સ્ટારલિંક ફરી એકવાર કેમ ચર્ચાના કેન્દ્રમાં?

ભારતમાં સેટેલાઈટ બ્રોડબેન્ડ સેવા શરૂ કરવા અંગે નવા પ્રશ્નો-સુરક્ષા ચિંતાઓ

ભારતમાં સેટેલાઈટ આધારિત ઈન્ટરનેટ સેવાઓ શરૂ થવાની દિશામાં મહત્વપૂર્ણ પ્રગતિ થઈ રહી છે. જોકે, એલન મસ્કની સ્પેસએક્સ કંપનીની સ્ટારલિંક ફરી એકવાર નિયમનકારી અને સુરક્ષા સંબંધિત ચર્ચાના કેન્દ્રમાં આવી છે. કંપનીએ જરૂરી લાઈસન્સ અને મંજૂરીઓ મેળવી લીધી હોવા છતાં હવે ચર્ચાનો મુખ્ય મુદ્દો એ છે કે સેટેલાઈટ બ્રોડબેન્ડ નેટવર્ક્સ ભારતની સુરક્ષા અને સંચાર વ્યવસ્થામાં કેવી રીતે કાર્ય કરશે.સ્ટારલિંકને ભારતમાં ગ્લોબલ મોબાઈલ પર્સનલ કમ્યુનિકેશન બાય સેટેલાઈટ સર્વિસિસ (GMPCS) લાઈસન્સ તેમજ IN-SPACe તરફથી મંજૂરી મળી ચૂકી છે. પરંતુ હવે પ્રશ્ન કંપનીની એન્ટ્રીનો નથી. સરકાર અને નિયમનકારી સંસ્થાઓ એ બાબતની સમીક્ષા કરી રહી છે કે સેટેલાઈટ આધારિત ઈન્ટરનેટ સેવાઓને દેશની સુરક્ષા વ્યવસ્થામાં કેવી રીતે સમાવવી.

મુખ્ય ચિંતાઓ

- નેટવર્ક મોનિટરિંગ
- કાયદાકીય ઇન્ટરસેપ્શન વ્યવસ્થા
- ડેટા સુરક્ષા
- ઓપરેશનલ નિયંત્રણ
- આપત્તિ દરમિયાન સંચાર વ્યવસ્થા
- રાષ્ટ્રીય સુરક્ષા સંબંધિત માપદંડો

આ મુદ્દા પર વધુ ધ્યાન કેમ ગયું?

સેટેલાઇટ બ્રોડબેન્ડ હવે માત્ર એક વૈકલ્પિક ઇન્ટરનેટ સેવા નથી રહી. તે ભવિષ્યમાં મહત્વપૂર્ણ રાષ્ટ્રીય ઇન્ફ્રાસ્ટ્રક્ચર બની શકે છે.ભારતના ઘણા વિસ્તારોમાં હજુ પણ પરંપરાગત ટેલિકોમ નેટવર્ક પહોંચાડવું મુશ્કેલ છે, જેમ કે પર્વતીય વિસ્તારો સરહદી વિસ્તારો અંતરીયાળ ગામો, ટાપુઓ. આપત્તિપ્રવણ પ્રદેશોઆવા વિસ્તારોમાં સેટેલાઇટ બ્રોડબેન્ડ ઝડપી અને અસરકારક ઉકેલ આપી શકે છે. પરંતુ તેની સાથે સુરક્ષા અને નિયંત્રણના પ્રશ્નો પણ ઉભા થાય છે.

શું તેની અસર OneWeb અને Jio પર પણ પડશે?

હા, શક્ય છે.
સરકાર જે નિયમો અને સુરક્ષા માળખું તૈયાર કરી રહી છે તે માત્ર સ્ટારલિંક પૂરતું મર્યાદિત નથી.

OneWeb
ભારતી ગ્રુપ દ્વારા સમર્થિત Eutelsat OneWebએ પણ જરૂરી મંજૂરીઓ મેળવી લીધી છે અને સ્પેક્ટ્રમ ફાળવણીની રાહ જોઈ રહ્યું છે.

Jio-SES
રિલાયન્સ જિયોની SES સાથેની સેટેલાઇટ બ્રોડબેન્ડ ભાગીદારી પણ લોન્ચિંગ માટે તૈયારીઓ કરી રહી છે.
જો સરકાર એક સામાન્ય સુરક્ષા અને ઓપરેશનલ ફ્રેમવર્ક બનાવશે તો તે તમામ કંપનીઓ પર લાગુ પડશે.

શું સ્ટારલિંકની લોન્ચિંગમાં વિલંબ થયો છે?

સત્તાવાર રીતે નહીં.સ્ટારલિંકનું કહેવું છે કે ભારતીય સત્તાધિકારીઓ સાથેની ચર્ચાઓ હકારાત્મક રીતે આગળ વધી રહી છે.હાલ કંપની નીચેની બાબતોની રાહ જોઈ રહી છે: સ્પેક્ટ્રમ ફાળવણી અંતિમ ઓપરેશનલ શરતો સુરક્ષા માળખું વ્યાપારી કામગીરી માટેની મંજૂરી નિયમનકારી સમીક્ષા ચાલુ હોવા છતાં સ્ટારલિંકની ભારત પ્રવેશ યોજનામાં કોઈ સત્તાવાર અવરોધ જાહેર થયો નથી.

સુરક્ષા હવે મહત્વપૂર્ણ કેમ બની રહી છે?

સેટેલાઇટ નેટવર્ક્સ ઘણી વખત આંતરરાષ્ટ્રીય સ્તરે કાર્ય કરે છે.આથી સરકાર માટે મહત્વના પ્રશ્નો છે:ડેટા ક્યાં સંગ્રહિત થાય છે?કાયદાકીય તપાસ માટે માહિતી કેવી રીતે ઉપલબ્ધ થશે? આપત્તિ સમયે નેટવર્કનું નિયંત્રણ કેવી રીતે થશે?રાષ્ટ્રીય સુરક્ષા કેવી રીતે જાળવાશે? નિયમનકારો ઇચ્છે છે કે ટેકનોલોજીના લાભો જળવાઈ રહે અને સાથે સુરક્ષા પણ સુનિશ્ચિત થાય.

આગામી સમયમાં બે દિશામાં કામ આગળ વધશે

1. **વ્યાપારી કામગીરી માટે તૈયારી** : સ્પેક્ટ્રમ ફાળવણી સેવા શરૂ કરવાની મંજૂરી 2. **સુરક્ષા માળખાનું નિર્માણ** સુરક્ષા પ્રોટોકોલ ઓપરેશનલ માર્ગદર્શિકા મોનિટરિંગ સિસ્ટમ કાયદાકીય પાલન વ્યવસ્થા આ પ્રક્રિયા પૂર્ણ થયા પછી સેટેલાઇટ બ્રોડબેન્ડ સેવાઓ વ્યાપારી રીતે શરૂ થવાની શક્યતા વધશે.

પરંપરાગત ટેલિકોમ સેવાઓ અને સેટેલાઇટ બ્રોડબેન્ડમાં શું તફાવત છે?

પરંપરાગત ટેલિકોમ સેવા
આ સેવાઓ માટે જરૂરી છે:
મોબાઇલ ટાવર્સ
ફાઇબર નેટવર્ક
સ્વિચિંગ સેન્ટર્સ
સ્થાનિક ઇન્ફ્રાસ્ટ્રક્ચર
નેટવર્ક વિસ્તારવા માટે ભૌતિક માળખું ઊભું કરવું પડે છે.

સેટેલાઇટ બ્રોડબેન્ડ
આ પ્રણાલી આધારિત છે: લો અર્થ ઓર્બિટ (LEO) સેટેલાઇટ્સ, ગ્રાઉન્ડ સ્ટેશન્સ અને સેટેલાઇટ સાથે સીધા જોડાતા ટર્મિનલ્સ પર. આ ટેક્નોલોજી દ્વારા દૂરદરાજ અને નેટવર્કથી વંચિત વિસ્તારોમાં પણ હાઈ-સ્પીડ ઇન્ટરનેટ સેવા ઉપલબ્ધ થઈ શકે છે.

સેટેલાઇટ ઇન્ટરનેટના ફાયદા

1. દૂરદરાજના વિસ્તારોમાં ઝડપી કનેક્ટિવિટી
2. ઓછા ઇન્ફ્રાસ્ટ્રક્ચર ખર્ચ
3. આપત્તિના સમયમાં સંચાર સુવિધા
4. વિશાળ ભૂગોળમાં સેવા પહોંચાડવાની ક્ષમતા

પરંતુ સાથે સાથે નિયંત્રણ અને સુરક્ષાના નવા પડકારો પણ ઊભા થાય છે.

સ્પેક્ટ્રમ ફાળવણીનું મહત્વ શું છે?

સેટેલાઇટ બ્રોડબેન્ડ ક્ષેત્ર માટે સ્પેક્ટ્રમ ફાળવણી સૌથી મહત્વપૂર્ણ બાકી રહેલી પ્રક્રિયા છે.કોઈપણ કંપનીને વ્યાપારી સેવા શરૂ કરવા માટે જરૂરી છે:
1. સ્પેક્ટ્રમની ફાળવણી 2. ઉપયોગની શરતો 3.કિંમત નક્કી કરવાની વ્યવસ્થા ટેક્નિકલ માર્ગદર્શિકા 4. સુરક્ષા નિયમો
આ તમામ મુદ્દાઓ પર સરકાર હજુ અંતિમ નિર્ણય લઈ રહી છે.

લાઇક્સ અને વ્યૂઝથી આગળ વધીને હવે બ્રાન્ડ્સ શોધી રહી છે ગ્રાહકોનું સાચું ધ્યાન

'અટેન્શન કરન્સી'નો યુગ : સોશિયલ મીડિયા માર્કેટિંગની નવી ક્રાંતિ

ડિજિટલ યુગમાં લાંબા સમય સુધી સોશિયલ મીડિયા સફળતાનું માપદંડ 'લાઇક્સ', 'શેર', 'ક્લિક્સ' અને 'વ્યૂઝ' રહ્યા હતા. પરંતુ હવે માર્કેટિંગની દુનિયામાં એક નવી વિચારધારા ઝડપથી ઉભરી રહી છે–'Attention Currency' એટલે કે ગ્રાહકનું વાસ્તવિક ધ્યાન. ટેક્નોલોજી કંપની Snap Inc.નું માનવું છે કે ભવિષ્યમાં બ્રાન્ડ્સ માટે સૌથી મૂલ્યવાન સંપત્તિ માત્ર દર્શકોની સંખ્યા નહીં, પરંતુ તેઓ કેટલો સમય અને કેટલી ગંભીરતાથી કોઈ સંદેશા સાથે જોડાય છે તે બનશે.આ પરિવર્તન માત્ર માર્કેટિંગની નવી રણનીતિ નથી, પરંતુ ડિજિટલ વર્તન અને ગ્રાહકોની બદલાતી માનસિકતાનું પ્રતિબિંબ છે. ખાસ કરીને જનરેશન Z (Gen Z)ની નવી જીવનશૈલી અને કન્ટેન્ટ વપરાશની રીતોએ સમગ્ર જાહેરાત ઉદ્યોગને નવી દિશા તરફ ધકેલી દીધો છે.

જનરેશન Z, AI અને 'મોમેન્ટ્સ માર્કેટિંગ' કેવી રીતે બદલી રહ્યા છે જાહેરાત જગતના નિયમો?

'Attention Economy'નો ઉદય

વિશ્વભરમાં ડિજિટલ કન્ટેન્ટનું પ્રમાણ એટલું વધી ગયું છે કે આજે ગ્રાહકોનું ધ્યાન સૌથી દુર્લભ સંસાધન બની ગયું છે.
દરેક મિનિટે લાખો પોસ્ટ્સ, વિડિયો, જાહેરાતો અને નોટિફિકેશન્સ લોકો સામે આવે છે. કોઈ બ્રાન્ડ જો ગ્રાહકનું થોડા સેકન્ડ માટે પણ સંપૂર્ણ ધ્યાન ખેંચી શકે તો તે મોટી સિદ્ધિ ગણાય છે.માર્કેટિંગ નિષ્ણાતોનું માનવું છે કે આગામી વર્ષોમાં કંપનીઓ પોતાની સફળતા માપવા માટે 'Attention Metrics' પર વધુ ભાર આપશે. તેમાં ગ્રાહકે કેટલો સમય જાહેરાત જોઈ, ઇન્ટરએક્શન કર્યું અને તેમાંથી ખરીદી કે અન્ય કોઈ ક્રિયા મહત્વનું બનશે.

જ્યારે 'વ્યૂઝ' પૂરતા નથી રહેતા

એક સમય હતો જ્યારે કોઈ જાહેરાતને લાખો વ્યૂઝ મળ્યા હોય તો તેને સફળ માનવામાં આવતી હતી. પરંતુ હવે માર્કેટર્સ સમજી રહ્યા છે કે માત્ર વ્યૂઝનો આંકડો હંમેશા અસરકારકતા દર્શાવતો નથી.ઘણા લોકો જાહેરાત સ્કિપ કરી દે છે, ફોન સ્ક્રોલ કરતાં કરતાં વિડિયો જોતા રહે છે અથવા ધ્યાન આપ્યા વગર કન્ટેન્ટ જોઈ લે છે. પરિણામે, મોટી સંખ્યામાં વ્યૂઝ હોવા છતાં બ્રાન્ડનો સંદેશ ગ્રાહક સુધી અસરકારક રીતે પહોંચતો નથી.તેથી હવે પ્રશ્ન એ નથી કે કેટલા લોકોએ જાહેરાત જોઈ, કેટલાએ ધ્યાનથી જોઈ તેના આધારે કોઈ નિર્ણય લીધો.

જનરેશન Z । માર્કેટિંગનું નવું કેન્દ્રબિંદુ

આજની યુવા પેઢી પરંપરાગત સોશિયલ મીડિયા ફીડ્સ કરતાં વધુ સમય ક્રિએટર કન્ટેન્ટ, સમુદાયો અને ખાનગી સંવાદોમાં વિતાવે છે.તેઓ પ્રોડક્ટ્સ વિશે જાણકારી મેળવવા માટે માત્ર જાહેરાતો પર આધાર રાખતા નથી. ઇન્ફ્લુએન્સર્સ, મિત્રો, ઓનલાઇન કોમ્યુનિટીઝ અને રિવ્યુઝ તેમની ખરીદીના નિર્ણયોમાં વધુ મહત્વની ભૂમિકા ભજવે છે.આ કારણે બ્રાન્ડ્સ હવે સીધા વેચાણના સંદેશા કરતાં વધુ વિશ્વાસપાત્ર અને સંવાદાત્મક અભિગમ અપનાવી રહી છે.

'મોમેન્ટ્સ માર્કેટિંગ' યોગ્ય સમયે યોગ્ય સંદેશ

આધુનિક માર્કેટિંગમાં માત્ર શું કહેવું તે જ નહીં, પરંતુ ક્યારે કહેવું તે પણ મહત્વનું બની ગયું છે.ક્રિકેટની IPL મેચ, દિવાળી, હોળી, નવરાત્રી અથવા કોઈ મોટો સાંસ્કૃતિક પ્રસંગ–આવા સમયગાળામાં લોકોનું ભાવનાત્મક જોડાણ વધે છે.બ્રાન્ડ્સ હવે આવા પ્રસંગોને ધ્યાનમાં રાખીને રિયલ-ટાઇમ કેમ્પેઇન ચલાવે છે. કોઈ મેચમાં સિક્સર વાગે કે કોઈ ખાસ ઘટના બને, તરત જ સંબંધિત ઓફર અથવા સંદેશ ગ્રાહકો સુધી પહોંચાડવામાં આવે છે.આ અભિગમ ગ્રાહકો સાથે વધુ ગાઢ જોડાણ બનાવવામાં મદદ કરે છે.

ભવિષ્યનો મંત્ર । 'ધ્યાન' જ નવી કરન્સી

એક સમય હતો જ્યારે ડેટા નવી કરન્સી માનવામાં આવતો હતો. આજે પણ ડેટા મહત્વપૂર્ણ છે, પરંતુ ગ્રાહકોનું વાસ્તવિક ધ્યાન તેના કરતાં પણ વધુ કિંમતી બની રહ્યું છે.જાહેરાતોની ભીડ વચ્ચે જે બ્રાન્ડ ગ્રાહકને રોકી શકે, વિચારવા મજબૂર કરી શકે અને ભાવનાત્મક રીતે જોડાઈ શકે, તે જ ભવિષ્યમાં સફળ બનશે.ડિજિટલ માર્કેટિંગ હવે માત્ર સંખ્યાઓની રમત રહી નથી. લાઇક્સ, ક્લિક્સ અને વ્યૂઝ કરતાં વધુ મહત્વ હવે ગ્રાહકોના ધ્યાન, સંવાદ અને વિશ્વાસને આપવામાં આવી રહ્યું છે. 'Attention Currency'નો આ નવો યુગ બ્રાન્ડ્સને વધુ સર્જનાત્મક બનાવશે.

આઈપોડનો પુનર્જન્મ । ડિજિટલ યુગમાં નોસ્ટાલ્જિયાની નવી ધૂન

અલ્ગોરિધમથી કંટાળેલી પેઢી ફરી શોધી રહી છે 'સાદું સંગીત'

એક સમયના ક્રાંતિકારી ગેજેટે આજે કેવી રીતે કલેક્ટર્સ અને યુવાનોમાં જગાવી નવી દીવાનગી?એક સમય હતો જ્યારે ખિસ્સામાં રહેલો નાનો સફેદ આઈપોડ ટેક્નોલોજીની દુનિયામાં સ્ટેટસ સિમ્બોલ ગણાતો હતો. હજારો ગીતો પોતાની સાથે રાખવાની ક્ષમતા ધરાવતું આ ઉપકરણ 2000ના દાયકાની સૌથી મોટી ટેક ક્રાંતિઓમાંનું એક હતું. સ્માર્ટફોનના આગમન બાદ આઈપોડ ધીમે ધીમે બજારમાંથી ગાયબ થઈ ગયો અને 2022માં એપલે તેનું ઉત્પાદન સંપૂર્ણપણે બંધ કરી દીધું. પરંતુ આજે, વર્ષો પછી, આઈપોડ ફરી ચર્ચામાં છે.આશ્ચર્યની વાત એ છે કે આ પુનર્જાગરણ માત્ર જૂની યાદોમાં જીવતા લોકો સુધી મર્યાદિત નથી. સોશિયલ મીડિયા અને સ્ટ્રીમિંગ પ્લેટફોર્મથી કંટાળેલી નવી પેઢી પણ આઈપોડ તરફ આકર્ષાઈ રહી છે. કારણ કે તે સંગીત સાંભળવાનો એવો અનુભવ આપે છે જેમાં કોઈ જાહેરાતો નથી, કોઈ નોટિફિકેશન નથી અને કોઈ અલ્ગોરિધમ તમારા માટે ગીતો પસંદ કરતું નથી.

સંગીત સાથેનો 'વ્યક્તિગત સંબંધ' ફરી જીવંત

આજના યુગમાં Spotify, Apple Music અને YouTube Music જેવા પ્લેટફોર્મ્સ લાખો ગીતો આપણી આંગળીઓના ટેરવે મૂકી દે છે. પરંતુ આ સુવિધા સાથે સતત સૂચનો, ભલામણો અને વિક્ષેપો પણ આવે છે.આઇપોડની સૌથી મોટી ખાસિયત એ છે કે તેમાં માત્ર તમે પસંદ કરેલું સંગીત જ હોય છે. દરેક ગીત, દરેક પ્લેલિસ્ટ અને દરેક આલ્બમ પાછળ તમારી પોતાની પસંદગી અને યાદો જોડાયેલી હોય છે. આ કારણે ઘણા યુવાનો માટે આઇપોડ માત્ર એક ગેજેટ નહીં પરંતુ વધુ 'વ્યક્તિગત સંગીત સાથી' બની રહ્યો છે.

સેકન્ડહેન્ડ માર્કેટમાં વધી રહેલી માંગ

નવો આઇપોડ હવે ખરીદી શકાતો નથી, પરંતુ સેકન્ડ-હેન્ડ બજારમાં તેની માંગ સતત વધી રહી છે. ઓનલાઇન માર્કેટપ્લેસ, ટેક કલેક્ટર્સ અને રિફર્બિશ્ડ ડિવાઇસ વેચતી કંપનીઓ આજે હજારો આઇપોડ વેચી રહી છે.

મોડિફિકેશન અને કસ્ટમાઇઝેશનનો નવો ટ્રેન્ડ

આઇપોડની લોકપ્રિયતામાં વધારો થવાનું એક મોટું કારણ તેનું મોડિફિકેશન છે. ટેક ઉત્સાહીઓ હવે જૂના આઇપોડમાં નવી બેટરી, વધુ સ્ટોરેજ અને રંગીન ફેસપ્લેટ્સ લગાવીને તેને આધુનિક રૂપ આપી રહ્યા છે.કેટલાક લોકો 20 વર્ષ જૂના આઇપોડમાં SSD સ્ટોરેજ લગાવી હજારો ગીતો સંગ્રહિત કરી રહ્યા છે. સોશિયલ મીડિયા પર આવા 'મોડેડ આઇપોડ'ના વિડિયો લાખો વખત જોવામાં આવી રહ્યા છે. 23 ઓક્ટોબર 2001ના રોજ સ્ટીવ જોબ્સે જ્યારે પ્રથમ આઇપોડ રજૂ કર્યો ત્યારે તેમનો પ્રસિદ્ધ સંદેશ હતો–"તમારા ખિસ્સામાં 1,000 ગીતો."આ એક વાક્યએ સમગ્ર સંગીત ઉદ્યોગની દિશા બદલી નાખી. આઇપોડે માત્ર સંગીત સાંભળવાની રીત જ નહીં, પરંતુ ડિજિટલ મ્યુઝિક બિઝનેસનું ભવિષ્ય પણ બદલ્યું.

સાઈબર વર્લ્ડમાં ક્લાઉડ પ્લેટફોર્મ મહત્વ અને ધ્યાનમાં રાખવાની બાબતો

મયુર ભુસાવળકર
આઇટી એક્સપર્ટ

પહેલેથીજ આપણા કોઈપણ પ્રકારના વ્યવસાયમાં પછી તે પરંપરાગત હોય કે ઓનલાઈન માધ્યમોથી થતો હોય, તેમાં ડેટા નું ખૂબ જ મોટું મહત્વ રહેલું છે, ડેટાને ધંધાની મહત્વની સંપત્તિ ગણવામાં આવે છે, એક સામાન્ય ઈન્ટરનેટ યૂઝર કે પછી વ્યવસાયી તરીકે આપણે આપનો અગત્યનો ડેટા કાંતો મોબાઈલ ફોનની અંદર, લેપટોપ અથવા ડેસ્કટોપ કમ્પ્યુટરમાં અથવા તો એક્સટર્નલ સ્ટોરેજની અંદર જ સતત સંગ્રહ કરતા હોઈએ છીએ, પરંતુ જ્યારે કોઈ કારણવશ આપના મોબાઈલમાં, કમ્પ્યુટરમાં કે એક્સટર્નલ સ્ટોરેજમાં વાયરસ લાગુ પડે કે ડીવાઈસ કોઈક કારણવશ બગડી જાય, તો એ બધો જ અગત્યનો અને મહત્વનો ડેટા નષ્ટ થઈ જતો હોય છે, જે કોઈના પણ વ્યવસાય માટે આજના સમયમાં આર્થિક સંકટ કરતા પણ વધુ નુકસાન દાયક બની શકે છે. અમુક સંજોગોમાં તો ડેટા રીકવરી પ્રોસેસ થકી પણ આ ડેટાને આપણે પાછો મેળવી શકતા નથી, જોકે ડેટા રીકવરી સોફ્ટવેર પૂરેપૂરો ડેટાને રીકવર કરવાનો પ્રયત્ન કરે છે, પરંતુ અમુક સંજોગોમાં તો તે પણ ડેટા ને પાછો લાવી શકતું નથી.

ક્લાઉડ પ્લેટફોર્મ એટલે શું? ।

ક્લાઉડ પ્લેટફોર્મ એક ડેટા રૂપી "ઈ-વાદળ" છે, તેમજ ક્લાઉડ સર્વર એ આપણા અને આપણા જેવા કરોડો યુઝરના ડેટાનો સંગ્રહ કરતું એક ચોક્કસ પ્રકારનું પાવરફૂલ કમ્પ્યુટર છે, અને તે ઇન્ટરનેટના માધ્યમથી કોઈપણ વપરાશકર્તા ના મોબાઇલ કે કમ્પ્યુટર સાથે સતત જોડાયેલું હોય છે, કોઈપણ ઉપયોગકર્તા પોતાનો અગત્યનો ડેટા કે સોફ્ટવેર ને ક્લાઉડ સર્વર પર સંગ્રહી શકે છે અને જ્યારે પણ ડેટા ની જરૂર હોય ત્યારે તે ક્લાઉડ સર્વર સાથે ઇન્ટરનેટના માધ્યમથી જોડાઈને તેનો ડેટા પાછો મેળવી શકે છે અને તેનો વપરાશ પણ કરી શકે છે.વધુમાં એક પ્રશ્ન એ પણ થાય આ આખી પ્રક્રીયાને "ક્લાઉડ" અથવા " ધ ક્લાઉડ" શા માટે કહેવામાં આવે છે, ત્યારે તેનો જવાબ છે ,ક્લાઉડને "ધ ક્લાઉડ" એટલા માટે કહેવામાં આવે છે, કારણ કે તેમાં સ્થાનિક સર્વર અથવા વ્યક્તિગત કમ્પ્યુટર પર બધાજ પ્રકારના કાર્ય કરવાને બદલે ડેટાને સ્ટોર કરવા, મેનેજ કરવા અને તે ડેટા પર યોગ્ય પ્રકારની પ્રક્રિયા કરવા માટે રિમોટ પ્રકારના એક થી વધુ સર્વરના નેટવર્કનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે એટલે.

ક્લાઉડમાં ડેટા સેવ કરવો કેમ અગત્યનો છે?

આપણે આપણો ડેટા હાર્ડ ડિસ્ક માં ,મેમરી કાર્ડ માં કે એક્સટર્નલ ડિવાઇસમાં જ્યારે સંગ્રહ કરતા હોઈએ ત્યારે એ ડેટા નો ઉપયોગ કોઈપણ વ્યક્તિ સરળતાથી કરી શકે છે, ડેટાનું પોતાના માધ્યમ ઉપર બેકઅપ લઇ શકે છે ,એ ડેટાનો ઉપયોગ પણ કરી શકે છે અને ડિલીટ પણ કરી શકે છે , અને આપણને મુશ્કેલીમાં મૂકી શકે છે, અમુકવાર વાયરસ લાગુ પાડે તો ડેટા ડિલીટ પણ થઈ જાય છે, પરંતુ જો ડેટા ક્લાઉડ સર્વર ઉપર સંગ્રહ કરવામાં આવે તો એ ડેટા વધુ સલામત થઈ જાય છે

ઓપન સોર્સ ક્લાઉડ પ્લેટફોર્મ સર્વિસની મર્યાદાઓ

તમારા ધ્યારા ઓપન સોર્સ ક્લાઉડ પ્લેટફોર્મ થકી સર્વિસ લેવામાં આવે છે, ત્યારે તે સર્વિસ મફત હોય છે, તેમજ તમને લીમીટેડ પ્રકારનો ડેટા સ્ટોર કરવાની અનુમતી આપવામાં આવેલ હોય છે , મારા મત મુજબ તમારે તમારો "અગત્યનો ડેટા" ક્યારેય ઓપન સોર્સ ક્લાઉડ પ્લેટફોર્મ પર સંગ્રહ કરવો જોઈએ નહિ, તેમજ જે ડેટા નષ્ટ થવાથી, તમારે તમારા અંગત કે વ્યવસાયીક જીવનમાં કોઈપણ પ્રકારનું નુકસાન સહન ન કરવું પડે, તેવો જ ડેટા આવા પ્રકારની ક્લાઉડ પ્લેટફોર્મ સર્વિસ પર સેવ કરવો જોઈએ. ડેટા ને ડાઉનલોડ પણ કરી શકો છો પરિણામે તમારા ડિવાઇસ ની અંદર ની જગ્યા પણ ખાલી રહે છે અને ઘણા બધા ક્લાઉડ સર્વર એવા છે કે જે તમને અનલિમિટેડ ડેટા સંગ્રહ કરવાની ક્ષમતા પ્રદાન કરે છે.