرم‌افزار نویسنده هوش مصنوعی هم شناخته می‌شوند، با استفاده از الگوریتم‌های پیچیده یادگیری ماشین، به نویسندگان در انجام کارهای مختلف مرتبط با نوشتن کمک می‌کنند. این ابزارها می‌توانند در زمینه‌های مختلفی از جمله، ایده‌پردازی و تولید محتوا (ابزارهایی مانند Jasper و Copy.ai) به شما کمک کنند تا با ارائه ایده‌های مختلف و قالب‌های متنی خلاقانه، نویسندگی خود را آغاز کنید. می‌توانید از آنها برای نوشتن عناوین جذاب، متن تبلیغاتی، ایمیل، نامه و انواع دیگر محتوا استفاده کنید. در خصوص پژوهش و جمع‌آوری اطلاعات، ابزارهایی

مانند Grammarly و QuillBo به شما کمک می‌کنند تا با یافتن اطلاعات مرتبط و معتبر از منابع مختلف، تحقیقات خود را به طور کارآمد انجام دهید. می‌توانید از آنها برای یافتن آمار، حقایق و ارقام مرتبط با موضوع خود استفاده کنید. در خصوص نوشتن و ویرایش متن، ابزارهایی مانند ProWritingAid و Hemingway Editor به شما کمک می‌کنند تا متنی روان، واضح و عاری از اشتباه نگارشی و دستوری بنویسید. می‌توانید از آنها برای بررسی املا، گرامر، وضوح، خوانایی و لحن متن خود استفاده کنید. پیرامون ترجمه زبان، ابزارهایی مانند DeepL و Google Translate به شما کمک می‌کنند تا محتوای خود را به زبان‌های مختلف ترجمه کنید. این امر به شما امکان می‌دهد تا مخاطبان بیشتری را در سراسر جهان جذب کنید.

نمونه کارهایی که ابزارهای «هوش مصنوعی نوشتن» انجام می‌دهند، می‌توان به نوشتن یک پست وبلاگ اشاره کرد که با ارائه ایده‌های مختلف برای عنوان و مقدمه، به شما کمک می‌کنند تا موضوع پست خود را انتخاب کنید. به شما کمک می‌کنند تا محتوای خود را به طور کامل و جامع بنویسید. متنی روان، واضح و عاری از اشتباه نگارشی و دستوری ارائه می‌دهند. با ایجاد یک کمپین بازاریابی ایمیلی، به شما کمک می‌کنند تا موضوع و محتوای ایمیل‌های خود را بنویسید.

همچنین عناوین جذاب و «اقدام به عمل قوی» ایجاد می‌کنند. به شما کمک می‌کنند تا ایمیل‌های خود را به طور شخصی‌سازی شده برای مخاطبان خود ارسال کنید. در نوشتن یک گزارش، به شما کمک می‌کنند تا اطلاعات لازم را جمع‌آوری و سازماندهی کنید. همچنین یافته‌های خود را به طور واضح و مختصر ارائه دهید. به شما کمک می‌کنند تا نمودارها و جداول را برای تجسم داده‌های خود ایجاد کنید. یکی مزایای استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی نوشتن، افزایش سرعت و کارایی است. این ابزارها می‌توانند به شما کمک کنند تا سریع‌تر و کارآمدتر بنویسید. بهبود کیفیت نوشتن، مزیت دیگری است که می‌تواند به شما کمک کند تا متنی روان، واضح و عاری از اشتباه بنویسید. کاهش انسداد نویسنده از دیگر مزایای هوش مصنوعی در ابزارهای نوشتن است. این ابزارها می‌توانند به شما کمک کنند تا ایده‌های جدیدی پیدا و روی نوشتن خود تمرکز کنید. دسترسی به مخاطبان جهانی از طریق این ابزارها، به شما کمک می‌کنند تا محتوای خود را به زبان‌های مختلف ترجمه کنید.

ابزارهای هوش مصنوعی بازاریابی چه کمکی به ما می‌کنند: ابزارهای هوش مصنوعی بازاریابی که به عنوان AI marketing tools هم شناخته می‌شوند، با استفاده از الگوریتم‌های پیچیده یادگیری ماشین، به بازاریابان در انجام وظایف مختلف بازاریابی کمک می‌کنند. این ابزارها می‌توانند در زمینه‌های مختلفی مانند:

تحقیقات بازاریابی: ابزارهایی مانند Semrush و Ahrefs به شما کمک می‌کنند تا بازار هدف خود را بهتر بشناسید، رقبای خود را ردیابی کنید و فرصت‌های جدید بازاریابی را پیدا کنید. می‌توانید از آنها برای جمع‌آوری داده‌های مربوط به کلمات کلیدی، حجم جست و جو، سهم بازار و رفتار مشتری استفاده کنید.

شخصی‌سازی: ابزارهایی مانند Adobe Target و Personify به شما کمک می‌کنند تا تجربیات بازاریابی را برای مشتریان خود شخصی‌سازی کنید. می‌توانید از آنها برای نمایش محتوای مرتبط، پیشنهادات و تبلیغات به هر مشتری بر اساس علایق و رفتارهای قبلی آنها استفاده کنید.

خودکارسازی: ابزارهایی مانند Zapier و Integromat به شما کمک می‌کنند تا وظایف بازاریابی تکراری را خودکار کنید. می‌توانید از آنها برای خودکارسازی کارهایی مانند ارسال ایمیل، به اشتراک‌گذاری رسانه‌های اجتماعی و مدیریت تبلیغات استفاده کنید.

تجزیه و تحلیل: ابزارهایی مانند Google Analytics و Kissmetrics به شما کمک می‌کنند تا عملکرد کمپین‌های بازاریابی خود را ردیابی و تجزیه و تحلیل کنید. می‌توانید از آنها برای درک اینکه چه چیزی خوب کار می‌کند و چه چیزی را باید بهبود بخشید، استفاده کنید. به نمونه کارهایی که ابزارهای هوش مصنوعی بازاریابی انجام می‌دهند، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:



است که این ابزارها می‌توانند به شما کمک کنند تا نتایج کمپین‌های بازاریابی خود را بهبود بخشید. در کاهش هزینه‌ها، می‌توانند به شما کمک کنند تا هزینه‌های بازاریابی خود را کاهش دهید و در نهایت اینکه، در کسب اطلاعات بیشتر، می‌توانند به شما کمک کنند تا اطلاعات بیشتری در مورد مشتریان و بازار خود به دست آورید.

ابزارهای هوش مصنوعی طراحی چه کمکی به ما می‌کنند؟ ابزارهای هوش مصنوعی طراحی که به عنوان طراحی هوش مصنوعی یا ابزارهای طراحی AI نیز شناخته می‌شوند، با استفاده از الگوریتم‌های پیچیده یادگیری ماشین، به طراحان در انجام وظایف مختلف مرتبط با طراحی کمک می‌کنند. این ابزارها می‌توانند در زمینه‌های مختلفی مانند:

ایده‌پردازی و تولید محتوا: ابزارهایی مانند Midjourney و Artbreeder به شما کمک می‌کنند تا با ارائه ایده‌های مختلف و تصاویر خلاقانه، فرآیند طراحی خود را آغاز کنید. می‌توانید از آنها برای ایجاد تصاویر، طرح‌ها، نمونه‌های اولیه و سایر عناصر بصری با استفاده از دستورات متنی یا آپلود تصاویر موجود استفاده کنید.

طراحی گرافیکی: ابزارهایی مانند Adobe Sensei و Designs.ai به شما کمک می‌کنند تا انواع مختلف محتوای گرافیکی مانند لوگو، پوستر، بنر و اینفوگرافیک را به طور خودکار یا نیمه خودکار ایجاد کنید. می‌توانید از آنها برای انتخاب قالب‌ها، ویرایش تصاویر، افزودن متن و اعمال جلوه‌های مختلف استفاده کنید.

ویرایش و بهینه‌سازی تصاویر: ابزارهایی مانند Cleanup pictures و Photolemur به شما کمک می‌کنند تا تصاویر خود را به طور خودکار ویرایش و بهینه‌سازی کنید. می‌توانید از آنها برای حذف اشیای ناخواسته، تنظیم نور و رنگ، بهبود وضوح و اعمال فیلترهای مختلف استفاده کنید.

طراحی وب: ابزارهایی مانند Wix و Squarespace به شما کمک می‌کنند تا بدون نیاز به دانش کدنویسی، وبسایت‌های حرفه‌ای و جذاب طراحی کنید. می‌توانید از آنها برای انتخاب قالب‌ها، ویرایش محتوا، افزودن عناصر بصری و انتشار وبسایت خود استفاده کنید. نمونه‌سازی و آزمایش: ابزارهایی مانند Figma و Adobe XD به شما کمک می‌کنند تا نمونه‌های اولیه تعاملی از طرح‌های خود ایجاد و آنها را با کاربران نهایی آزمایش کنید. می‌توانید

ایجاد یک کمپین تبلیغاتی، این ابزارها به شما کمک می‌کنند تا مخاطبان هدف خود را شناسایی کنید. بهترین پلتفرم‌های تبلیغاتی را برای کمپین خود انتخاب کنید و تبلیغات را به طور موثر ایجاد و مدیریت کنید. مدیریت رسانه‌های اجتماعی، این ابزارها به شما کمک می‌کنند تا محتوای خود را در پلتفرم‌های مختلف رسانه‌های اجتماعی منتشر کنید. با مخاطبان خود تعامل داشته باشید و عملکرد رسانه‌های اجتماعی خود را ردیابی کنید. ایجاد ایمیل مارکتینگ، به شما کمک می‌کنند تا لیست‌های ایمیل خود را ایجاد و مدیریت کنید. ایمیل‌های بازاریابی جذاب و موثر ایجاد و عملکرد ایمیل مارکتینگ خود را ردیابی کنید. بهبود سئو، به شما کمک می‌کند تا محتوای خود را برای موتورهای جستجو بهینه کنید، رتبه و سایت خود را در نتایج جستجو افزایش دهید و ترافیک ارگانیک بیشتری به وبسایت خود جذب کنید.

یکی از مزایای استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی در بازاریابی، افزایش کارایی است. این ابزارها می‌توانند به شما کمک کنند تا کارهای بازاریابی خود را سریع‌تر و کارآمدتر انجام دهید. بهبود نتایج هم‌میزت دیگری

از آنها برای ایجاد رابط‌های کاربری، انیمیشن‌ها و سناریوهای مختلف استفاده و بازخورد کاربران را جمع‌آوری کنید.

نمونه‌هایی از کارهایی که ابزارهای هوش مصنوعی طراحی انجام می‌دهند:

ایجاد یک لوگو: با ارائه یک شرح مختصر از کسب‌وکار و برند خود، می‌توانید از یک ابزار هوش مصنوعی طراحی بخواهید تا چندین طرح لوگو را برای شما ایجاد کند. طراحی یک پوستر: می‌توانید از یک ابزار هوش مصنوعی طراحی برای ایجاد یک پوستر تبلیغاتی برای یک رویداد یا محصول جدید با استفاده از تصاویر، متن و گرافیک‌های مرتبط استفاده کنید.

ویرایش عکس محصول: می‌توانید از یک ابزار هوش مصنوعی طراحی برای حذف پس‌زمینه ناخواسته از عکس‌های محصول، تنظیم نور و رنگ و اضافه کردن سایه‌ها و بازتاب‌ها استفاده کنید.

از یک وب‌سایت ساده برای کسب‌وکار یا پروژه خود استفاده کنید.

نمونه‌سازی یک برنامه تلفن همراه: می‌توانید از یک ابزار هوش مصنوعی طراحی برای ایجاد نمونه اولیه تعاملی از رابط کاربری برنامه تلفن همراه خود و دریافت بازخورد از کاربران قبل از توسعه نهایی استفاده کنید.

مزایای استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی طراحی

افزایش سرعت و کارایی: این ابزارها می‌توانند به شما کمک کنند تا طرح‌های خود را سریع‌تر و کارآمدتر ایجاد کنید.

کاهش هزینه‌ها: به شما در صرفه‌جویی در هزینه‌های استخدام طراحان گرافیک یا آژانس‌های طراحی حرفه‌ای کمک می‌کنند. بهبود خلاقیت: می‌توانند به شما در یافتن ایده‌های جدید و الهام‌بخش برای طرح‌های خود کمک کنند.

دسترسی آسان: بسیاری از ابزارهای هوش مصنوعی طراحی به صورت آنلاین و با قیمت‌های مقرون‌به‌صرفه در دسترس هستند.

در نظر داشته باشید ابزارهای هوش مصنوعی طراحی جایگزین طراحان



گرافیک انسانی نیستند.

هدف آنها کمک به طراحان در انجام کارهایشان، افزایش خلاقیت و کارایی آنها و ارائه امکاناتی به افراد بدون تجربه قبلی در طراحی است.

ابزارهای هوش مصنوعی چت‌بات‌ها چه کمکی به ما می‌کنند؟

چت‌بات‌های هوش مصنوعی که به عنوان ربات‌های گفت‌وگو یا AI chatbots نیز شناخته می‌شوند، برنامه‌های کامپیوتری هستند که با استفاده از هوش مصنوعی، می‌توانند مکالمات شبیه به انسان را با کاربران شبیه‌سازی کنند. چت‌بات‌ها می‌توانند در زمینه‌های مختلفی مانند: پشتیبانی مشتری: به سوالات متداول پاسخ دهند، مشکلات را عیب‌یابی و به مشتریان در حل مشکلاتشان کمک کنند.

می‌توانند ۲۴ ساعته در دسترس باشند و به طور همزمان به چندین مشتری رسیدگی کنند. می‌توانند تجربیات شخصی‌سازی شده‌ای را برای هر مشتری ارائه دهند.

بازاریابی و فروش: محصولات و خدمات را معرفی کنند، به سوالات مربوط به قیمت و ویژگی‌ها پاسخ دهند و مشتریان را به سمت خرید راهنمایی کنند. می‌توانند سرخ‌های جدیدی را برای تیم فروش جمع‌آوری و قرار ملاقات‌ها را رزرو کنند. می‌توانند کمپین‌های بازاریابی شخصی‌سازی شده را اجرا کنند.

آموزش و منابع انسانی: به سوالات مربوط به خط‌مشی‌ها، مزایا و سایر موضوعات مرتبط با کارکنان پاسخ دهند. فرآیندهای ورود به سیستم و ادغام کارکنان را خودکار کنند، بازخورد کارکنان را جمع‌آوری کنند و نظرسنجی‌ها را انجام دهند.

مراقبت‌های بهداشتی: علائم بیماری را غربالگری، قرار ملاقات‌ها را رزرو و به بیماران در مدیریت دارو و ایشان کمک کنند.

می‌توانند به سوالات مربوط به سلامتی و تناسب‌اندام پاسخ داده و منابع آموزشی را ارائه دهند. می‌توانند پشتیبانی عاطفی را به بیماران و خانواده‌هایشان ارائه دهند. نمونه‌هایی از کارهایی که چت‌بات‌های هوش مصنوعی انجام می‌دهند:

پاسخ به سوالات متداول: یک چت‌بات می‌تواند روی وب‌سایت یک شرکت قرار داده شود تا به سوالات متداول مربوط به محصولات، خدمات یا ساعات کار آنها پاسخ دهد.

پشتیبانی فنی: یک چت‌بات می‌تواند برای کمک به مشتریان در عیب‌یابی مشکلات رایانه‌ای یا تلفن همراهشان استفاده شود.

برنامه‌ریزی قرار ملاقات: یک چت‌بات می‌تواند برای رزرو قرار ملاقات با پزشک، دندانپزشک یا آرایشگر استفاده شود.

سفارش غذا: یک چت بات می تواند برای سفارش غذا از رستوران یا کافه استفاده شود.

ارائه پشتیبانی مشتری: یک چت بات می تواند برای کمک به مشتریان در بازگرداندن محصول، پیگیری سفارش یا ثبت شکایت استفاده شود.

مزایای استفاده از چت بات های هوش مصنوعی

بهبود خدمات مشتری: چت بات ها می توانند به طور شبانه روزی در دسترس باشند و به سرعت به سوالات و درخواست های مشتریان پاسخ دهند. کاهش هزینه ها: می توانند وظایف پشتیبانی مشتری را خودکار کنند و در نتیجه هزینه های مربوط به کارکنان را کاهش دهند. افزایش فروش: می توانند به طور موثرتری محصولات و خدمات را به مشتریان معرفی کنند و نرخ تبدیل را افزایش دهند.

جمع آوری داده ها: چت بات ها می توانند تعاملات با مشتریان را ردیابی و داده های ارزشمندی را برای بهبود محصولات و خدمات جمع آوری کنند. در نظر داشته باشید که چت بات های هوش مصنوعی جایگزین نمایندگان خدمات مشتری انسانی نیستند.

هدف آنها کمک به نمایندگان در انجام کارهای شان، ارائه پشتیبانی اولیه به مشتریان و آزاد کردن زمان نمایندگان برای رسیدگی به مسائل پیچیده تر است. همیشه باید از چت بات ها به روشی استراتژیک و در کنار خدمات مشتری انسانی استفاده کنید. علاوه بر موارد ذکر شده، چت بات های هوش مصنوعی می توانند برای اهداف مختلف دیگری مانند سرگرمی، آموزش و تحقیق نیز استفاده شوند. با پیشرفت مداوم فناوری هوش مصنوعی، چت بات ها به طور فزاینده ای پیچیده تر می شوند و پتانسیل انقلابی در نحوه تعامل ما با رایانه ها و دنیای اطراف مان را دارند.

ابزار های هوش مصنوعی صدا چه کمکی به ما می کنند؟

ابزار های هوش مصنوعی صدا که به

عنوان AI voice tools یا صداهای هوش مصنوعی نیز شناخته می شوند، با استفاده از الگوریتم های پیچیده یادگیری ماشین، به افراد و سازمان ها در انجام وظایف مختلف مرتبط با صدا کمک می کنند. این ابزار ها می توانند در زمینه های مختلفی مانند:

تبدیل متن به گفتار: متن نوشته شده را به گفتار انسانی تبدیل می کنند که می تواند برای افراد کم بینا یا نابینا، خواندن کتاب های الکترونیکی یا مقالات خبری و ایجاد محتوای صوتی مانند پادکست و ویدیو مفید باشد. ابزار هایی مانند: Amazon Polly و Google Text-to-Speech در این زمینه پیشرو هستند.

تبدیل گفتار به متن: این ابزار ها، صحبت گفتاری را به متن نوشتاری تبدیل می کنند که می تواند برای ایجاد رونوشت جلسات، ترجمه گفتار به زبان های دیگر و زیرنویس خودکار ویدئوها استفاده شود. ابزار هایی مانند Google Speech-to-Text و Microsoft Azure Speech Services در این زمینه پیشرو هستند.

تشخیص گوینده: می تواند صدای افراد مختلف را تشخیص دهند و از آنها برای اهداف مختلفی مانند احراز هویت، کنترل صوتی و بازاریابی شخصی سازی شده استفاده کنند. ابزار هایی مانند Voiceitt و SoundHound در این زمینه پیشرو هستند.

استخراج اطلاعات از صدا: می تواند اطلاعاتی مانند موضوع، احساسات و کلمات کلیدی را از فایل های صوتی استخراج کنند که می تواند برای تجزیه و تحلیل محتوای صوتی، خلاصه سازی سخنرانی ها و ایجاد گزارش ها استفاده شود. ابزار هایی مانند IBM Watson Speech to Text و Google Cloud Speech-to-Text Enhanced در این زمینه پیشرو هستند.

تولید صداهای مصنوعی: می تواند صداهای انسانی مصنوعی را برای اهداف مختلفی مانند دوبلاژ، ساخت شخصیت های مجازی و ایجاد موسیقی بدون نیاز به خواننده یا نوازنده واقعی ایجاد کنند. ابزار هایی مانند Respeecher و Adobe Voco در این زمینه پیشرو هستند. نمونه هایی از کار هایی که ابزار های هوش مصنوعی صدا انجام می دهند:

ایجاد کتاب های صوتی: می توان از ابزار های تبدیل متن به گفتار برای تبدیل کتاب های الکترونیکی یا مقالات خبری به کتاب های صوتی استفاده کرد. ترجمه همزمان: می توان از ابزار های گفتار به متن برای ترجمه صحبت های یک سخنران به زبان های دیگر در زمان واقعی استفاده کرد.

کنترل لوازم خانگی هوشمند: می توان از ابزار های تشخیص گوینده برای کنترل لوازم خانگی هوشمند با استفاده از دستورات صوتی استفاده کرد.

تجزیه و تحلیل تماس های مشتری: می توان از ابزار های استخراج اطلاعات از صدا برای تجزیه و تحلیل تماس های خدمات مشتری و شناسایی زمینه های بهبود استفاده کرد.

ایجاد محتوای آموزشی: می توان از ابزار های تولید صداهای مصنوعی برای ایجاد شخصیت های مجازی که می توانند مطالب آموزشی را به روشی جذاب ارائه دهند استفاده کرد.

مزایای استفاده از ابزار های هوش مصنوعی صدا

افزایش دسترسی: ابزار های هوش مصنوعی صدا می توانند به افراد کم توانایی مانند افراد کم بینا یا نابینا در دسترسی به اطلاعات و خدمات کمک کنند. بهبود کارایی: می توانند وظایف را خودکار و به افراد کمک کنند تا کار های خود را سریع تر و کارآمد تر انجام دهند.

کاهش هزینه ها: می توانند هزینه های مربوط به استخدام گوینده ها، مترجمان و رونویسان را کاهش دهند. افزایش خلاقیت: می توانند برای ایجاد محتوای صوتی جدید و نوآورانه مانند کتاب های صوتی، پادکست ها و موسیقی استفاده شوند. در نظر داشته باشید که ابزار های هوش مصنوعی صدا هنوز در حال توسعه هستند و گاهی اوقات می توانند اشتباه کنند. همیشه باید قبل از استفاده از آنها در موقعیت های حساس، مانند ارائه های عمومی یا ترجمه های رسمی،



دقت آنها را بررسی کنید. علاوه بر این، استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی صدا باید با ملاحظات اخلاقی مانند حفظ حریم خصوصی و عدم سوءاستفاده همراه باشد. با پیشرفت مداوم فناوری هوش مصنوعی، ابزارهای هوش مصنوعی صدا به طور فزاینده‌مورد استفاده قرار می‌گیرند.

ابزارهای هوش مصنوعی ویدئو چه کمکی به مامی کنند؟

ابزارهای هوش مصنوعی ویدئو که به عنوان AI videotools یا «ویدئوهای هوش مصنوعی» نیز شناخته می‌شوند، با استفاده از الگوریتم‌های پیچیده یادگیری ماشین، به افراد و سازمان‌ها در انجام وظایف مختلف مرتبط با ویدئو کمک می‌کنند. این ابزارها می‌توانند در زمینه‌های مختلفی مانند:

تولید و ویرایش ویدئو: به‌طور خودکار یا نیمه‌خودکار ویدئوهای را از متن، تصاویر یا ویدئوهای موجود ایجاد می‌کنند. می‌توانند از آنها برای افزودن متن، موسیقی، جلوه‌های ویژه و سایر عناصر بصری به ویدئوها استفاده کرد. می‌توانند ویدئوها را به‌طور خودکار ویرایش و قسمت‌های ناخواسته را حذف کنند و ویدئو را به‌طور روان و جذاب در آورند.

ترجمه و زیرنویس: گفتار و متن موجود در ویدئوها را به زبان‌های مختلف ترجمه می‌کنند. می‌توانند زیرنویس‌های خودکار را به زبان اصلی و زبان‌های ترجمه‌شده اضافه کنند. می‌توانند از آنها برای ایجاد زیرنویس‌های زمان‌بندی‌شده و ترجمه‌های همزمان برای ویدئوهای زنده استفاده کرد.

تجزیه و تحلیل ویدئو: محتوای ویدئوها را تجزیه و تحلیل می‌کنند، اشیا، افراد و صحنه‌ها را شناسایی و متادیتا ایجاد می‌کنند. می‌توانند از آنها برای استخراج کلمات کلیدی، خلاصه‌سازی ویدئو، دسته‌بندی ویدئوها و یافتن ویدئوهای مرتبط استفاده کرد. می‌توانند از آنها برای ردیابی احساسات بیننده، توجه بیننده و تعامل با ویدئو استفاده کرد. تولید محتوا: به‌طور خودکار یا نیمه‌خودکار محتوای ویدئویی را بر اساس موضوعات، فیلمنامه‌ها یا ایده‌های مختلف ایجاد می‌کنند. می‌توانند از آنها برای ایجاد

ویدئوهای آموزشی، تبلیغاتی، بازاریابی و سرگرمی استفاده کرد. می‌توانند از آنها برای ایجاد شخصیت‌های مجازی، انیمیشن‌ها و جلوه‌های ویژه استفاده کرد.

نمونه‌هایی از کارهایی که ابزارهای هوش مصنوعی ویدئو انجام می‌دهند

ایجاد یک ویدئو از پست وبلاگ: با استفاده از یک ابزار تولید ویدئو مبتنی بر هوش مصنوعی، می‌توانید متن پست وبلاگ خود را به یک ویدئوی جذاب با تصاویر، متن و صدا تبدیل کنید. ترجمه یک ویدئوی آموزشی: می‌توانید از یک ابزار ترجمه و زیرنویس برای ترجمه گفتار و متن یک ویدئوی آموزشی به زبان‌های مختلف و اضافه کردن زیرنویس‌های خودکار استفاده کنید.

تجزیه و تحلیل ویدئوهای بازاریابی: می‌توانید از ابزارهای تجزیه و تحلیل ویدئو برای ردیابی تعداد بازدیدها، زمان تماشای ویدئو، نرخ کلیک و سایر معیارهای کلیدی برای ویدئوهای بازاریابی خود استفاده کنید.

ایجاد یک ویدئوی تبلیغاتی: می‌توانید از یک ابزار تولید محتوای ویدئویی برای ایجاد یک ویدئوی تبلیغاتی جذاب برای محصول یا خدمات خود با استفاده از تصاویر، متن، موسیقی و جلوه‌های ویژه استفاده کنید.

مزایای استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی ویدئو

افزایش سرعت و کارایی: این ابزارها می‌توانند به شما کمک کنند تا ویدئوهایی را سریع‌تر و کارآمدتر تولید و ویرایش کنید.

کاهش هزینه‌ها: می‌توانند به شما در صرفه‌جویی در هزینه‌های استخدام فیلمبرداران، ویرایشگران ویدئو و گویندگان حرفه‌ای کمک کنند.

بهبود دسترسی: می‌توانند ویدئوها را برای افراد دارای معلولیت شنوایی یا کسانی که به زبان‌های مختلف صحبت می‌کنند، در دسترس قرار دهند.

خلاقیت بیشتر: می‌توانند به شما در ایجاد ویدئوهایی جذاب و بصری خلاقانه کمک کنند. در نظر داشته باشید که ابزارهای هوش مصنوعی ویدئو جایگزین انسان‌ها در زمینه‌های مختلف مرتبط با ویدئو نیستند. هدف آنها کمک به انسان‌ها در انجام کارهایشان، ارتقای کیفیت ویدئو و ارائه امکانات بیشتر از توانمندی‌های انسانی است.

ابزارهای هوش مصنوعی تصاویر چه کمکی به مامی کنند؟

ابزارهای هوش مصنوعی تصاویر که به‌عنوان AI image tools یا «تصاویر هوش

نمونه‌هایی از کارهایی که ابزارهای هوش مصنوعی تصاویر انجام می‌دهند

ویرایش عکس سلفی: با استفاده از یک ابزار ویرایش تصویر مبتنی بر هوش مصنوعی، می‌توانید نور و رنگ عکس سلفی خود را تنظیم و لکه‌ها را حذف کنید، وضوح را افزایش دهید و فیلترهای مختلفی را اعمال کنید.

ایجاد تصاویر محصول: می‌توانید از یک ابزار تولید تصویر برای ایجاد تصاویر محصول جذاب برای فروشگاه آنلاین خود با استفاده از متن، تصاویر موجود یا ایده‌های خلاقانه خود استفاده کنید.

دسته‌بندی تصاویر در یک وب‌سایت: می‌توانید از یک ابزار دسته‌بندی و جست‌وجوی تصویر برای دسته‌بندی خودکار تصاویر در وب‌سایت خود بر اساس اشیا، افراد، صحنه‌ها و سایر ویژگی‌های بصری استفاده کنید. تجزیه و تحلیل تصاویر پزشکی: می‌توانید از ابزارهای تشخیص و تجزیه و تحلیل تصویر برای شناسایی سلول‌های سرطانی در تصاویر اسکن‌های پزشکی، اندازه‌گیری تومورها و کمک به پزشکان در تشخیص بیماری‌ها استفاده کنید.

مزایای استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی تصاویر

افزایش سرعت و کارایی: این ابزارها می‌توانند به شما کمک کنند تا تصاویر را سریع‌تر و کارآمدتر ویرایش، ایجاد، دسته‌بندی و تجزیه و تحلیل کنید.

کاهش هزینه‌ها: می‌توانند به شما در صرفه‌جویی در هزینه‌های استخدام ویرایشگران تصویر، عکاسان و متخصصان تجزیه و تحلیل تصویر حرفه‌ای کمک کنند.

بهبود خلاقیت: می‌توانند به شما در ایجاد تصاویر جدید و منحصر به فرد و یافتن ایده‌های جدید بصری کمک کنند.

بهبود دسترسی: می‌توانند تصاویر را برای افراد دارای معلولیت بینایی یا کسانی که به زبان‌های مختلف صحبت می‌کنند، در دسترس قرار دهند.

ابزارهای هوش مصنوعی در تجزیه و تحلیل داده‌ها چه کمکی به ما می‌کنند؟

ابزارهای هوش مصنوعی در تجزیه و تحلیل داده‌ها، طیف گسترده‌ای از نرم‌افزارها را شامل می‌شوند که از یادگیری ماشین و سایر تکنیک‌های هوش مصنوعی برای خودکارسازی و ارتقای فرآیند تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده می‌کنند. این ابزارها می‌توانند به شما در موارد زیر کمک کنند:

جمع‌آوری و آماده‌سازی داده‌ها از منابع مختلف: ابزارهای هوش مصنوعی می‌توانند داده‌ها

را از وب، پایگاه‌های داده، شبکه‌های اجتماعی و حسگرها به‌طور خودکار جمع‌آوری کنند.

پاک‌سازی و آماده‌سازی داده‌ها: این ابزارها می‌توانند داده‌های ناقص، نادرست و تکراری را

شناسایی و اصلاح کنند و داده‌ها را برای تجزیه و تحلیل فرمت‌بندی کنند.

اکتشاف و تجسم داده‌ها: ابزارهای هوش مصنوعی می‌توانند نمودارها و گراف‌های مختلفی

را برای نشان دادن داده‌ها و کمک به شما در درک الگوها و روندها ایجاد کنند.

کشف الگو: این ابزارها می‌توانند الگوها و ناهنجاری‌های پنهان در داده‌ها را به‌طور خودکار

شناسایی کنند.

کاهش بعد: ابزارهای هوش مصنوعی می‌توانند تعداد متغیرهای موجود در مجموعه داده را

برای تجزیه و تحلیل آسان‌تر کاهش دهند.

مدل‌سازی داده‌ها و انتخاب مدل: ابزارهای هوش مصنوعی می‌توانند به‌طور خودکار

بهترین مدل یادگیری ماشین را برای یک کار خاص انتخاب کنند.

ایجاد مدل: این ابزارها می‌توانند مدل‌های یادگیری ماشین را روی داده‌های شما آموزش

دهند.

تنظیم مدل: ابزارهای هوش مصنوعی می‌توانند به‌طور خودکار مدل‌های یادگیری ماشین را

برای بهبود عملکرد آنها تنظیم کنند.

استقرار مدل‌ها در تولید: ابزارهای هوش مصنوعی می‌توانند مدل‌های یادگیری ماشین را در

برنامه‌های کاربردی واقعی مستقر کنند.

مصنوعی» نیز شناخته می‌شوند، با استفاده از الگوریتم‌های پیچیده یادگیری ماشین، به افراد و سازمان‌ها در انجام وظایف مختلف مرتبط با تصاویر کمک می‌کنند. این ابزارها می‌توانند در زمینه‌های مختلفی مانند:

ویرایش و بهینه‌سازی تصویر: به‌طور خودکار یا نیمه‌خودکار تصاویر را ویرایش می‌کنند، نقص‌ها را برطرف می‌کنند، کیفیت را ارتقا می‌دهند و جلوه‌های مختلفی را اعمال می‌کنند. می‌توانند از آنها برای تنظیم نور و رنگ، حذف اشیای ناخواسته، افزایش وضوح، اعمال فیلترها و ایجاد افکت‌های هنری استفاده کرد. می‌توانند تصاویر را به‌طور خودکار به فرمت‌های مختلف تبدیل کنند، اندازه آنها را تغییر دهند و آنها را برای وب یا چاپ آماده کنند.

ایجاد تصاویر: تصاویر جدیدی را از متن، تصاویر موجود یا ایده‌های خلاقانه ایجاد می‌کنند. می‌توانند از آنها برای ایجاد تصاویر واقعی، تصاویر انتزاعی، تصاویر هنری، تصاویر محصول و موارد دیگر استفاده کرد. می‌توانند از آنها برای ایجاد تصاویر با سبک‌ها و قالب‌های مختلف، مانند نقاشی‌های معروف، عکس‌های واقعی یا تصاویر کارتونی استفاده کرد.

دسته‌بندی و جست‌وجو: تصاویر را بر اساس اشیاء، افراد، صحنه‌ها، سبک‌ها و سایر ویژگی‌های بصری دسته‌بندی می‌کنند. می‌توانند از آنها برای جست‌وجوی تصاویر در پایگاه‌های داده بزرگ، یافتن تصاویر مشابه و کشف محتوای تصویری جدید استفاده کرد. می‌توانند از آنها برای ایجاد برچسب‌های متنی برای تصاویر، افزودن توضیحات و ایجاد کاتالوگ‌های تصویری استفاده کرد.

تشخیص و تجزیه و تحلیل: اشیا، افراد، صحنه‌ها، احساسات و سایر عناصر بصری را در تصاویر شناسایی می‌کنند. می‌توانند از آنها برای استخراج اطلاعات از تصاویر، مانند نوع اشیا، نژاد افراد، مکان تصاویر و لحن کلی تصاویر استفاده کرد. می‌توانند از آنها برای ردیابی تغییرات در تصاویر، شناسایی ناهنجاری‌ها و ایجاد گزارش‌های تحلیلی استفاده کرد.



خدمات مشتری: تشخیص چهره می تواند برای تایید هویت مشتریان و ارائه خدمات شخصی به آنها استفاده شود.

مزایای استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی در تشخیص چهره:

دقت: ابزارهای تشخیص چهره با پیشرفت تکنولوژی دقیق تر می شوند.

سرعت: تشخیص چهره می تواند به سرعت و کارآمد افراد را شناسایی کند.

امنیت: تشخیص چهره می تواند به افزایش امنیت با کنترل دسترسی به مکانها و اطلاعات حساس کمک کند.

راحتی: تشخیص چهره می تواند برای کاربران راحت باشد زیرا نیازی به ورود پین یا رمز عبور نیست.

معایب استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی در تشخیص چهره:

حریم خصوصی: استفاده از تشخیص چهره می تواند نگرانی هایی را در مورد حریم خصوصی ایجاد کند، زیرا می توان از آن برای ردیابی و نظارت بر افراد استفاده کرد.

تعصب: ابزارهای تشخیص چهره ممکن است مغرضانه باشند و افراد خاصی را با دقت کمتری شناسایی کنند.

هزینه: ابزارهای تشخیص چهره می توانند گران باشند، به خصوص برای سیستم های بزرگ و پیچیده. برخی ابزارهای محبوب هوش مصنوعی در تشخیص چهره عبارتند از:

Amazon Rekognition Microsoft Azure Face IBM Watson Face Recognition Google Cloud Vision API OpenFace DeepFaceLab

رتبه بندی: محبوب ترین ابزارهای هوش مصنوعی در سال ۲۰۲۳

هوش مصنوعی در سال ۲۰۲۳ سال پررونقی را پشت سر گذاشت؛ جایی که مدل های زبان بزرگ (LLM) و تولیدکنندگان متن به تصویر توجه و تخیل فناوران و سرمایه گذاران را به خود جلب کرد. شبیه سایر پیشرفت های فناوریانه اخیر مانند اینترنت و تلفن های هوشمند، مرحله اولیه چرخه پذیرش فناوری هوش مصنوعی، منجر به ایجاد محصولات نرم افزاری پر کاربرد شده است. این تصویری که در زیر مشاهده می کنید از گزارش «مجموعه پیش بینی جهانی ۲۰۲۴» برای رتبه بندی و نمایش محبوب ترین ابزارهای هوش مصنوعی ۲۰۲۳ استفاده می کند.

نظارت بر مدل ها: این ابزارها می توانند عملکرد مدل های یادگیری ماشین را در طول زمان رصد و در صورت نیاز آنها را به روز کنند.

مزایای استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی در تجزیه و تحلیل داده ها

افزایش سرعت و دقت: ابزارهای هوش مصنوعی می توانند فرآیند تجزیه و تحلیل داده ها را خودکار کنند و به شما کمک کرده تا سریع تر به بینش برسید.

کشف الگوهای پنهان: این ابزارها می توانند الگوها و ناهنجاری هایی را در داده ها پیدا کنند که ممکن است انسان ها از دست بدهند.

تصمیم گیری بهتر: بینش های حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها با هوش مصنوعی می تواند به شما در تصمیم گیری بهتر برای کسب و کارتان کمک کند.

ابزارهای هوش مصنوعی در تشخیص چه کمکی به ما می کنند؟

ابزارهای هوش مصنوعی در تشخیص چهره از یادگیری عمیق و سایر تکنیک های هوش مصنوعی برای شناسایی و تایید هویت افراد از طریق تصاویر یا ویدئوها استفاده می کنند. این ابزارها کاربردهای مختلفی در زمینه های مختلف از جمله امنیت، بازاریابی و خدمات مشتری دارند. برخی کاربردهای رایج ابزارهای هوش مصنوعی در تشخیص چهره عبارتند از:

کنترل دسترسی: تشخیص چهره می تواند برای تایید هویت افراد هنگام ورود به ساختمان ها یا مناطق امن استفاده شود.

تایید هویت: از تشخیص چهره می توان برای تایید هویت افراد هنگام استفاده از خدمات مالی یا دسترسی به اطلاعات حساس استفاده کرد.

نظارت: تشخیص چهره می تواند برای نظارت بر افراد در مکان های عمومی مانند فرودگاه ها و مکان های حساس استفاده شود.

بازاریابی: از تشخیص چهره می توان برای شناسایی و هدف قرار دادن مشتریان در فروشگاه ها و سایر مکان های عمومی استفاده کرد.

هوش مصنوعی و اقتصاد جهانی



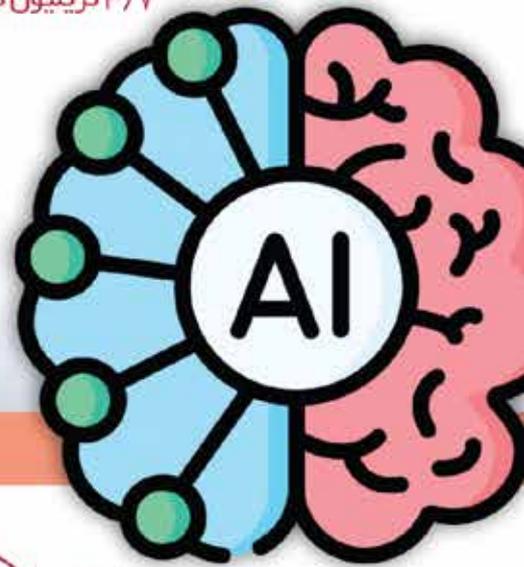
طبق برآورد PWC هوش مصنوعی می‌تواند تا ۱۵/۷ تریلیون دلار (بیش از ۱۴ درصد) به اقتصاد جهانی کمک کند. از این میزان، ۶/۶ تریلیون دلار احتمالاً ناشی از افزایش بهره‌وری و ۹/۱ تریلیون دلار احتمالاً ناشی از اثرات جانبی مصرف است.

بخش تأثیر پذیر تولید ناخالص داخلی از هوش مصنوعی



تمام ارقام تولید ناخالص داخلی بر حسب نرخ ارز مبادله‌ای بازار حساب شده است.

برنده هوش مصنوعی هم چین خواهد بود که ۷ تریلیون دلار معادل ۲۶/۱ درصد GDP آن تحت تاثیر هوش مصنوعی قرار خواهد گرفت، اثر هوش مصنوعی بر اقتصاد آمریکا ۱۴/۵ درصد معادل ۳/۷ تریلیون دلار خواهد بود.



هوش مصنوعی چقدر سریع بر بهره‌وری تأثیر می‌گذارد؟

انتظار می‌رود آمریکای شمالی و چین شاهد بیشترین سود تولید ناخالص داخلی ناشی از افزایش بهره‌وری هوش مصنوعی باشند، اما مسیر تأثیرگذاری بر این دو کشور متفاوت است.



هوش مصنوعی چگونه به اقتصاد کمک می‌کند؟



بیست ابر ثروتمند جهان چه ارتباطی با فعالیت‌های خیریه دارند؟

بیست ابر ثروتمند کنونی جهان، از «برنارد آرنو» و «جف بزوس» تا «جن سون هوانگ» هر یک به نوعی با عرصه نیکوکاری تعامل برقرار کرده‌اند و برخی از آنان تعهد داده‌اند که بیشتر ثروتشان را در زمان حیاتشان به امور خیر اختصاص دهند. در این گزارش به بررسی این تعاملات و تعهدات پرداخته‌ایم.

به گزارش پایگاه خبری تحلیلی خیر ایران، میلیاردرها نقش بزرگی در شکل دادن به اقتصاد جهانی، سیاست و حتی بشردوستی ایفا می‌کنند. آنان با ثروت تمام‌نشدنی خود به باشگاه انحصاری قدرت در جهان تعلق دارند زیرا بسیاری از آن‌ها بنیانگذاران و غول‌های فناوری هستند و تقریباً بخش بزرگی از ارکان تجارت و اقتصاد جهان را در دست دارند. در اختیار داشتن قدرت و امکانات مالی می‌تواند آنان را در تاثیرگذاری مثبت و نیکو به نفع انسانیت در جهان یاری رساند.

برخی از آنان با اهدای کمک‌های مالی، تاسیس بنیادها و یا راه‌اندازی پویش‌های خیریه به فعالیت نیکوکارانه می‌پردازند. در مقابل برخی منتقدان نیز اقدامات بشردوستی ثروتمندان را زیر سوال می‌برند و آنان را با اتهاماتی همچون فرار مالیاتی، پولشویی، سفیدنمایی و ظاهر سازی روبرو می‌کنند که هر کدام به تنهایی قابل بحث و تحقیق است.

نظریه بحث برانگیز بودن ثروتمندانی که کار خیر می‌کنند، در این گزارش، ۲۰ ابر ثروتمند دنیا در سال ۲۰۲۴ (بر اساس مجله فوربس) را از جهت ارتباط با امور خیریه مورد بررسی قرار داده‌ایم. لازم به ذکر است بررسی افراد در این گزارش، به منزله تأیید شخصیت یا اقدامات آنان در زندگی فردی، سیاسی و اجتماعی شان نیست، ضمن اینکه این گزارش مطلقاً درباره تحصیل مشروع یا نامشروع اموال توسط این چهره‌ها، اطلاع یا اظهار نظری ندارد.

۱- برنارد آرنو با ثروت ۲۰۹ میلیارد دلار

«برنارد آرنو» به عنوان یکی از ثروتمندترین افراد فرانسه و جهان، نه تنها به خاطر دستاوردهای تجاری‌اش، بلکه برای فعالیت‌های خیریه‌اش نیز شناخته می‌شود. آرنو با اهدای میلیون‌ها یورو به موزه‌ها و مؤسسات فرهنگی، یکی از مشارکت‌کنندگان اصلی هنر در فرانسه بوده است. او چند بنیاد خیریه تاسیس کرده که «بنیاد خیریه لویی ویتون» از معروف‌ترین آن‌هاست که از برنامه‌های آموزشی کودکان در کشورهای در حال توسعه حمایت می‌کند. او همچنین کمک‌هایی به صلیب سرخ فرانسه و بنیاد کودکان نلسون ماندلا داشته است.

برخی منتقدان او معتقدند که اقدامات خیریه‌ای آرنو بیشتر برای ارتقای وجهه

عمومی او و برند شرکتش؛ لویی ویتون LVMH انجام می‌شود تا اینکه واقعاً به دنبال کمک به نیازمندان باشد. به عنوان مثال، در سال ۲۰۲۱، او ۲۰۰ میلیون یورو به بازسازی کلیسای نوتردام پاریس پس از آتش سوزی اهدا کرد. برخی این اقدام را یک ترفند تبلیغاتی برای جلب توجه به برند LVMH می‌دانستند که البته معلوم نیست این ادعا به واقع چقدر منصفانه باشد. همچنین بعضی از منتقدان، کمک‌های خیریه‌ای او را نسبت به ثروتش، در مقایسه با افرادی همچون وارن بافت و بیل گیتس، اندک می‌دانند.

۲- جف بزوس، با ثروت ۱۹۸٫۲ میلیارد دلار

«صندوق زمین بزوس» معروف‌ترین اقدام خیریه دومین ابر ثروتمند جهان است. «جف بزوس» تعهد یک کمک بلاعوض ۱۰ میلیارد دلاری تا سال ۲۰۳۰، به سازمان ملل متحد در راستای اهداف توسعه پایدار داشته است. بنیانگذار آمازون، در سال ۲۰۲۲ اعلام کرد که می‌خواهد بخش عمده‌ای از دارایی خود را ببخشد. او از بین ۲۳۰ نفر از ثروتمندترین افراد جهان بود که در پویش «تعهد برای اهدا» (1) (Giving Pledge)؛ جنبش بشردوستانه معروف در سال ۲۰۱۰ شرکت کرد. این افراد قول داده بودند تا ثروت خود را به اهداف خیریه اختصاص دهند. براساس گزارش‌ها، بزوس در سال ۲۰۲۲ مبلغ ۱۲۲ میلیون دلار از ثروتش را اهدا کرده است و متعهد شده تا حدود ۱۲٫۸ میلیارد دلار دیگر را تا زمان حیاتش صرف کمک به خیریه‌ها کند.



مقایسه با سایر میلیاردرها: برخی از منتقدان می‌گویند که ماسک در مقایسه با سایر میلیاردرها به اندازه کافی برای امور خیریه کمک نمی‌کند. به عنوان مثال، وارن بافت، یکی از ثروتمندترین افراد جهان، بیش از نیمی از ثروتش را متعهد شده است که به امور خیریه اهدا کند. در مقابل، ماسک تاکنون فقط درصد کمی از ثروتش را اهدا کرده است.

استفاده از پول برای اهداف شخصی: برخی از منتقدان می‌گویند که ماسک از پول خود برای تأمین مالی پروژه‌های شخصی خود در قالب فعالیت‌های خیریه استفاده می‌کند. به عنوان مثال، در سال ۲۰۲۱، او بنیاد "Musk Foundation" را تأسیس کرد که بر روی تحقیقات مغز و روابط مغز و رایانه تمرکز دارد. برخی از منتقدان معتقدند که این بنیاد صرفاً برای تأمین مالی پروژه‌های مورد علاقه ماسک استفاده می‌شود و به نفع واقعی بشریت نیست.

۴- مارک زاکربرگ با ثروت ۱۵۴.۵ میلیارد دلار

«مارک زاکربرگ»، یکی از بنیانگذاران مشهور فیس بوک است که دستی بلند در حوزه فناوری و تجارت دارد. زاکربرگ و همسرش پریسیلا چان از طریق ابتکار "Chan Zuckerberg Initiative"

برخی از منتقدانش معتقدند که اقدامات خیریه‌ای بزوس به منظور مدیریت افکار عمومی انجام می‌شود تا اینکه واقعاً به دنبال کمک به نیازمندان باشد. به عنوان مثال، در سال ۲۰۲۰، او ۱۰۰ میلیون دلار به United Negro College Fund اهدا کرد که بزرگترین سازمان خیریه حامی دانشجویان سیاه‌پوست در ایالات متحده است. این اهدا پس از آن صورت گرفت که شرکت تحت مدیریتش؛ آمازون به دلیل تبعیض نژادی مورد انتقاد قرار گرفته بود. برخی از منتقدان این اقدام را تلاشی برای منحرف کردن توجه از مشکلات آمازون می‌دانستند.

۳- ایلان ماسک با ثروت ۱۹۸.۱ میلیارد دلار

ایلان ماسک، رییس شبکه اجتماعی ایکس، شرکت تسلا و سایر شرکت‌های معروفی که مرزهای فناوری را پیش برده‌اند، یک موسسه خیریه بزرگ را در آمریکا اداره می‌کند. اما بر خلاف بیل گیتس، که ثروت خود را در تلاش برای بهبود مراقبت‌های بهداشتی در سراسر آفریقا به کار گرفته است، یا خانواده «والتون»، که باعث تغییر در سیستم آموزشی آمریکا شده‌اند، بشردوستی ماسک تا حد زیادی از نظر بسیاری از منتقدان خودخواهانه است. منتقدان او را متهم می‌کنند که بشردوستی تنها او را از پرداخت مالیات بزرگی در آمریکا معاف کرده و بیشتر به کسب و کارش کمک می‌کند. انتقادات به فعالیت‌های خیریه ایلان ماسک را می‌توان در چهار سطح توضیح داد:

عدم شفافیت: برخی از منتقدان می‌گویند که ماسک در مورد جزئیات فعالیت‌های خیریه‌اش شفاف نیست و مشخص نیست که پولش چگونه خرج می‌شود. به عنوان مثال، در سال ۲۰۲۱، او متعهد شد که ۵۰ میلیون دلار برای مقابله با گرسنگی در جهان اهدا کند، اما هنوز مشخص نیست که این پول چگونه و به چه کسی پرداخت شده است.

تمرکز بر روی نمایش: برخی دیگر معتقدند که اقدامات خیریه‌ای ماسک بیشتر برای جلب توجه و ارتقای وجهه عمومی او انجام می‌شود تا اینکه واقعاً به دنبال کمک به نیازمندان باشد. به عنوان مثال، در سال ۲۰۲۲، او پیشنهاد داد که یک میلیارد دلار به برنامه جهانی غذا (WFP) اهدا کند به شرطی که آنها نحوه خرج پول را به صورت زنده در توئیتر رصد کنند. این پیشنهاد مورد انتقاد برخی قرار گرفت که آن را "یک ترفند تبلیغاتی" می‌دانستند.

انتخاب‌های نامناسب: برخی از منتقدان با انتخاب‌های ماسک برای فعالیت‌های خیریه‌ای خود مخالف هستند. به عنوان مثال، در سال ۲۰۲۱، او ۱۰ میلیون دلار به بنیاد "Singulari-tyNET" اهدا کرد که به دنبال توسعه هوش مصنوعی فوق بشری است. برخی از کارشناسان معتقدند که این نوع هوش مصنوعی می‌تواند خطرناک باشد و ماسک نباید از آن حمایت کند.

(CZI) فعالیت‌های خیریه گسترده‌ای انجام می‌دهند. CZI یک تعهد بلندمدت برای استفاده از ثروت زاکربرگ برای پیشبرد اهداف بشردوستانه و ترویج برابری است. پ.

برخی از فعالیت‌های قابل توجه زاکربرگ در قالب ابتکار CZI عبارتند از:

کمک به تحقیقات علمی: او میلیارد دلار برای تحقیقات در زمینه‌های مختلف از جمله آموزش، بهداشت و تغییرات آب و هوایی سرمایه‌گذاری کرده است. به عنوان مثال، در سال ۲۰۱۵، آنها ۱۰۰ میلیون دلار برای ابتکار "Breakthrough Energy Ventures" تعهد کردند که به دنبال توسعه منابع انرژی پاک است.

بهبود آموزش: ابتکار زاکربرگ و همسرش، بر روی بهبود دسترسی به آموزش با کیفیت در سراسر جهان تمرکز دارد. به عنوان مثال، آنها در سال ۲۰۱۶، ۵۰ میلیون دلار به ابتکار "The California Education Fund" اهدا کردند که به دنبال اصلاح سیستم آموزشی دولتی کالیفرنیا است.

ترویج برابری: زاکربرگ و همسرش برای ترویج برابری و عدالت برای همه افراد تلاش می‌کنند. به عنوان مثال، آنها در سال ۲۰۱۸، ۱۰۰ میلیون دلار به ابتکار "Chan-Zuckerberg Initiative for Equal Opportunity" اهدا کردند که به دنبال مقابله با فقر و نابرابری است.

آن‌ها همچنین در جهت تسهیل دسترسی به اینترنت و اطلاعات برای همه افراد، حمایت از سازمان‌های محلی و جوامع در سراسر جهان و ارائه کمک در مواقع بلایای طبیعی اقداماتی انجام داده‌اند. برخی از منتقدان، زاکربرگ را به خاطر تمرکز بیش از حد بر روی سرمایه‌گذاری‌هایی که انتظار می‌رود سودآور باشند، به جای اهدای کمک‌های بلاعوض مستقیم به نیازمندان، مورد انتقاد قرار داده‌اند. به عنوان مثال، در سال ۲۰۱۹، زاکربرگ ۹۰۰ میلیون دلار در قالب طرح خیریه‌اش در یک شرکت سرمایه‌گذاری کرد که در حال توسعه فناوری و ویرایش ژن است. برخی از منتقدان استدلال می‌کنند که این سرمایه‌گذاری با مأموریت بشردوستانه CZI همخوانی ندارد و به نفع سهامداران



ثروت مند خواهد بود.

۵- لری الیسون با ثروت ۱۴۳٫۸ میلیارد دلار

«لری الیسون» نامی شناخته شده در صنعت فناوری «اوراکل»، یکی از بزرگترین شرکت‌های نرم‌افزاری در جهان است. با این حال، کمک الیسون به جامعه فراتر از تلاش‌های تجاری اوست. الیسون فعالیت‌های بشردوستانه خود را در اوایل دهه ۱۹۹۰ آغاز و در سال ۱۹۹۲، «بنیاد پزشکی الیسون» را تأسیس کرد که هدف آن حمایت از تحقیقات در مورد پیری و بیماری‌های مرتبط با افزایش سن است. این بنیاد میلیون‌ها دلار به موسسات تحقیقاتی از جمله دانشکده پزشکی هاروارد و دانشگاه کالیفرنیا در سانفرانسیسکو اهدا کرده است. الیسون همچنین یک دغدغه‌مند پرشور نسبت به حیات وحش است؛ مثلاً در سال ۲۰۱۱، چهار میلیون دلار به موسسه «جین گودال» برای حمایت از حفاظت شامپانزه‌ها در آفریقا اهدا کرد. الیسون همچنین میلیون‌ها دلار به آموزش کمک کرده است. در سال ۲۰۱۶، او ۲۰۰ میلیون دلار به دانشگاه کالیفرنیا جنوبی برای تأسیس مؤسسه پزشکی «لارنس جی الیسون» اهدا کرده که هدفش درمان سرطان با توسعه روش‌های درمانی جدید است. او همچنین در تلاش‌های امدادی برای بلایای طبیعی همچون وقوع طوفان و آتش‌سوزی در آمریکا، شرکت داشته است. در سال ۲۰۱۰، الیسون نیز به پویش تعهد برای اهدای پیوست و متعهد شده است که تا پایان عمرش، ۹۵ درصد از دارایی خود را اهدا کند.

۶- لری پیچ با ثروت ۱۳۶٫۳ میلیارد دلار

لری پیچ از بنیانگذاران گوگل است. بنیاد «یادبود کارل ویکتور پیچ» که توسط لری پیچ و به نام پدرش نامگذاری و تأسیس شده، از ۲٫۹ میلیارد دلار دارایی در سال ۲۰۱۸ به ۶٫۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱ رسیده است. این بنیاد اکنون به یکی از بزرگترین خیریه‌ها در ایالات متحده تبدیل شده است. این بنیاد بین سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۲۱ بیش از ۶۰۰ میلیون دلار کمک مالی داشته و تقریباً ۲۲۷ میلیون دلار در سال‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ مستقیماً اهدا شده است.

۷- وارن بافت با ثروت ۱۳۱٫۵ میلیارد دلار

«وارن بافت»، متولد سال ۱۹۳۰ که اکنون ۹۴ سال سن دارد و یکی از موفق‌ترین تاجران تاریخ محسوب می‌شود، در تعهدی استثنائی متعهد شده است که ۹۹ درصد ثروتش را تا زمان حیات به امور بشردوستانه اهدا کند. او از بزرگ‌ترین افراد اهداکننده در سال ۲۰۲۳ با اهدای بیش از ۳٫۵ میلیارد دلار بوده است. چهار دانشگاه در سال ۲۰۲۳ هدایای بزرگی از وارن بافت

دریافت کرده‌اند. او همچنین ۱,۵ میلیون سهم از سهام شرکتش؛ «برکشایر هاتاوی» را به ارزش ۵۴۱,۵ میلیون دلار به بنیاد خیریه «سوزان تامپسون بافت»، همسر اولش که در سال ۲۰۰۴ درگذشت، اهدا کرده است. پ علاوه بر اقدامات نیکوکارانه فردی، بافت در سال ۱۹۶۴ اولین خیریه خانوادگی خود را راه انداخت که همچنان خانوادگی اداره می‌شود. دو فرزند از سه فرزند او در هیئت‌مدیره آن کار می‌کند و داماد سابقش مدیریت خیریه را بر عهده دارد. این بنیاد خانوادگی از سلامت باروری زنان حمایت و بورسیه تحصیلی را برای دانشجویانی در نبراسکا، ایالت خانوادگی‌اش فراهم می‌کند. تمرکز بر فعالیت‌های نیکوکارانه به شکل فردی و خانوادگی، از جمله انتقاداتی بوده که نسبت به او مطرح شده است.

۸- سرگی برین با ثروت ۱۳۰,۷ میلیارد دلار

سرگی برین؛ از مؤسسان و مالکان شرکت گوگل، بیش از بیست میلیون دلار کمک مالی مستقیم به بنیاد پارکینسون داده است. همچنین بنیاد خانواده «سرگی برین» از طریق ابتکار «همسویی علم برای پارکینسون»، ۱۶۱ میلیون دلار به ۲۱ تیم تحقیقاتی در ۶۰ مؤسسه در سراسر ایالات متحده و خارج از کشور کمک کرده است..

۹- بیل گیتس با ثروت ۱۲۶,۹ میلیارد دلار

بیل گیتس، بنیانگذار مایکروسافت به عنوان یکی از اهداکنندگان بزرگ در جهان شناخته می‌شود. «بنیاد بیل و ملیندا گیتس» (BMGF) یک بنیاد خصوصی آمریکایی است که توسط بیل گیتس و همسر سابقش، ملیندا فرنچ گیتس تأسیس شده است. این بنیاد که در سیاتل، واشنگتن مستقر است، در سال ۲۰۰۰ راه اندازی شد و دومین بنیاد خیریه بزرگ در جهان است که تا سال ۲۰۲۰ دارای ۶۹ میلیارد دلار داشته است. این خیریه در زمینه‌های مختلف بخصوص آموزش، بهداشت، مقابله با تغییرات آب و هوایی و توسعه کشاورزی فعال است. بیل گیتس پس از دودهمه کمک‌های بشر دوستانه

همچنان یکی از ثروتمندترین افراد روی کره زمین است. با وجود اینکه بیل گیتس و همسرش در سال ۲۰۲۱ از یکدیگر جدا شدند، اما در بنیاد متیو عشان همچنان به همکاری ادامه می‌دهند و مشکلی جدی در کار این بنیاد خیریه ایجاد نشده است.

برخی از منتقدانش می‌گویند که این بنیاد به اندازه کافی بر روی ارائه کمک‌های مستقیم به نیازمندان تمرکز نمی‌کند و در عوض بر روی تحقیقات و توسعه‌ای سرمایه‌گذاری می‌کند که ممکن است فواید ملموسی در کوتاه مدت نداشته باشند. همچنین برخی از منتقدان نگران نفوذ بالقوه بنیاد بیل و ملیندا گیتس بر سیاست‌ها و برنامه‌ها در سراسر جهان هستند.

۱۰- استیو بالمر با ثروت ۱۱۸,۵ میلیارد دلار

«استیو بالمر»، مدیر عامل سابق مایکروسافت قرار است بیش از ۴۵ میلیون دلار را در طی پنج سال آینده برای حمایت از بیش از ۱۰۰ سازمان غیرانتفاعی تحت رهبری سیاه‌پوستان با تمرکز بر بهبود وضعیت اقتصادی فراهم کند. او و همسرش از سال ۲۰۰۸ با تأسیس بنیاد بالمر، فعالیت‌های خیریه متعددی انجام داده‌اند.

۱۱- موکش آمبانی با ثروت ۱۱۵ میلیارد دلار

موکش آمبانی که در حال حاضر ثروتمندترین فرد آسیا محسوب می‌شود، اهل هندوستان است. او در بنیاد خیریه Reliance که در سال ۲۰۰۸ تأسیس شد و اکنون به عنوان یکی از بزرگترین خیریه‌های هند محسوب می‌شود، به طور فعال در زمینه‌های مختلف خیریه از جمله آموزش، بهداشت، توانمندسازی روستایی، و حفاظت از محیط زیست فعالیت می‌کند.

۱۲- مایکل بلومبرگ با ثروت ۱۰۶,۲ میلیارد دلار

مایکل روبنز بلومبرگ؛ سیاستمدار، تاجر و نویسنده آمریکایی است. او هم چنین مدیر عامل، سهامدار اصلی و یکی از بنیان‌گذاران بلومبرگ ال. پی است. خیریه «مایکل بلومبرگ» برای بهبود زندگی میلیون‌ها نفر در بیش از ۷۰۰ شهر و ۱۵۰ کشور جهان فعالیت می‌کند. در سال ۲۰۲۳، خیریه بلومبرگ ۳ میلیارد دلار در سراسر جهان برای امور انسانی سرمایه‌گذاری کرد. مایکل تعهد داده است که حداقل نیمی از ثروت خود را در دوران حیاتش اهدا کند و تاکنون، ۱۷,۴ میلیارد دلار به امور خیریه اختصاص داده است.

۱۳- آمانسیو اورتگا با ثروت ۱۰۵,۳ میلیارد دلار

آمانسیو اورتگا؛ کارآفرین اهل اسپانیا و مالک برند «زارا»، بنیانگذار بنیاد "Fundación Amancio Ortega" است. این بنیاد در سال ۱۹۸۶ تأسیس شد و هدف آن ارتقای رفاه اجتماعی از طریق حمایت از پروژه‌های مختلف در زمینه‌های آموزش، تحقیقات، فرهنگ و توسعه اجتماعی است. پ

برخی از فعالیت‌های قابل توجه بنیاد آمانسیو اورتگا عبارتند از: ساخت و تجهیز مدارس و مراکز آموزشی، اعطای بورسیه تحصیلی به دانشجویان، حمایت از تحقیقات علمی، تأمین مالی پروژه‌های فرهنگی و ارائه کمک‌های مالی به سازمان‌های غیردولتی که در زمینه توسعه اجتماعی فعالیت می‌کنند. بنیاد «آمانسیو اورتگا» همچنین ۳۴۴ میلیون دلار به بیمارستان‌های اسپانیا اهدا کرده است.

۱۴- کارلوس اسلیم هالم با ثروت نزدیک به ۱۰۰ میلیارد دلار

«کارلوس اسلیم هالم» تاجر مکزیکی فعال در عرصه مخابرات از سال ۲۰۰۶ حدود ۴,۲ میلیارد دلار به بنیاد خیریه خود کمک کرده است. بیشتر مبالغ اهدایی او به بازسازی بعد از زلزله مکزیک، حفاظت سازه‌های میراث فرهنگی در معرض خطر، مشارکت در بازسازی گسترش و نوسازی مدارس و مراکز بهداشتی، مشارکت در ساخت مسکن و مشارکت در بازسازی بازارهای آسیب دیده با هماهنگی مقامات محلی، اختصاص داده شده است.



۱۵- فرانسوا بتنکور مایرز با ثروت ۹۵,۳ میلیارد دلار

«فرانسوا بتنکور مایرز» که برخی او را ثروتمندترین زن جهان می‌دانند، رئیس بنیاد «بتنکورت شولر» و شرکت معروف «اورال» (L'Oréal) است، بنیاد خیریه‌ای که او و والدینش در سال ۱۹۸۷ تأسیس کردند، برای حمایت از تحقیقات در پروژه‌های علوم زیستی و هنری کمک‌های مالی اعطا می‌کند. در سال ۲۰۲۳، این بنیاد نزدیک به ۷۰ میلیون یورو یا تقریباً ۷۴ میلیون دلار کمک بلاعوض خیریه کرده است.

۱۶- مایکل دل با ثروت ۹۰,۸ میلیارد دلار

میلیاردر فناوری «مایکل دل» (مالک Dell Tech)، نزدیک به دو میلیارد دلار اهدای مالی داشته است. او از سال ۱۹۹۹ که بنیاد «مایکل و سوزان دل» را تأسیس کرده است با اعطای کمک‌های خیریه در طرح‌های مبتنی بر ثبات معیشتی، آموزشی، بهداشتی و اقتصادی به جوامع محلی در ایالات متحده، هند و آمریکای جنوبی کمک می‌کند، در طول این سال‌ها او بیش از ۲,۴ میلیارد دلار کمک مالی به اهداف خیریه کرده است.

برخی از مهم‌ترین کمک‌های دل شامل یک هدیه ۱۰۰ میلیون دلاری برای کسب و کارهای کوچک، طرح‌های امدادی کووید-۱۹ در سال ۲۰۲۰ و یک تعهد ۳۶ میلیون دلاری برای کمک به تلاش‌های امداد رسانی در بلایای طبیعی در پی طوفان هاروی ۲۰۱۷ است. پس از جنگ اوکراین در فوریه سال ۲۰۲۲، این کارآفرین فناوری ۱۵ میلیون دلار کمک مالی به قربانیان جنگ پرداخت که باعث شد او و همسرش سوزان در فهرست ۲۵ نیکوکار برتر ایالات متحده در سال ۲۰۲۳ در فوربس قرار بگیرند.

۱۷- گوتام آدانی با ثروت ۸۱,۱ میلیارد دلار

گوتام آدانی یکی از سرمایه‌داران اهل هند است. بنیاد «آدانی» به رهبری همسرش پربیتی آدانی در سال ۱۹۹۶ تأسیس شد و در برنامه‌های اجتماعی در مناطق روستایی هند

کار کرده است. بر اساس وب‌سایت این خیریه، آدانی به دو هزار و ۴۰۹ روستا در ۱۶ ایالت هند کمک مالی اهدا کرده است. بنیاد آدانی در سال ۲۰۲۲ و در پویش «تعهد برای اهدا»، تعهد کرده است که حدود ۶۰ هزار کروڑ هندی را صرف اهداف خیریه برای جوامع محلی در هند کند. تعهد آدانی تقریباً نیمی از چیزی است که بیل گیتس و ملیندا فرنچ گیتس در سال ۲۰۲۱ به بنیاد خود اهدا کردند.

۱۸ و ۱۹- جیم والتون با ثروت ۷۷,۲ میلیارد دلار و راب والتون با ثروت ۷۶,۲ میلیارد دلار

جیمز والتون و ساموئل رابنسون والتون، دو برادر سرمایه‌دار آمریکایی هستند. بنیاد «خانواده والتون»، با مجموع دارایی خالص ۱۹۶ میلیارد دلار تا مارس ۲۰۲۰، ثروتمندترین خانواده در جهان بودند. بنیاد خانواده والتون مستقیماً توسط خانواده والتون کنترل می‌شود. این بنیاد در سال ۱۹۸۷ تأسیس شد و در ابتدا بر روی مدارس متمرکز بود اما با گذشت زمان، بنیاد تکامل یافت و اکنون بر سه حوزه تمرکز دارد: آموزش، حفاظت از رودخانه‌ها و اقیانوس‌ها و توسعه اقتصادی. بنیاد خانواده والتون از سال ۱۹۹۷، ۴۰۷ میلیون دلار به مدارس کمک کرده است. در سال ۲۰۱۹، بزرگترین وارث جیم والتون اعلام کرد که ۱,۲ میلیارد دلار از سهام و المارت خود را به امور خیریه اهدا می‌کند.

۲۰- جنسن هوانگ با ثروت ۷۳,۴ میلیارد دلار

«جن سون هوانگ» یک سرمایه‌دار آمریکایی تایوانی تبار است که هم‌اکنون به‌عنوان مدیر عامل شرکت انویدیا فعالیت می‌کند. در سال ۲۰۲۲، هوانگ ۵۰ میلیون دلار آمریکا به دانشگاه ایالتی اورگان، به‌عنوان بخشی از ۲۰۰ میلیون دلار کمک مالی برای ایجاد یک موسسه ابررایانه برای دانشگاه اهدا کرد. او تعهد داده است که برای آموزش در آمریکا بخشی از درآمد خود را اهدا کند.

در پایان لازم به ذکر است، پویش معروف «تعهد برای اهدا» (The Giving Pledge)، در اگوست ۲۰۱۰، توسط ۴۰ نفر از ثروتمندترین افراد آمریکا ایجاد شد. آن‌ها متعهد شدند که اکثریت ثروت خود را برای رسیدگی به برخی از مهم‌ترین مشکلات جامعه اختصاص دهند. «Giving Pledge» که توسط وارن بافت، ملیندا فرنچ گیتس و بیل گیتس ایجاد شد، پس از یکسری گفت‌وگو با نیکوکاران در مورد اینکه چگونه می‌توانند استانداردهای جدیدی از سخاوت را در میان افراد فوق ثروتمند ایجاد کنند، زنده شد. این پویش در ابتدا بر ایالات متحده متمرکز بود، به سرعت مورد توجه خیرین از سراسر جهان قرار گرفت.



پشت پرده فعالیت همستر کامبت

شروین محمدپور

مولتی تالنت و متخصص علوم بینارشته‌ای

این روزها کمتر کسی پیدا می‌شود که نام مینی اپلیکیشن تلگرامی، همستر کامبت را شنیده باشد و هم‌سو با یکی از جبهه‌های موافق یا مخالف آن نباشد. از این رو گمانه‌زنی‌ها درباره آینده این مینی اپلیکیشن از سوی متخصصان رو به افزایش است. از سوی دیگر برخی نهادهای نظارتی با رویکردی محافظه‌کارانه، طی هشدارهایی، کاربران ایرانی را از پیوستن به همستر کامبت باز می‌دارند اما آنچه آمارهای غیررسمی به ما نشان می‌دهد، عدم اقبال عمومی کاربران ایرانی به هشدارهای نهادهای نظارتی است که ریشه اصلی آن را می‌توان در عدم شناخت صحیح چنین محصولات نوینی دریافت.

بررسی برخی از نظرات پرتکرار درباره همستر کامبت

بسیاری از منتقدان همستر کامبت از جمله برخی از نهادهای نظارتی، معتقدند که این بازی، بستری برای کلاهبرداری خالقان بازی است. در پاسخ به این منتقدان باید گفت که همستر کامبت بر اساس نظر رییس کمیسیون نرم‌افزارهای سرگرمی و بازی‌های رایانه‌ای سازمان نصر ایران (نظام صنفی رایانه‌ای)، اصلاً در دسته بازی‌ها قرار نمی‌گیرد و چنین تحلیل‌هایی تولید شده با رویکرد بازی محور، قطعاً مردود به حساب می‌آید اما رد این ادعا که خالقان مینی اپلیکیشن همستر کامبت به هیچ عنوان نمی‌توانند بستر اعتمادزایی اولیه و کلاهبرداری ثانویه را فراهم کنند، کاری بسیار دشوار است. تا مادامی که کاربران، بابت فعالیت در این مینی اپلیکیشن هزینه‌ای را پرداخت نکرده باشند، چنین ادعاهایی قطعاً منطقی نخواهد بود.

یکی دیگر از ادعاهایی که منتقدان غیرمتخصص به این مینی اپلیکیشن وارد می‌کنند، آن است که مگر می‌شود بابت یک تعداد ضربه روی صفحه نمایشگر تلفن همراه، پولدار شد. در پاسخ به این افراد باید گفت که مطالعه اصطلاح Airdrop در دنیای کریپتو کارنسی می‌تواند این ابهام را

لازم به ذکر است که این ضعف شناختی در مسائل نوین امروزی کشور، تنها به دلیل رویکرد متعارف جامعه نسبت به تخصص‌گرایی تک‌رشته‌ای یعنی همان چیزی که مافیای آموزشی آمریکایی به کشورهای جهان سومی تحمیل کرده به وجود آمده است به شکلی که امروزه در اغلب ابعاد مدیریتی کشور، شاهد چنین نقصانی هستیم. بخشی از گواه این مطلب را می‌توان در بسیاری از تحلیل‌های کارشناسانه در مورد همستر کامبت یافت چرا که بررسی و واکاوی چنین موضوعاتی توسط یک فرد تک‌رشته‌ای نه تنها باعث رفع ابهام‌های احتمالی نمی‌شود بلکه بر ابهامات نیز می‌افزاید. این در حالی است که بررسی چنین موضوعاتی تنها به دست معدود متخصصان مجرب توانمند و بینارشته‌ای امکان‌پذیر خواهد بود.

در این مطلب سعی شده تا با نگاهی منصفانه بر پایه اشراف مطلوب در چندین حوزه اصلی مرتبط، مواردی بیان شود که هیچ‌یک از مقالات منتشر شده تا به امروز به آن نپرداخته‌اند. موضوعاتی که اصلی‌ترین ابعاد انتشار این مینی اپلیکیشن را به روشنی نشان می‌دهد. در ادامه به دور از تایید یا رد استفاده از همستر کامبت به بررسی این مینی اپلیکیشن جنجالی خواهیم پرداخت و در ابتدا نظرات پرتکرار را نقد و سپس به بررسی کارکرد اصلی آن و پشت پرده فعالیت‌های همستر کامبت خواهیم پرداخت.

همستر کامبت چیست؟

پیش از بررسی نظرات باید به اظهار نظر رییس کمیسیون نرم‌افزارهای سرگرمی و بازی‌های رایانه‌ای سازمان نصر ایران (نظام صنفی رایانه‌ای) در گفت‌وگو با ایسنا مینی بر آنکه «همستر کامبت یک بازی نیست» توجه ویژه‌ای داشت. به طور کلی همستر کامبت یک مینی اپلیکیشن آموزشی بر بستر پیام‌رسان تلگرام است که با طراحی گیمیفیکیشن‌های خلاقانه، سعی دارد تا مخاطب را با بازارهای مالی آنلاین آشنا کند. لازم به ذکر است که این مینی اپلیکیشن تلگرامی بر بستر شبکه بلاکچینی تلگرام در پی ایجاد یک رمز ارزی با نام همستر است که این روزها در

مرتفع کند. از سوی دیگر این مینی اپلیکیشن و نه بازی در هیچ صفحه رسمی از خود، ادعا نکرده که کاربرانش پولدار یا درآمدزا خواهد کرد بلکه اعلام کرده به زودی ارز دیجیتال قابل معامله‌ای را در قالب Airdrop به کاربران این بازی اختصاص خواهد داد. از طرف دیگر طبق اعلام رسمی خالقان این بازی در صفحات رسمی خود، در صورت عرضه ارز دیجیتال همستر، این ارز بر اساس پرافیت هر کاربر به او تعلق می‌گیرد، به بیان دیگر همستر کامبت به میزان سکه‌های دریافتی به کاربرانش ارز دیجیتال یا توکنی را اختصاص نمی‌دهد.

از دیگر ادعاهای منتقدان متخصص در حوزه سایبری به این نکته می‌توان اشاره کرد که این بازی می‌تواند شبکه ارتباط دوستان کاربر را شناسایی و در آینده با تحلیل‌های عمیق یا فروش اطلاعات، انتفاعات مالی و اطلاعاتی را به دست آورد و این موضوع می‌تواند بستری برای کلاهبرداری این مینی اپلیکیشن را فراهم آورد.

در پاسخ به این متخصصان باید گفت که چنین امری توسط بسیاری از اپلیکیشن‌های مطرح جهان صورت می‌پذیرد و مطلب چندان جدیدی نیست. این در حالی است که اغلب تحقیقات میدانی نشان می‌دهد بسیاری از کاربران ایرانی از طریق صفحات مجازی عمومی به این برنامه پیوسته‌اند اما پرواضح است که سوءاستفاده از چنین اطلاعاتی نه از سوی همستر کامبت، بلکه از هر بازی و پیام‌رسان دیگری محتمل است.

از سوی دیگر بسیاری از موافقان معتقدند همستر کامبت همچون بازی نات کوین می‌تواند فرصت درآمدزایی دلاری از ضربه‌زنی در ازای دریافت سکه درون بازی را فراهم آورد. در پاسخ به چنین افرادی باید گفت که در وهله اول همستر کامبت اصلاً بازی نیست، در وهله دوم همستر کامبت در مسیر ثبت و عرضه اولیه ارز دیجیتال خود است و چنین ادعاهایی بسیار زود هنگام مطرح شده است و در وهله سوم همستر کامبت اصلاً در ازای ضربه‌زنی به نمایشگر تلفن همراه، هیچ ارز یا توکنی را به کاربران خود اختصاص نمی‌دهد.

برخی رسانه‌ها نیز در این میان به صورت

مستقل یا به نقل از نهادهای نظارتی مطالبی را با عنوان کلاهبرداری بازی همستر کامبت به گونه‌ای منتشر می‌کنند که گویا این مینی اپلیکیشن بدون دریافت مبلغی از کاربر، پولی از حساب‌های بانکی او کسر کرده است و پس از بررسی خبر در می‌یابیم که افرادی سودجو در داخل یا خارج از کشور به دلیل عدم اطلاع‌رسانی صحیح درباره همستر کامبت، دست به جرائم رایانه‌ای زده‌اند.

به طور کلی اکثر منتقدان و موافقان معتقدند که این بازی با هدف ضربه‌زنی و درآمدزایی در ازای هر ضربه شکل گرفته است. از این رو باید گفت که این اختلاف تنها به دلیل عدم شناخت صحیح از ماهیت اصلی همستر کامبت نشأت می‌گیرد.

آنچه به عنوان یک فرض غلط در نظر اکثر منتقدان و موافقان مفروض است، عنوان کلمه «بازی» است که اطلاق چنین عنوانی به چنین مینی اپلیکیشنی به هیچ عنوان صحیح نیست چرا که این مینی اپلیکیشن تنها یک بستر آموزشی است که با طراحی گیمیفیکیشن و فضایی فانتزی سعی دارد تا توجه همه مخاطبان در هر رده سنی را به خود جلب کند. از سوی دیگر عدم تعریف صحیح این مینی اپلیکیشن توسط متخصصان باعث شده تا مخاطب درک اشتباهی از این مینی اپلیکیشن داشته باشد و احساس کند که این مینی اپلیکیشن در ازای بازی کردن به او مبلغی را پرداخت می‌کند.

آنچه در این میان جای تعجب دارد، فقدان بررسی و معرفی نحوه کارکرد همستر کامبت توسط منتقدان و موافقان آن است، حتی نهادهای نظارتی نیز در این راستا محتوایی آموزشی را برای شناخت و آگاهی بیشتر ارائه نکرده‌اند، از این رو در ادامه مطلب برای درک بهتر به کارکرد همستر کامبت خواهیم پرداخت.

آشنایی با نحوه کار همستر کامبت

شما برای ورود به همستر کامبت نیاز به معرف ندارید، توجه به همین نشانه می‌تواند دلیلی برای زیر سوال بردن نظرات برخی منتقدان مبنی بر کشف شبکه دوستان کاربر باشد. کاربران همستر کامبت در نقش مدیر عامل یکی از صرافی‌های مطرح ارزهای دیجیتال جهان، شروع به فعالیت می‌کنند. در صفحه نخست یا همان بخش Exchange، تصویری از یک همستر روی سکه وجود دارد که با ضربه زدن روی آن می‌توانید، تعداد سکه‌های خود را افزایش دهید تا جایی که بتوانید کارت‌هایی درون همستر کامبت را خریداری کنید.

به بیان ساده‌تر همستر کامبت، ضربه‌زنی در ازای دریافت سکه در این مینی اپلیکیشن به نوعی استعاره‌ای از فعالیت‌های یدی در دنیای واقعی به حساب می‌آید اما همستر کامبت با ایجاد محدودیت‌هایی برای ضربه‌زنی از جمله محدودیت تعداد ضربه، کاربر را به سمت دریافت کارت‌های بازی هدایت می‌کند. پس آن پیش فرضی که موافقان و مخالفان به غلط درباره این بازی مطرح می‌کنند، گزاره غلطی تلقی می‌شود.

گیمیفیکیشن پاداش محور همستر کامبت به شکلی طراحی شده تا کاربر ناآشنا به بازارهای مالی آنلاین، برای کسب سکه‌های بیشتر به جای ضربه‌زنی، به دنبال خرید کارت‌ها باشد تا به جای ضربه‌زنی بیهوده، بتواند با خرید هر کارت به میزان مشخصی در کسری از ساعت، سکه‌های بیشتری را کسب کند که این موضوع کاملاً مشابه سرمایه‌گذاری در دنیای واقعی است، به جای آنکه شما کارهایی را با بازوی خود انجام دهید (ضربه‌زنی)، سعی می‌کنید از درآمد کسب شده با انجام هزینه در کسب و کار خود، آن را گسترش و باعث رشد درآمدی کسب و کار خود شوید.

در اصل کارت‌های این بازی با عناوین هوشمندانه‌ای که برای آنها انتخاب شده، به کاربر آموزش می‌دهد که چگونه مدیر صرافی ارزهای دیجیتال می‌تواند با ایجاد بسترهایی، میزان درآمد کسب و کارش در کسری از زمان را افزایش دهد.

به بیان دیگر این مینی اپلیکیشن در مدل گیمیفیکیشن و پاداش دهی خود بر خلاف باور عمومی سعی دارد به جای تمرکز روی ضربه‌زنی بی‌حاصل، کاربر را به سمت کسب کارت‌های همستر کامبت سوق دهد تا علاوه بر افزایش اطلاعات کاربر با اصطلاحات پرکاربرد بازارهای

مالی که روی هر کارت درج شده، او را در مسیر آینده‌نگری و مدیریت چالش‌ها و دغدغه‌های یک مدیر صرافی ارزهای دیجیتال قرار دهد و او را با مفاهیمی همچون سرمایه‌گذاری هوشمندانه آشنا کند.

شما در بخش Exchange می‌توانید نام یکی از صرافی‌های ارز دیجیتال مطرح جهان را انتخاب و با ضربه‌زنی سکه جمع کنید. شما در این بخش می‌توانید میزان موجودی لحظه‌ای، میزان سود بر ساعت و حد Level خود را ملاحظه کنید.

در بخش دیگر همستر کامبت، قسمتی به نام Mine وجود دارد که خود اصطلاحی پرکاربرد در حوزه کریپتو کارنسی به حساب می‌آید، این بخش در Exchange، Market، PR&Team، Legal، Specials صورت هدفمند دسته‌بندی شده است. هر دسته بخش Mine دارای تعدادی کارت است که روی هر کارت اصطلاحی مرتبط با بازارهای مالی آنلاین یا پروسه تولیدات محصولات فین‌تکی وجود دارد و با انتخاب هر کارت، توضیح مختصری درباره آن اصطلاح پرکاربرد به کاربر ارائه می‌شود. لازم به ذکر است که طبق گیمی‌فیکیشن بازی که الگوبرداری از جهان واقعی بازارهای مالی صورت گرفته، خرید هر کارت را منوط به تهیه پیش‌نیاز لازم برای آن کارت کرده است. به طور مثال شما نمی‌توانید کارتی که با موضوع امنیت سایبری است را پیش از خرید کارت پیش‌نیاز آن مثلاً خرید کارت فعال‌سازی رمزگذاری دو مرحله‌ای خریداری کنید.

در دسته Market سعی شده تا کاربر به وسیله کارت‌هایی با مفاهیم پرکاربرد بازار ارزهای دیجیتال، همچون Staking، Defi، Derivatives، DAO، Trading Bots، Margin Trading و مواردی دیگر آشنا شود. مفاهیمی که شاید بسیاری از فعالان این بازارها نیز با آن‌آشنایی چندانی نداشته باشند. در دسته PR&Team یا به بیان دیگر Product & Team سعی شده تا کاربر با ابعاد دیگری از مدیریت صرافی ارزهای دیجیتال آشنا شود، کارت‌هایی همچون IT Team، Product Team، Partnership Program، UX and UI Team، Risk

Management Team و موارد دیگر کارت‌هایی هستند که با سلسله مراتب دقیقی مشابه تولید یک محصول خدمت‌رسان دیجیتالی، نام‌گذاری شده‌اند.

در این مسیر کاربر به خوبی با مراحل ساخت یک محصول فین‌تکی آشنا خواهد شد. از سوی دیگر ارائه کارت‌هایی مانند Two Factor Authentication، Security Team، Anti Hacking Shield و موارد دیگر موجب می‌شود تا کاربر با برخی اصطلاحات امنیت سایبری و اهمیت ایجاد امنیت در حساب‌های دیجیتالی خود، بیش از پیش آشنایی پیدا کند. چیزی که دقیقاً نقض تحلیل‌های منتقدان این بازی از نظر امنیتی است به بیان دیگر همستر کامبت سعی دارد دقیقاً همان چیزی که دغدغه اصلی نهادهای نظارتی و منتقدان نسبت به این مینی‌اپلیکیشن است را به کاربر به زبانی ساده آموزش داده تا قربانی کلاهبرداری و آسیب‌هایی پیرامون فعالیت در بازارهای مالی آنلاین نشوند.

در دسته Legal، همستر کامبت سعی دارد با عرضه کارت‌هایی همچون KYC، SEC، Transparency، Anti money laundering، License Asia، License Europe، License America و مواردی دیگر، کاربر را با اهمیت لایسنسینگ در صرافی‌های ارزهای دیجیتال آشنا کند. این بخش یکی از مهم‌ترین بخش‌هایی است که بسیاری از ایرانیان به دلیل عدم آشنایی صحیح با اصطلاحات و مفاهیم آن دچار ضررهای مالی بسیاری شده‌اند چرا که اگر کاربران صرافی ارزهای دیجیتال با مفهوم KYC آشنایی داشتند، حساب‌های آنها به دلیل تحریم‌های ظالمانه آمریکا در صرافی‌های بین‌المللی بلوکه یا فریز نمی‌شد. همچنین عدم آشنایی کاربران ایرانی با اهمیت لایسنسینگ در صرافی یا کارگزاری‌های بین‌المللی در سال‌های اخیر، باعث شده تا بسیاری از بروکر‌نماهای فارکسی و غیرفارکسی، دارایی‌های ایرانیان را به تاراج ببرند.

در دسته Specials نیز سعی تولیدکنندگان همستر کامبت بر آن بوده تا کاربران با برخی اصطلاحات و مفاهیم مارکتینگ و برندسازی مرتبط با بازارهای مالی آنلاین آشنا شوند و در قسمت دیگر کاربر با اصطلاحات اصلی بازارهای مالی آنلاین همچون Long و Short آشنا می‌کند.

در بخش Friends شما امکان معرفی دوستانتان به این مینی‌اپلیکیشن را دارید که البته بر خلاف باورهای عمومی که تحلیلگران ناآگاه بیان کرده‌اند، اجباری در آن نیست اما هر کاربر با معرفی هر دوست خود و فعالیت آن دوست در این مینی‌اپلیکیشن، علاوه بر دریافت تعدادی سکه، امکان خرید برخی از کارت‌ها برای او فراهم خواهد شد.

در بخش Earn، این مینی‌اپلیکیشن کارهایی را به کاربر پیشنهاد می‌دهد که کاربر با انجام آن کارها می‌تواند بر تعداد سکه‌های خود بیفزاید. برخی از این کارها عبارتند از مشاهده ویدئو کلیپ‌های آموزشی روزانه که توسط همستر کامبت به کاربر پیشنهاد می‌شود و کاربر با مشاهده کامل آن ویدئو پاداشی در قالب سکه درون‌اپلیکیشن دریافت می‌کند. لازم به ذکر است که این ویدئوها اغلب به صورت روزانه ارائه شده و شامل محتوایی ساده و آموزنده با موضوعیت یکی از اصطلاحات بازارهای مالی است.

و در آخر بخش Airdrop قسمتی وجود دارد که در صورت علاقه‌مندی و نه اجبار، کاربر می‌تواند کیف پولی بر بستر شبکه TON یا همان شبکه بلاکچینی تلگرام ساخته یا کیف پول مورد نظر خود در این شبکه را برای دریافت Airdrop اضافه کند.

به طور کلی، این مینی‌اپلیکیشن برخلاف بازی‌های تقریباً مشابه آن، اصلاً به دنبال ترویج ضربه‌زنی بی‌پهلو نبوده بلکه تنها به دنبال آشنایی مخاطب با مفاهیم بازارهای مالی است، از سوی دیگر پروژه Airdrop همستر، اصلاً اجباری نبوده و کاربر می‌تواند در صورت تمایل به آن بپیوندد.

این در حالی است که هر فعال بازار ارزهای دیجیتال می‌داند که بسیاری از ارزهای دیجیتال در ابتدای کار خود، به جای هزینه‌های هنگفت تبلیغاتی سعی در جذب مخاطب با پرداخت همان هزینه‌های تبلیغاتی در ازای معرفی دوستان دارند. به شکلی که بسیاری از ارزهای دیجیتال مطرح جهان به همین شیوه مر سوم توانسته‌اند از خود در صرافی‌های معتبر لیست



و عرضه کنند.

حال با توجه به مطالب مطرح شده به سادگی متوجه خواهید شد که این مینی اپلیکیشن در حال حاضر به هیچ عنوان علائم کلاهبرداری را ندارد. در ادامه به بررسی ابعاد تاریک و پنهان همستر کامبت خواهیم پرداخت چیزی که تا به امروز کمتر کسی به آن پرداخته است.

پشت پرده همستر کامبت

یکی از نقاط تاریک همستر کامبت، ناشناس بودن خالقان آن است. البته بیتکوین به عنوان پرچمدار و مادر ارزهای دیجیتال نیز از این قائده مستثنی نیست ولی برخی منتقدان معتقدند که چنین مساله‌ای ابهامات فراوانی را به بار آورده است.

از آنجا که همه صفحات رسمی همستر کامبت در شبکه‌های اجتماعی دارای نشان مورد تایید آن سکو (پلتفرم) است اما تا به امروز هیچ کس از هویت خالق یا خالقان همستر کامبت و محل فعالیت آنها اطلاعی در دست ندارد اما بر اساس تحقیقات تخصصی انجام گرفته توسط نگارنده این مطلب، مشخص شد دامنه وب سایت رسمی همستر کامبت، توسط شخصی در مسکو روسیه ثبت شده یا حداقل اطلاعات شخصی خود را متناسب به شهر مسکو روسیه درج کرده است.

از سوی دیگر عدم انتشار White Paper رسمی این مینی اپلیکیشن باعث شده تا ابهامات درباره همستر کامبت روز به روز افزایش یابد. این در حالی است که کمتر کسی حتی از متخصصان و نهادهای نظارتی به این موارد بسیار کلیدی و مهم پرداخته‌اند.

اما آنچه از نحوه کار این مینی اپلیکیشن و اتفاقات پیرامون آن می‌توان یافت، شروع جنگ تمام عیاری است که میان پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی جهان در حال شکل‌گیری است، جنگی که مدت‌هاست توسط نهادهایی مانند SEC کنترل شده ولی این روزها به اوج خود خواهد رسید.

از این رو شاید بتوان گفت که ساخت پیام‌رسان اختصاصی ترامپ رییس‌جمهور سابق آمریکا با نام Truth Social یا ساخت پیام‌رسان‌های دیگر توسط اشخاص نامدار

بازارهای مالی آمریکا همچون مارک کوبان، پیام روشنی برای فعالان و سرمایه‌گذاران این عرصه است. چیزی که در ماه‌های گذشته با خرید پر سر و صدای، شرکت توئیتر توسط ایلان ماسک و تبدیل آن به ایکس نمایانتر شد.

به هر روی پر واضح است که شرکت‌های متا، تلگرام، ایکس، تیک‌تاک و دیگر شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها، به دنبال افزایش سهم خود در بازار جذب مخاطب هستند و تلفیق بلاکچین با خدمات این شرکت‌ها، قطعاً چالش بزرگی است که هر کدام از آنها با آن روبه‌رو هستند. پر واضح است که این رقابت جنجالی روز به روز ابعاد مختلفی را از خود نشان خواهد داد.

در حالی که پروژه‌های بلاکچینی و متاورسی شرکت متا، هنوز آماده عرضه نشده‌اند و از سوی دیگر توئیتر یا همان ایکس، هنوز موفق به دستاورد جدیدی در حوزه‌های مرتبط با فعالیت‌های بلاکچینی نشده است، از این رو تلگرام به عنوان پیام‌رسانی پیشرو با ساختاری غیر شفاف، دست به کار بزرگی با اهداف آتی بزرگ تر زده است و مینی اپلیکیشن‌هایی همچون همستر کامبت تازه ابتدای این انقلاب بزرگ رسانه‌های اجتماعی هستند. بدینسان انتظار می‌رود که تلگرام سعی کند تا با حمایت یا تولید مینی اپلیکیشن‌هایی همچون همستر کامبت، شرایطی را برای تبادلات ارزی بر بستر شبکه بلاکچینی خود در ماه‌های آتی فراهم آورد.

از این رو شواهد به دست آمده بر خلاف آنچه تصور می‌شود، احتمال حضور دولت روسیه در پشت صحنه پیام‌رسان تلگرام در مسیر دور زدن تحریم‌های جهانی را روز به روز تقویت می‌کند. از این رو رصد فعالیت‌های این پیام‌رسان در ماه‌های آتی می‌تواند فرصت‌های شگرفی را برای کم‌اثر کردن تحریم‌های تحمیلی بر کشور عزیزمان فراهم آورد.

در انتها باید پذیرفت که با افزایش بسترهای آزاد بلاکچینی و افزایش روزافزون سرعت انتقال اطلاعات، ارزهای فیات در خطر انقراض قرار خواهند گرفت و اقتصادهای ناکارآمد امروزی، چاره‌ای جز تسلیم شدن در برابر تحولات دنیای مدرن نخواهند داشت. بدینسان همستر کامبت به عنوان یک پروژه پیشرو، تنها بخش بسیار کوچکی از آثر خطر نابودی ارزهای کاغذی است. از این رو بزرگنمایی در مورد چنین پروژه‌هایی توسط اقتصاددانان، تنها از سر سرگرمی تلقی خواهد شد اما آنچه در جنجال اخیر همستر کامبت بر همگان نمایان شد، فقر آگاهی و کاهش ظرفیت تاب‌آوری جامعه، نسبت به درآمدزایی‌های آتی بی‌پشتوانه است. همچنین فشارهای اقتصادی ناشی از بی‌درایتی‌های مدیریتی که اغلب آن به دلیل عدم به کارگیری و کسب مشاوری از متخصصان چند توانمند است و تحریم‌های ناجوانمردانه، باعث شده تا بازار فروشندگان امید و رویاهای خیالی در ازای هر لایک مخاطبان‌شان، در فضای مجازی، روز به روز پر رونق شود.

امید است تا مسوولان برای تغییر چنین روندهای باطلی بر به کارگیری متخصصان بینارشته‌ای و مولتی‌تالنت اهتمام بیشتری ورزند تا شاید تحقق بسیاری از برنامه‌های خرد و کلان کشوری تسریع و تسهیل یابد.

تراشگاه و فروشگاه فیروزه نیشابور

فیروزه نیشابور، عقیق یمن، سنگهای زینتی معدنی



عبدالصمد رحیمی مقدم و پسران

مشهد: میدان بیت المقدس - بازار رضا - بازار اول - طبقه دوم - پلاک ۲/۶۹۴ و ۲/۷۹۲
تلفن: ۰۵۱-۳۳۶۴۸۹۱۵ موبایل: ۰۳۲ ۳۱۴ ۰۹۱۵ عبدالصمد رحیمی: ۰۵۱ ۵۱۲ ۲۸۱۹
نمابر: ۰۵۱-۳۳۶۶۳۲۴۶

مشهد: ساحه البيت المقدس - سوق الرضا، سوق الاول، طابق الثاني، الرقم ۲/۶۹۴ و ۲/۷۹۲
الهاتف: ۰۵۱-۳۳۶۴۸۹۱۵ موبایل: ۰۳۲ ۳۱۴ ۰۹۱۵ +۹۸۹۱۵۵۱۲۲۸۱۹
الفاکس: ۰۵۱-۳۳۶۶۳۲۴۶ +۹۸۳۲۶۶۳۲۴۶

No.2/694&2/792, 2 nd flour 1, 1 st Market, Bazar Reza,
Beyt - AL - Moghaddas Round, Mashhad, iran
Tel: +9851-33648951 Fax: + 9851-33663246
Mobail: +989153140532 +989155122819

شرکت تولیدی و صنعتی سامد



تولید کننده:

فرمالین

رزین اوره فرمالدئید (UF)

رزین ملامین فرمالدئید (MF)

فرم اوره (UFC)

چسب های پایه حلالی

چسب های پایه آبی

مشهد: بلوار میر ۲۷، پلاک ۱۰۱
استادوی پستی: ۹۱۳۶۵-۱۵۴۴
تلفن: ۰۵۱۳۲۱۴۴۹ (۵خطی)
فکس: ۰۵۱۳۲۱۶۲۱۸
دفتر تهران: تلفن: ۰۲۱۸۸۷۷۱۲۵۵
۸۸۲۹-۶۶۹، ۸۸۲۹-۶۸۰
فکس: ۰۲۱۸۸۷۷۵۳۹۵



www.samod.ir / samod@samod.ir

چسب کاشی
اتصال ناکسستنی در صنایع ایران