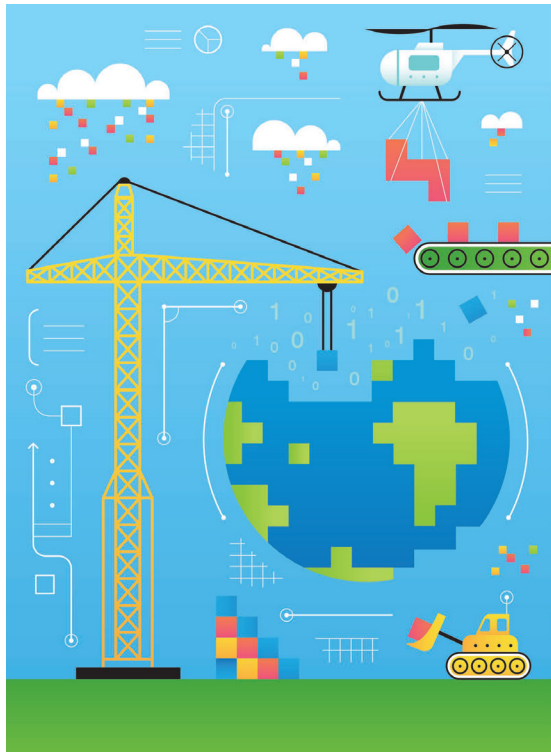


امروز، شروعی نو داریم. از ابتدای تیرماه ۱۴۰۰، خبرنامه‌ی پادیوم به صورت ماهیانه منتشر شده و می‌کوشیم به جای تمرکز بر اخبار، نگاهی به روندهای کلان، گزارش‌ها و تحلیل‌ها داشته باشیم. باشد که در نظر شما عزیزان مقبول افتد!

طی یک سال گذشته، با ۴۳ شماره از خبرنامه‌ی هفتگی پادیوم در کنار شما بودیم. طی این یک سال کوشیدیم تا مهم‌ترین اخبار حوزه‌ی API و تحول دیجیتال را پوشش داده و با شما همراهان عزیز پادیوم به اشتراک بگذاریم.

#گزارش



گوگل کلاود منتشر کرد:

وضعیت اقتصاد API

در سال ۲۰۲۱

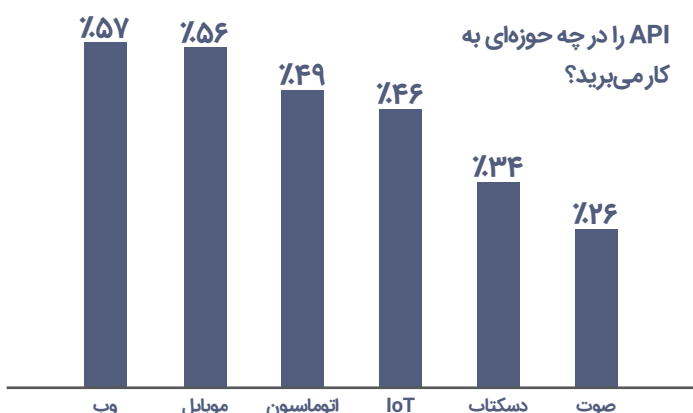
گوگل کلاود، پلتفرم شناخته‌شده‌ی ابری شرکت گوگل، گزارشی از وضعیت اقتصاد حوزه‌ی API در سال ۲۰۲۱ منتشر کرده است. این گزارش به مسیر تحول و بلوغ دیجیتال اکوسیستم، به‌ویژه در پاسخ به بحران کرونا در سال ۲۰۲۰ می‌پردازد. در این شماره، مروری بر این گزارش خواهیم داشت.

مشتریان اپیجی چه می‌سازند؟

تعداد اپلیکیشن‌های فعال مشتریان اپیجی از سپتامبر ۲۰۱۹ تا سپتامبر ۲۰۲۰ به میزان ۵۳ درصد افزایش یافته است.

شرکت‌کنندگان در نظرسنجی از API‌ها در طیف گسترده‌ای از اپلیکیشن‌ها و کاربردها استفاده می‌کنند. داده‌ها نشانگر آنند که شرکت‌های بزرگ به احتمال بیشتری از API‌ها در اپلیکیشن‌های موبایل استفاده می‌کنند، در حالی که شرکت‌های کوچکتر به احتمال بیشتری بر اپلیکیشن‌های دسکتاپ متمرکز شده‌اند. این تفاوت نیز قابل توضیح است: شرکت‌های بزرگتر، باید با طیف گسترده‌تر و توزیع‌شده‌تری از کارکنان در فضاهای مختلف ارتباط بگیرند و به احتمال بیشتری موبایل را به عنوان رسانه‌ی ارتباطی بر می‌گزینند، حال آنکه شرکت‌های کوچکتر معمولاً دسترسی مستقیم به کارکنان مستقر در دفتر خود دارند.

اما مشخصاً سازمان‌هایی با بلوغ API بالا که به طور گسترده‌تر از معماری میکروسرویس استفاده می‌کنند، به احتمال بیشتری مسیر درآمدزایی از API‌های خود را در پیش می‌گیرند.



اتوماسیون (۴۹٪) و اینترنت اشیا (۴۶٪) حوزه‌های رو به رشد توسعه‌ی اپلیکیشن‌های مبتنی بر API هستند. باید توجه داشت که این نوع کاربرد، بیشتر در میان کاربران بالغ API در سراسر جهان کاربرد دارد.

مشخصاً سازمان‌هایی با بلوغ API بالا که به طور گسترده‌تر از معماری میکروسرویس استفاده می‌کنند، به احتمال بیشتری مسیر درآمدزایی از API‌های خود را در پیش می‌گیرند.

درآمدزایی از API‌ها

بسیاری از شرکت‌ها، داده‌ها و خدماتی در اختیار دارند که می‌توانند به صورت API ارائه کنند. اما اکنون تنها یک سوم سازمان‌های بزرگ به سراغ درآمدزایی از API‌های خود رفته‌اند. اما به طور همزمان، این حوزه مورد تمرکز سازمان‌ها است. حدود نیمی از سازمان‌های مورد بررسی این پژوهش، درآمدزایی از API‌ها را در برنامه‌ی سال آتی خود گنجانده‌اند.

درآمدزایی از API‌ها می‌تواند به دو شکل باشد: مستقیم و غیرمستقیم. درآمدزایی مستقیم، مثلاً به صورت دریافت هزینه در قبال سطوح مختلف دسترسی، می‌تواند راهبرد سودآوری برای سازمان‌هایی باشد که داده‌های ارزشمند و انحصاری در اختیار دارند که به سادگی قابل کپی‌برداری توسط دیگران نیستند.

برای مثال، بزرگترین شرکت داده‌های هواشناسی، اکیوودر، اخیراً یک پورتال سلف‌سرویس توسعه‌دهندگان ایجاد کرده که به مثابه‌ی یک فروشگاه آنلاین برای بسته‌های API‌های این شرکت، و به مثابه‌ی یک Hub برای جامعه‌ی توسعه‌دهندگان بیرونی این شرکت عمل می‌کند. API‌های این پورتال، طیف گسترده‌ای از نیازهای توسعه‌دهندگان را به شیوه‌های مختلف پاسخ می‌دهد. برای مثال، یک گزینه‌ی غیررایگان، امکان به‌روزرسانی پیوسته و تقریباً زنده را ارائه می‌دهد، اما گزینه‌ی رایگان، به‌روزرسانی‌های دوره‌ای و با تأخیر بیشتری دارد. در طول ۱۰ ماه پس از راه‌اندازی، این پورتال بیش از ۲۴ هزار توسعه‌دهنده را جذب کرد، ۱۱ هزار کلید API ایجاد کرد، و به صدها مورد فروش بسته‌های غیررایگان API دست یافت.

اما درآمدزایی غیرمستقیم، گاهی وقت‌ها می‌تواند سودآورتر باشد! برای مثال، بسیاری از شرکت‌های زنجیره‌ی بزرگ، API محل جغرافیایی فروشگاه‌های خود را به صورت رایگان در اختیار توسعه‌دهندگان قرار می‌دهند. به کمک این API‌ها، توسعه‌دهندگان می‌توانند اطلاعات را با دقت و سرعت بسیار بالایی در اختیار کاربران نهایی قرار دهند. یک توسعه‌دهنده می‌تواند با ترکیب API‌های نقشه و مکان جغرافیایی رستوران‌ها و همین‌طور API‌های ثبت سفارش رستوران‌ها، تجربه‌ای روان برای کاربر خود ایجاد کند:

کاربر در اپلیکیشن، رستوران‌های اطراف خود را جستجو می‌کند، منوی آن‌ها را بررسی کرده و در نهایت، سفارش مد نظر خود را ثبت می‌کند و تمام این‌ها از یک رابط کاربری واحد صورت می‌گیرد.

در این سناریو، شرکت عرضه‌کننده‌ی API‌های رایگان شاید به طور مستقیم از API‌های خود درآمدزایی نکند. اما به سادگی با گسترش اکوسیستم پیرامون خود، از مزایای این رویکرد بهره‌مند می‌شود. در نتیجه، همواره درآمدزایی مستقیم، بهترین سناریو نیست!

در این خبرنامه کوشیدیم بخش‌هایی از این گزارش ارزنده‌ی گوگل را پوشش دهیم. برای مطالعه‌ی متن کامل گزارش به زبان انگلیسی، می‌توانید به لینک درج‌شده در منبع مراجعه کنید.

SOURCE: PAGES.APIGEE.COM/RS/-351WXY166-/IMAGES/APIGEE-STATEOFAPIS-EBOOK-2020.PDF

شناسنامه

تولیدشده در گروه کسب‌وکار پادیوم، گروه شرکت‌های فنا، تهران، تیرماه ۱۴۰۰
پست الکترونیک: Info@podium.ir
تلفن تماس: ۰۲۱۸۹۵۱۸۹۸۹
نشانی: تهران، پردیس، پارک فناوری پردیس، بلوار نوآوری ۱۲، پلاک ۱۲۳
کد پستی: ۱۶۵۴۱۲۰۸۴۰
مدیر خبرنامه: ثمین رادفر
هیات تحریریه: مهدی ملکی‌فر، ثمین رادفر، رضا دهقان، نیلوفر نجیب‌نیا، ریحانه احمدی
صفحه‌آرایی: سعیده شیخ‌الاسلام

در سال ۲۰۲۰ تقریباً تمام صنایع، از خرده‌فروشی و تولید گرفته تا صنعت مالی و هتل‌داری، گذاری در شیوه‌ی کسب‌وکار خود داشتند. آن‌ها با تکیه بر بلوغ دیجیتال کوشیدند تا مسیر خود را در رهایی از بحران کرونا هموار کنند.

این گزارش با تکیه بر دیتای پلتفرم مدیریت API اپیجی (Apigee) متعلق به گوگل کلاود، و ده‌ها نظرسنجی از سوی موسسات ثالث، این مسیر را بررسی کرده و نشان می‌دهد چگونه کسب‌وکارها در سال گذشته متحول شدند و چه هدفی را برای سال‌های آتی هدف گرفته‌اند.

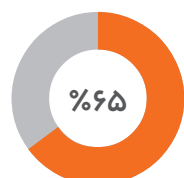
تاثیر بحران کرونا بر تحول دیجیتال

برای سال‌های پیاپی، تحول دیجیتال جزو اولویت‌های شرکت‌ها بوده است، اما بحران کرونا همه چیز را تغییر داد. شرایط بازار به نحوی تغییر کرد که اولویت دیجیتالی‌شدن شرکت‌ها افزایش یافت. صنایع متعددی که سلامت پرچم‌دار آن‌ها بود، در شرایطی قرار گرفتند که مسیر چندساله‌ی تحول دیجیتال را به اجبار در چند ماه پیمودند.

برای بررسی این وضعیت، یک نظرسنجی از ۷۰۰ فرد تصمیم‌گیر در زمینه‌ی IT صورت گرفت. در این نظرسنجی، حدود دو سوم شرکت‌هایی که مورد بررسی قرار گرفته‌اند، اعلام کرده‌اند که سرمایه‌گذاری‌های تحول دیجیتال خود را افزایش داده‌اند یا به طور کامل، راهبردهای تحول دیجیتال خود را تغییر داده‌اند تا به شرکت‌هایی با «اولویت دیجیتال» تبدیل شوند.



حدود دوسوم شرکت‌ها سرمایه‌گذاری‌های تحول دیجیتال خود را افزایش داده‌اند.



سه‌چهارم شرکت‌ها سفر تحول دیجیتال خود را فارغ از بحران کرونا ادامه داده‌اند.

API: قلب تحول دیجیتال

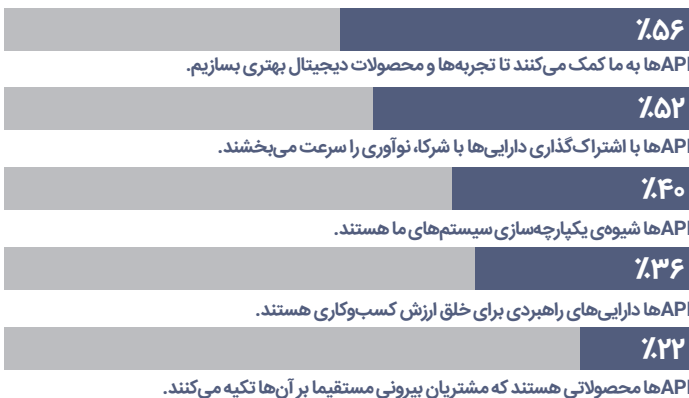
هر شرکتی در جهان قطعاً کارکردها و داده‌های ارزنده‌ای در اختیار دارد و آن‌ها را در سیستم‌های داخلی خود، ذخیره و پیاده‌سازی کرده است. سرمایه‌گذاری روی این ارزش‌ها، بدین معناست که داده‌ها باید از «جزیره‌ها و سیلوها» خارج شوند و به جریان بیافتند تا در زمینه‌های متفاوتی مورد استفاده قرار گیرند.

این دست هم‌افزایی‌ها از طریق API‌ها صورت می‌گیرد. توسعه‌دهندگان به سادگی می‌توانند از طریق API‌ها به دارایی‌های ارزنده‌ی شرکت‌ها (چه داده، چه خدمت و چه کارکرد) دسترسی پیدا کرده و آن‌ها را در فضاهای جدیدی به کار ببندند. در واقع، API‌ها زبان سخن‌گفتن نرم‌افزارها با یکدیگر هستند. این ابزارها ممکن است با دو رویکرد ایجاد شوند:

۱. رویکرد یکپارچه‌سازی سیستمی: این API‌ها تنها با هدف استفاده توسط نرم‌افزارهای داخلی دیگر توسعه می‌یابند و افراد بیرونی نمی‌توانند از آن‌ها استفاده کنند.

۲. رویکرد باز: این API‌ها با هدف استفاده توسط تمام افراد مجاز توسعه می‌یابند و «تجربه‌ی توسعه‌دهنده» در ایجاد این API‌ها همیشه مد نظر قرار دارد.

API‌هایی که با رویکرد باز توسعه یافته‌اند، ابزارهایی بسیار قدرتمند در مسیر تحول دیجیتال اکوسیستمی محسوب می‌شوند. به همین دلیل است که همواره نگاه ویژه‌ای به آن‌ها وجود دارد.



طبق پژوهش گوگل کلاود، بیش از نیمی از تصمیم‌گیرندگان در حوزه‌ی IT معتقدند که API‌ها به سازمانشان کمک می‌کند تا تجربه‌ها و محصولات دیجیتال بهتری توسعه دهند. با نگاه به نمودار فوق، به طور کلی می‌توان دریافت که API چه نقش ارزنده‌ای در تحول دیجیتال شرکت‌ها دارد.

به نظر می‌رسد که «یکپارچه‌سازی» هنوز یک سناریوی مهم کاربرد API محسوب می‌شود، اما اگر آن را به عنوان تنها ارزش خلق‌شده توسط API‌ها در نظر بگیریم، می‌تواند مسیر ما را محدود کند. اینکه دو سامانه بتوانند با یکدیگر کار کنند، ذاتاً ارزش‌آفرین محسوب نمی‌شود؛ آنچه ارزش دارد، این است که این یکپارچه‌سازی آیا تکرارپذیر است؟ آیا قابلیت توسعه‌ی گام‌به‌گام دارد؟ مقیاس‌پذیر است؟ و در نهایت، چه برون‌داد کسب‌وکاری دارد؟

اینکه دو سامانه بتوانند با یکدیگر کار کنند، ذاتاً ارزش‌آفرین محسوب نمی‌شود؛ آنچه ارزش دارد، این است که این یکپارچه‌سازی آیا تکرارپذیر است؟ آیا قابلیت توسعه‌ی گام‌به‌گام دارد؟ مقیاس‌پذیر است؟ و در نهایت، چه برون‌داد کسب‌وکاری دارد؟

پادیوم، یک بازارچه API و خدمات دیجیتال و متعلق به گروه فناپ است که می‌کوشد با ارائه خدمات و راهکارهای دیجیتال در محیطی شفاف و چابک، گامی در راستای توانمندسازی اکوسیستم دیجیتال ایران بردارد. این ماه‌نامه با هدف توسعه‌ی گفتمان دیجیتال و بانکداری باز منتشر می‌شود. کلیه حقوق این خبرنامه متعلق به پادیوم بوده و نقل مطالب آن تنها با ذکر منبع مجاز است.