رویداد

## ایجاد بانک اطلاعاتی کسب‌وکارهای نوپا

● **مهر:** رئیس مرکز توانمندسازی و تسهیلگری کسب‌وکارهای نوپای فاوا از شناسایی ۹۳۰ کسب‌وکار و ثبت بیش از ۵۵۰ ایده استارتاپی و ایجاد بانک اطلاعاتی کسب‌وکارهای نوپا خبر داد. شهلا اصولی با اعلام این خبر گفت: این بانک اطلاعاتی با مشارکت بازیگران زیست‌بوم کسب‌وکارهای نوپا در حال تکمیل است. او افزود: «ما اصرار و الزامی برای استفاده از این بانک اطلاعاتی ایجاد نکردیم و حتی اطلاعاتی که وارد می‌شود، به طور عمومی در معرض نمایش قرار می‌گیرد تا سایر نهادها و بخش‌ها نیز بتوانند از آن استفاده کنند. بنابراین ما فرایند نظارتی روی فعالان استارتاپی نداریم و در این مرحله نیز ثبت‌نام در این بانک اطلاعاتی، کاملا آزاد گذاشته شده است». او ادامه داد: «۷۹ سرمایه‌گذار از طریق سایت این مرکز، برای سرمایه‌گذاری اعلام آمادگی کرده‌اند». او بیان کرد: «درحال‌حاضر بیشترین کسب‌وکارها حول سه محور تجارت الکترونیک، محتوا و آموزش شکل گرفته‌اند که طبعا هریک از آنها دارای زیرمجموعه‌های متنوعی هستند. در رتبه‌های بعدی می‌توان به فناوری‌های مالی، توسعه بازار و موضوعات اجتماعی اشاره کرد». او گفت: «نکته دیگر این است که کسب‌وکارهای نوپا روی موضوعات میان‌صنفی نیز فعالیت گسترده‌ای دارند؛ در نتیجه ممکن است با چند حوزه مختلف به‌طور مستقیم در ارتباط باشند».

## بیش از ۲۰۰۰ شماره تلفن ثابت اطراف پلاسکو دایر شد

● **فارس:** اختلال دوهزارو ۳۰۰ شماره تلفن ثابت در محدوده ساختمان پلاسکو رفع شد و هزارو ۲۰۰ شماره تلفن ثابت در ساختمان پلاسکو همچنان قطع است. پس از اعلام حادثه آتش‌سوزی و قطعی سه‌هزارو ۵۰۰ شماره تلفن در محدوده ساختمان پلاسکو بلافاصله مأموران مخابراتی برای رفع اختلال به محل اعزام شدند. در اولین گام، برق تأسیسات قطع شد تا از آسیب‌زدگی به سایر قسمت‌ها جلوگیری شود. دوهزارو ۳۰۰ شماره تلفن ثابت که بر اثر ریزش ساختمان پلاسکو دچار اختلال شده بود، دایر شد. هزارو ۲۰۰ شماره تلفن ثابت که در ساختمان پلاسکو مشغول فعالیت بوده، قطع است و تیم بحران مخابرات منطقه تهران در حالت آماده‌باش قرار دارد.

## تلاش برای بهبود تعرفه خدمات دیتا

● **ایسنا:** رئیس سازمان فناوری اطلاعات از پیگیری امور برای بهبود تعرفه خدمات دیتا در ایام دهه فجر خبر داد. نصرالله جهانگرد دراین‌باره بیان کرد: «به‌طور تقریبی خدماتی که مردم در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات دریافت می‌کنند، رشد ۱۰برابری داشته است، البته در مجموع شرایط حوزه فاوا به‌گونه‌ای است که هر قدر در آن تحول رخ دهد و کار شود، همچنان جای کار وجود دارد. بر همین اساس برای رسیدن به نقطه و جایگاه مطلوب باید گام‌های بیشتری برداشته شود». او ادامه داد: «ما هنوز در جایگاه ۱۳ یا ۱۴ منطقه قرار داریم درحالی‌که طبق برنامه توسعه باید رتبه دوم منطقه را به خود اختصاص می‌دادیم. متأسفانه غفلت از سرمایه‌گذاری و تدابیر لازم در دو دولت گذشته موجب شد با شکافی در این حوزه مواجه شویم. ما نیز در دولت برای حل این موضوع تلاش‌های متعددی کردیم، اما همچنان این عقب‌ماندگی‌ها به‌طور کامل جبران نشده است». او گفت: «در جریان ارائه این خدمات طبیعتا نکاتی نیز وجود دارد. به عنوان مثال در حوزه بهبود نظام تعرفه‌گذاری یا نظام مهندسی پیگیری‌های متعددی در وزارت آمریکا انجام می‌شود و امیدواریم در ایام دهه فجر اخبار جدیدی در این زمینه اعلام شود». به گفته او درحال‌حاضر برای ارائه تعرفه‌های بهتر در خدمات دیتا و همچنین دسترسی به کیفیت بهتر سرویس‌ها تلاش‌های متعددی در حال انجام است و این امور مراحل نهایی خود را طی کرده و به‌زودی اعلام خواهد شد.

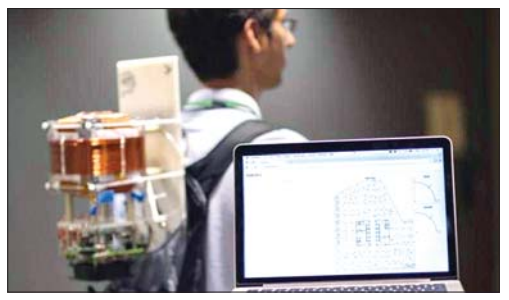
## هک شرکت ضدهک

● **رایورز:** شرکت امنیتی سلبریت که بیشتر به دلیل هک گوشی‌های همراه در سازمان‌های پلیسی در سراسر جهان معروف شده، اعلام کرده دچار نقص امنیتی برای حدود ۹۰۰ گیگابایت داده و اطلاعات شده است. بیشتر این اطلاعات روی ایمیل بیش از ۱۷۷ هزار کاربر موجود بودند. براساس گزارش scitech daily، به‌اشتراک‌گذاری این اطلاعات از طریق وب‌سایتی به نام مادربرد انجام شده که پیش‌تر شرکت سلبریت در فناوری مربوط به هک موبایل‌ها از آن به طریق مشکوک استفاده می‌کرده است. در بیانیه‌ای که به‌تازگی منتشر شد، سلبریت درباره تجهیزات سایت مادربرد هیچ‌گونه نظری اعلام نکرد. در عوض، بیشتر بر نقص اطلاعات تأکید کرده و معتقد است هکرها مخزنی از پایگاه داده‌ها در اختیار داشته‌اند و آنها را به یک سیستم کاربری جدید انتقال داده‌اند. به گفته مدیرعامل شرکت سلبریت: «درحال‌حاضر مشخص شده که اطلاعات و داده‌های به‌سرقت‌رفته، شامل اطلاعات تماس اولیه کاربران یا هشدارها و اطلاعیه‌هایی درخصوص محصولات برجسته شرکت سلبریت بوده است، ضمنا حتی برخی گذرواژه‌های به‌سرقت‌رفته هنوز وارد سیستم جدید نشده‌اند».

### فناوری‌های قدیمی مانند GPS دیگر قابل اعتماد نیست

# فناوری‌هایی برای ردیابی آتش‌نشانان

در سال ۱۹۹۹، شش آتش‌نشان بعد از اعزام به محل یک سانحه آتش‌سوزی، جان خود را از دست دادند. آنها بخشی از گروه ۷۳ شهر ماساچوست بودند که به منظور مهار یک آتش‌سوزی یک انبار اعزام شدند و بعد از داخل‌شدن به انبار آتش‌گرفته، دیگر نتوانستند راه خروجی را پیدا کنند و به دلیل کمبود اکسیژن جان خود را از دست دادند. سال‌هاست جلوگیری از وقوع حوادث این‌چنینی، یک چالش بزرگ تکنیکی برای آتش‌نشانان محسوب می‌شود. درحال‌حاضر آتش‌نشانان در فضای باز می‌توانند از طریق GPS، یکدیگر را پیدا کنند و با دستگاه‌های رادیویی با هم ارتباط داشته باشند. اما زمانی که وارد ساختمان‌های با اسکلت فلزی یا بتونی می‌شوند، این فناوری‌ها دیگر قابل اعتماد و جواب‌گو نیست. به گزارش آی‌تی‌ایران، یک تیم تحقیقاتی در لابراتوار Jet Propulsion ناسا در کالیفرنیا، یک سیستم جدید ردیابی اختراع کرده است که حفظ امنیت آتش‌نشانان را حین انجام عملیات وارد فاز جدیدی می‌کند. این سیستم که «Pointer» نام دارد، در محیط‌های ارتشی و صنعتی نیز می‌تواند کاربردهای امنیتی فراوان داشته باشد. Greg Price، معاون بخش فناوری امنیت داخلی، می‌گوید: «با فناوری پوینتر، مأموران می‌توانند با امنیت بیشتری انجام وظیفه کنند». فناوری پوینتر با استفاده از امواج الکترومغناطیس برد کوتاه می‌تواند جای آتش‌نشان را روی نقشه و داخل ساختمان حادثه‌دیده مشخص کند. اندازه و وزن این دستگاه بسیار کم شده و به حدود ۱۱ گرم رسیده است. در ماه سپتامبر نمایندگان دپارتمان‌های آتش‌نشانی در سرتاسر آمریکا در بازدیدی از این لابراتوار، با طرز کار پوینتر آشنا شدند. طبق گفته یکی از نمایندگان، تکنولوژی این محصول بسیار هیجان‌انگیز و کاربردی است و قطعا در پیداکردن افراد گمشده داخل



ساختمان‌های دچار فاجعه، بسیار می‌تواند کمک‌کننده باشد. پوینتر هم یک دستاورد تکنولوژیک و هم مکانیکی داشته است. این لابراتوار در حقیقت مسئله‌ای را که محققان از سال ۱۹۷۰ راهی را برای آن کشف نکرده بودند حل کرده است. بیشتر محققان تا قبل از این بیشتر روی امواج رادیویی تمرکز داشتند، زیرا این امواج قابلیت ارسال انرژی به مسافت‌های طولانی را دارند و به‌همین‌دلیل برای برقراری ارتباط ایده‌آل هستند. اما استفاده از این تکنولوژی در سازه‌های فلزی یا بتونی با محدودیت همراه است. به‌همین‌دلیل است که شاید زمانی که وارد یک ساختمان از جنس فلز یا زیرزمین می‌شوید، سیگنال تلفن همراه خود را از دست می‌دهید. اما این دستگاه ردیاب جدید، از میدان‌های الکترومغناطیس استفاده می‌کند که محققان به دلیل برد کوتاه، توجه زیادی به آن نکرده‌اند. این میدان‌ها، دیوارها را دور می‌زنند و ماهیت‌شان با امواج متفاوت است. همچنین می‌توان با بهینه‌سازی این میدان‌ها، آنها را در اندازه‌ها و با طول موج‌های متفاوت انتشار داد. علاوه‌براین، این ردیاب قادر است میدان‌های شبه‌استاتیک تولید کند که می‌تواند اطلاعات جغرافیایی و جهت‌ها را نشان دهد، فرمانده عملیات می‌تواند از طریق این وسیله بفهمد شخص داخل ساختمان ثابت است یا روی زمین می‌خزد، صورت وی رو به زمین است یا برعکس و ... . وزن این دستگاه ۱۱.۷ گرم است و تیم سازنده بازهم امیدوار است بتواند اندازه و وزن آن را کمتر کند تا وسیله، کاربردی‌تر عرضه شود و محدودیتی برای افراد به دنبال نداشته باشد. این آزمایشگاه در پروژه‌ای دیگر، وسیله‌ای را معرفی کرد که با استفاده از هوش مصنوعی می‌تواند اطلاعات، درجه هوا، میزان گازهای موجود در هوا و دیگر عوامل خطرزا را از قبل اعزام تیم آتش‌نشانان برای آنها جمع‌آوری کرده و بفرستد. اسم این دستیار هوشمند Audrey است و اطلاعات را از طریق استدلال، استخراج و تلفیق دریافت کرده و تحلیل می‌کند. از این دستگاه می‌توان در مراکز آتش‌نشانی، ادارات پلیس و مراکز امدادگری استفاده کرد تا همیشه قبل از ورود انسان‌ها به مکان‌های پرخطر، اطلاعات کافی از داخل ساختمان وجود داشته باشد. علاوه‌براین، آدری می‌تواند تمام یک تیم آتش‌نشانان را حین انجام مأموریت ردیابی کند و سیگنال‌های مکان‌یابی یا کمک‌رسانی بفرستد یا حتی تیم را رهبری کند. آدری با فناوری «اینترنت اشیا» کار می‌کند (اینترنت اشیا به سیستمی گفته می‌شود که چندین وسیله یا سنسور را به طور بی‌سیم به یکدیگر متصل می‌کند). به‌علاوه اگر آتش‌نشانان مجهز به لباس‌های سنسوردار باشند، مکان دقیق آنها قابل ردیابی است. نشان‌دادن درجه هوا، ارسال تصاویر ماهواره‌ای از مکان مورد نظر و قابلیت‌های بسیار دیگر، از جمله ویژگی‌های این دستگاه است.

## انفعال سایبری ژاپن

نوامبر گذشته، اخبار متنوعی درباره شبکه ارتباطات داخلی وزارت دفاع ژاپن و نیروهای دفاع از خود (SDF) این کشور منتشر شد که از هک‌شدن این سامانه‌هایش از سوی یک کشور خارجی خبر می‌داد. مطابق اخبار منتشرشده، زیرساخت اطلاعاتی دفاعی، شبکه ارتباطات پرسرعت و پرحجمی که برای ارتباط‌دهی مراکز، پادگان‌ها و اردوگاه‌های SDF استفاده می‌شود، مورد نفوذ واقع شده است. تامومی ایناداِ، وزیر دفاع ژاپن، از تأیید اخبار مربوط به هک امتناع و هرگونه سرقت اطلاعات را تکذیب کرد. از طرفی، یکی از مقامات آگاه در زمینه امور امنیت سایبری دولت ژاپن، رخداد نشت اطلاعات را تأیید کرد. آیا این اتفاق نیز یکی از هزاران حمله سایبری است که وزارت دفاع به صورت روزانه شناسایی کرده و با آن مقابله می‌کند؟ یا اعلان جنگی آشکار اما بی‌سروصدا علیه ژاپن است؟ به گزارش سایبربان، توکیو، عموما در مقابل رویدادهای سایبری، انفعال را ترجیح می‌دهد. مقام یادشده می‌گوید: «دولت ژاپن با نادیده‌انگاشتن رویدادها، می‌گوید این فقط یک اقدام برای نفوذ به اطلاعات مدیریتی بوده و اسناد طبقه‌بندی‌شده مورد نشت اطلاعات قرار نگرفته است». آنچه از وقوع این حمله بسیار برای ژاپنی‌ها نگران‌کننده‌تر است، سخنان یکی از مقامات است که به دلیل محرمانه‌بودن اطلاعاتش نام و منابع خود را عنوان نکرد، اما اعلام کرد رایانه‌های دولتی به صورت مرتب مورد هجوم سایبری قرار می‌گیرند و اطلاعات داخلی سرقت می‌شود. توشیو ناوا، یکی از مدیران ارشد شرکت امنیتی سایبردیفنس،می‌گوید: «دولت به جای تلاش برای فرافکنی اطلاعات موجود، باید بیش از این نگران باشد که هکرها توانسته‌اند به سامانه‌ها نفوذ کنند و احتمالا خواهند توانست عملیات‌های نظامی را از کار بیندازند». او که خود مسئول رمزگذاری و ارسال پیام‌های امنیتی واحد هوایی نیروهای دفاع است، می‌گوید: «حملات سایبری علیه SDF، می‌تواند کارکرد این سازمان را به‌شدت مختل کند. این اختلال می‌تواند توانایی SDF در محافظت از جان و مال مردم ژاپن را تحت‌تاثیر خود قرار دهد». دولت می‌گوید ژاپن می‌تواند در برابر حملات سایبری اجراشده از سوی دیگر کشورها که با اعمال زور یا عملیات نظامی قابل قیاس باشد از خود دفاع کند؛ اما چه زمانی می‌توان گفت یک حمله سایبری با عملیاتی نظامی قابل قیاس است؟ حقیقت این است که تعامل سیاست‌های دفاع سایبری با مفهوم دفاع از خود چندان عملی نیست و این پیچیدگی قانونی و لغوی، موجب افزایش برداشت‌ها از قانون، تعدد عملکرد در دولت ژاپن و درنتیجه انفعال نسبی این کشور در مقابله با حملات سایبری شده است. تنها به این مثال اشاره کنیم که مطابق با قانون، چون در حمله سایبری تجاوز نظامی صورت نمی‌گیرد، ژاپن نمی‌تواند از حمله متقابل برای دفاع از خود استفاده کند. با این حساب، ژاپن در پاسخ به حملات سایبری، به چه اقدامات مؤثری می‌تواند دست بزند؟ فقط بیان این نکته برای روشن‌شدن موضوع کافی خواهد بود که بودجه ژاپن برای مقابله با حملات سایبری در سال ۲۰۱۲، کمتر از ۹۱ میلیارد ین پیش‌بینی شده بود. درحالی‌که بودجه امنیت سایبری آمریکا برای مدت‌زمان مشابه، بیش از ۱۹ میلیارد دلار، معادل هزارو ۷۰۰ میلیارد ین ژاپن است. این اختلاف ۳۹ برابری بین بودجه دو کشور در زمینه امنیت سایبری، خود بیانگر اختلاف توانمندی این دو کشور در مقابله با حملات خواهد بود. هنوز شرکت‌های ژاپنی به اهمیت امنیت سایبری پی نبرده‌اند. مطابق گزارشی که شرکت نظارهگر «KPMG» منتشر کرده است، فقط ۵۲ درصد شرکت‌های ژاپنی معتقدند امنیت سایبری باید در سطوح مدیریتی مورد بحث قرار گیرد. بیش از نیمی از شرکت‌های ژاپنی فکر می‌کنند هیچ‌گاه مورد حمله سایبری واقع نخواهند شد و این موجب سهل‌انگاری در این زمینه شده است. ژاپن هیچ سازمان اطلاعات و امنیتی قدرتمندی در زمینه‌های ارتباطات و اطلاعات، همچون GCHQ در انگلستان و NSA در آمریکا، ندارد.

## فروش خودرو از آمازون تا دیجی‌کالا

فروش اینترنتی برخی کالاها و خدمات، چالش زیادی را به همراه دارد. از جمله این کالاها خودرو است که در وضعیت آشوبناک بازار خودرو ایران، حتی خرید حضوری آن نیز با مشکلات و مشقات بسیاری همراه است، چه برسد به خرید اینترنتی؛ در شرایطی که روند معاملات خودرو حتی به صورت فیزیکی هم در کشور روند ثابتی ندارد و حتی مشخص نیست برای معامله خودرو باید سند رسمی از سوی دفترخانه صادر شود یا برگه سبز صادره از سوی نیروی انتظامی کفایت می‌کند. اما این پرسش مطرح می‌شود که چالش‌های پیش‌روی دیجی‌کالا برای فروش آنلاین خودرو چیست؟ به گزارش وب‌سایت دیجیاتو، متأسفانه وضعیت قیمت‌ها در بازار خودرو از شاخص‌های بورس تهران نیز متزلزل‌تر است. معمولا قیمت‌گذاری و شرایط عرضه خودروهای داخلی تابع تصمیمات عجیب و غریب مدیران خودروسازی، مسئولان دولتی و ذوق و شوق دلالان پرشور قرار می‌گیرد و حتی زمان تحویل خودروهای صفرکیلومتر تولید داخل نیز مشخص نیست. اما دیجی‌کالا به عنوان عرضه‌کننده واسطه چطور می‌تواند چنین خودرویی را قیمت‌گذاری کند؟ به‌خصوص آنکه درباره خودروهای دارای بازار سیاه، دوره انتظاری چندماهه وجود دارد و مخاطبان دیجی‌کالا نمی‌توانند پس از خرید اینترنتی خودرو بلافاصله منتظر تحویل و شماره‌گذاری آن به قیمت کارخانه باشند. در چنین شرایطی سایتی مانند دیجی‌کالا هرگز نمی‌تواند خودروهای موردنیاز مشتریان را مهیا کند و با قیمت کارخانه به دست آنان برساند. اگر کار به تأمین خودروها به قیمت بازار برسد نیز می‌توان رسما اعلام کرد که دیجی‌کالا وارد کسب‌وکار بازار سیاه آنلاین خواهد شد. در بازار خودروهای وارداتی اوضاع به هیچ عنوان بهتر از بازار خودروهای داخلی نیست. تصمیمات خلق‌الساعه مدیران وزارت صنعت در ماه‌های اخیر شوک‌های عجیبی را به بازار این خودروها وارد کرده است که آخرین آنها به حذف نام بسیاری از برندهای مطرح از فهرست سایت ثبت سفارش گمرک مربوط می‌شود. در کنار این مورد، افت و خیزهای قیمت ارز، تغییرات ناگهانی قوانین واردات و مشکلات متعدد مربوط به شرایط گارانتی و خدمات پس از فروش باعث شده حتی خرید حضوری خودروهای وارداتی نیز با حواشی و ماجراهای پیش‌بینی‌ناپذیر بسیاری همراه باشد. می‌توانید به این مسائل، حاشیه‌های مربوط به تنوع رنگ‌های عرضه‌شده، تفاوت‌های بسیار زیاد آپشن‌ها و امکانات، نامشخص‌بودن قیمت و مقایسه‌ناپذیربودن بهای کالای عرضه‌شده از سوی دیجی‌کالا با خودروهای موجود در بازار را نیز اضافه کنید.

### قیمت‌گذاری غیررقابتی

از طرف دیگر با توجه به اینکه دیجی‌کالا عملا نقش واسطه را در روند فروش بازی می‌کند، ظاهرا قرار نیست خودروهای فروخته‌شده از سوی این سایت اساسا ارزان‌قیمت‌تر از خودروهای عرضه‌شده در سطح بازار باشند و احتمالا خودروهای قابل خرید به صورت آنلاین اندکی گران‌قیمت‌تر از نمونه‌های بازاری نیز خواهند بود و این مسئله دیگری است که به فراری‌دادن مشتریان از خرید آنلاین منجر می‌شود. با این حساب دیجی‌کالا نه در زمینه کنترل چالش‌های مربوط به فروش خودرو می‌تواند شرایط را برای مشتریان تسهیل کند و نه حتی از توان رقابت قیمتی با نمایشگاه‌های خودرو برخوردار است، اما این تمام ماجرا نیست و در زمینه جزئیات عملکرد بخش خودرو دیجی‌کالا نیز مشکلاتی وجود دارد. مشکل بعدی به اطلاعات عجیب، گسترده و بعضا اشتباه خودروها مربوط می‌شود، آنچنان که بازه مشخصات خودروها موارد جیب‌وغریبی از نمونه‌های چینی خارج‌شده از خط تولید تا سوپراسپرت‌های رؤیایی نظیر فراری و بوگاتی را در بر می‌گیرد. خودروهایی که طبیعتا امکان عرضه آنها به دلیل قطع تولید یا ممنوع‌بودن وارداتشان وجود ندارد و مشخص نیست جز افزایش بازدید، هدف دیجی‌کالا از نمایش چنین اطلاعاتی چه بوده است.

### چالش‌های خدمات پس از فروش

مشخصات و توضیحات معدود خودروهای قابل‌عرضه نیز به درستی و کامل درج نشده‌اند؛ برای مثال تجهیزات رفاهی و آپشن بسیاری از خودروهای وارداتی مشخص نیست و حتی کارشناسان فروش دیجی‌کالا نیز اطلاعات کاملی در این زمینه در اختیار ندارند. همچنین خرید خودرو از این وب‌سایت نیز علاوه بر پیچیدگی‌های مربوط به خرید آنلاین، از نظر قیمت و گستره انتخاب نیز توجیهی ندارد چراکه در مقابل نام اکثر خودروهای موجود در این بخش، عبارت «ناموجود» درج شده است و در مورد معدود خودروهای موجود نیز اطلاعات دقیقی وجود ندارد. در نهایت اگر خریداری ریسک خرید خودرو به صورت آنلاین را به جان بخرد ولی در هریک از مراحل کسب اطلاعات، انتخاب، انجام پروسه خرید، زمان‌بندی تحویل خودرو، پشت‌سرگذاشتن پروسه شماره‌گذاری، صحت عملکرد خودرو و آپشن‌ها، خدمات پس از فروش و... دچار مشکلی شود، مشخص نیست کمّ‌وکیف پاسخ‌گویی دیجی‌کالا به عنوان واسطه فروش این خودروها تا چه میزان خواهد بود و مسئولیت رفع مشکلات را چه کسی بر عهده می‌گیرد. چنین چالش‌هایی آن‌قدر جدی هستند که در چند سال اخیر تقریبا تمامی شرکت‌های واردکننده و تولیدکننده خودرو را با سال‌ها تجربه به زانو درآورده‌اند و تقریبا هیچ برندی در بازار خودرو کشورمان وجود ندارد که درگیر چنین حاشیه‌هایی نشده باشد. بنابراین باید گفت اگرچه دیجی‌کالا به الگوبرداری از آمازون شهرت دارد اما درباره خودرو به دلیل شرایط بسیار متفاوت بازار کشورمان با سایر نقاط جهان، تقلید کورکورانه نه‌تنها نفعی برای بزرگ‌ترین فروشگاه آنلاین ایران نخواهد داشت بلکه می‌تواند به اعتبار این برند و اعتماد مشتریانش هم آسیب جبران‌ناپذیری وارد کند.

بازار

## گوشی‌های تاشو، مُد سال ۲۰۱۷

● آیا قرار است گرایش بازار گوشی‌های هوشمند در سال ۲۰۱۷ به سمت گوشی‌های تاشو متمایل شود؟ از شواهد و قراین می‌توان حدس زد که این‌طور به نظر می‌رسد؛ زیرا شایعات شنیده‌شده از برخی شرکت‌ها همه مؤید این مطلب است. در اواخر سال ۲۰۱۵، سامسونگ درخواست پتنتی را با موضوع گوشی تاشو با قابلیت تبدیل به تبلت، ثبت کرد بود. این شرکت کره‌ای چندی پیش نیز پتنتی را برای تولید گوشی‌های هوشمند تاشو با نمایشگر انعطاف‌پذیر به ثبت رساند. تاکنون، بیشترین اخباری هم که دراین‌زمینه مخابره شده، حول سری گوشی‌های Galaxy X، محصول سامسونگ، بوده است (گوشی‌هایی که ظاهرا قابلیت تبدیل‌شدن به یک تبلت ۷اینچی را خواهند داشت). اما باید بدانیم سامسونگ فقط سازنده‌ای نیست که روی گوشی‌های تاشو کار کرده است. به گزارش وب‌سایت uspto، به‌تازگی مایکروسافت نیز پتنتی را به ثبت رسانده و ایده ساخت تبلتی را ارائه داده که با تاشدن از وسط، به یک گوشی هوشمند تبدیل می‌شود. هم‌زمان با مایکروسافت، شرکت ال‌جی هم با ثبت پتنتی مشابه از برنامه احتمالی خود برای تولید یک گوشی هوشمند تاشو خبر داد. باید توجه داشت در گوشی‌های تاشوی قدیمی و برخی ایده‌های سامسونگ درباره گوشی‌های تاشو، صفحه نمایش داخل قرار داشت؛ به‌طوری‌که وقتی دستگاه بسته بود، امکان مشاهده نمایشگر وجود نداشت. اما آن‌طور که در پتنت اخیر ال‌جی نشان داده شده، نمایشگر در قسمت بیرونی دستگاه قرار می‌گیرد؛ بنابراین در هر دو حالت باز یا بسته‌بودن دستگاه، صفحه نمایش پیداست. با این اوصاف، وقتی دستگاه در حالت تاشده باشد، در حکم یک گوشی هوشمند است (البته بدون حاشیه پیرامونی)، ولی وقتی تای دستگاه باز می‌شود، می‌توان آن را به عنوان یک تبلت کوچک تلقی کرد. همچنین براساس گزارش وب‌سایت mobile، شرکت‌های ال‌جی و سامسونگ در سال ۲۰۱۳، هم‌زمان با هم، با تولید گوشی‌هایی با یک انحنای کوچک و درعین‌حال مشهود، نخستین گام‌ها را به سمت تولید گوشی‌های تاشو برداشتند. در نخستین گوشی خمیده سامسونگ، با نام Galaxy Round، انحنای صفحه از داخل به سمت لبه‌های راست و چپ بود؛ ولی در اولین گوشی خمیده ال‌جی که G Flex نام گرفت، انحنای صفحه از داخل به سمت بالا و پایین دستگاه دیده می‌شود.