



گفت‌وگو با فرزند مقدم، مدیرعامل «تسکا» که می‌گوید تنها چیزی که از سیاست‌گذار نوآوری در ذهنش حک شده یک جمله سلبی و تکراری کوتاه است:

انجام نده!

تکس - حامد کریمزاده

۳
چه کسی اطلاعات درگاه‌های پرداخت را به سازمان مالیاتی داد؟

۴
لجستیک دست
حجره‌دارهاست!

گفت‌وگو با نوید اقدم
بنیان‌گذار «فریت فاندِر»



۱۱
تسلای خواربارفروشی!
«پیترپات» می‌خواهد با استفاده از اقتصاد دایره‌ای
شمایل تحویل مواد غذایی را تغییر دهد



مارکتینگ
ANALYSIS
تحلیل
معاملات
خودرو؛ ۱۰۰
درصد تضمینی
درباره کمپین BTL
(«کارنامه»)

۱۰

تحلیل
ANALYSIS
میرزاباشی‌ها و
چی‌چی‌دوله‌های
مدرن را
بشناسید

۲

نویارناوبانه‌ها
SOCIAL
COMMERCE
گزارش
اوتپیی با تجارت
اجتماعی
به کمک
کشاورزان می‌آید

۶

خبر
NEWS
مسئله 5G
فرکانس‌رادیویی
است
مدیرعامل مبین‌نت
مطرح کرد

۳



چرا همه ما در فضای کسب و کار باید کتاب عشق غریبه‌ها را بخوانیم؟

میرزا باشی‌ها و چی‌چی‌دوله‌های مدرن را بشناسید

به عنوان سردبیر کارنگ که هر هفته باید ۳۲ صفحه مطالب متنوع از حوزه‌های مختلف اقتصاد نوآوری را از تیم چاپک اما نسبتاً بزرگی بگیریم و در یک بسته‌بندی محتوایی - گرافیکی مناسب و درخور، پیش روی خوانندگان و مخاطبان و مشتریان نشریه قرار دهیم، همیشه دغدغه این را دارم که اصل تنوع که یکی از شاخص‌های ژورنالیسم حرفه‌ای است، حفظ شود.

اما وقتی چند هفته و چند شماره اخیر کسب و کار رسانه‌ای مان را مرور می‌کنم، می‌بینم وزن و چگالی حضور «رگولاتور» در کارنگ و ضمیمه رمزارز آن زیاد شده است. این شاید از بدقابلی ما ساکنان این مرز پرگهر، اما پررگولاتور باشد که همیشه باید به آقابالاسرهای زیادی پاسخگو باشیم؛ بی آنکه امکان و حق مطالبه‌گری چندانی از آنها داشته باشیم. و البته که این خود مسبب بسیاری از گرفتاری‌های ما در اقتصاد و اجتماع ایران زمین است. جغرافیایی که آسان خورها (اگر نگوئیم مفت خورها) همیشه در تلاش اند کمتر کار کنند و بیشتر از دسترنج و تلاش دیگران بهره ببرند. همان‌ها که در محیط‌های کسب و کاری هم، میان بره‌های رسیدن به مال و مکتد را یاد گرفته‌اند و با درست کردن بزنگاه‌ها و گلوگاه‌ها و گردنه‌ها، بر سر آنها به کمین می‌نشینند تا

نه فقط خوشه چین، بلکه خرمن بر عرق ریزی روح و اندیشه دیگران شوند!

این گرفتاری بزرگ ما در ایران است. عده زیادی کار و زحمت و تلاش را انتخاب کرده‌اند و قلبی بهره‌کشی از نتایج کار و زحمت و تلاش آنها را! این داستان تکراری ۲۰۰ سال گذشته ماست. بروید کتاب تحسین برانگیز عشق غریبه‌ها نوشته «نایل گرین» را بخوانید تا ببینید اولین محصلان حیرت‌زده ایرانی که پیشان به لندن سال‌های ۱۸۲۰ رسیده، چطور در شگفت بوده‌اند که آنها چرا پیشرفت کرده‌اند و ما نه!

لندن روزگار جین آستین، جواب‌ها را بسیار سریع به دانشجویان ایرانی که همگی از قضا از شاهزادگان و میرزاهای فجری بودند، داده بود: در لندن آنها که کار و دانش و اندیشه‌ورزی پیشه کرده‌اند، قدر می‌بینند و سهم می‌برند و مکتد! و آنها که نخواهند بخشی از بازی آینده و ساخت یک سرزمین باشند، منزوی و بی‌بهره می‌شوند. درست بر خلاف ایران ۲۰۰ سال پیش که عنوان‌ها و سمت‌ها به جای آدم‌ها کارکرد داشت و ثروت می‌آفرید. امروز هم رگولاتورهای ما همان میرزا باشی‌ها و چی‌چی‌دوله‌های کمی مدرن شده هستند که با ابلاغ‌های دولتی‌شان روزگار می‌گذرانند و کار هرروزه‌شان شده مانع‌گذاری پیش پای آنها که سودای کار کردن و ساختن و به پیش رفتن دارند. بروید آن کتاب را بخوانید!

با تمرکز بر هوشمندسازی و مربی‌گری برخی مدیران ارشد دیجی کالا دیجی نکست کمپ ششم خود را برگزار می‌کند

ثبت‌نام ششمین کمپ استارت‌آپی دیجی نکست آغاز شده و علاقه‌مندان می‌توانند تا ۵ بهمن ۱۴۰۰ برای شرکت در این برنامه ثبت‌نام کنند. این کمپ استارت‌آپی با همکاری مشترک دیجی نکست، دیجی کالا، دیجی پی، دیجی اکسپرس، اسمارتک، زچ و پایاسازه و طبق اعلام این شرکت کمی متفاوت‌تر از ۵ کمپ استارت‌آپی گذشته برگزار می‌شود.

در این برنامه استارت‌آپ‌ها با موضوعاتی پیرامون تجارت الکترونیک کسب و کار خود را آغاز می‌کنند و گفته شده هدف

دیجی نکست ایجاد و توسعه استارت‌آپ‌هایی در حوزه‌هایی چون خدمات ایکامرس، حمل و نقل هوشمند، خانه‌های هوشمند و زنجیره تامین است. علاوه بر موضوعات ذکر شده دیجی نکست گفته ایده‌های خلاقانه شرکت کنندگان برای ساخت استارت‌آپ‌شان بسیار اهمیت دارد و طی جلساتی به نام (Reverse Pitch) موضوعات روز دنیا توسط دیجی نکست به شرکت کنندگان ارائه می‌شود و همچنین ایده‌های اسارت‌آپی کارآفرینان شرکت کننده نیز مطرح و بررسی می‌شود.



سعید حسینی در مراسم رونمایی از هویت بصری تازه شرکتش خبر داد:

لیون کامپیوتر وارد بازار تولید سخت افزار می‌شود

استخدام کردیم. حسینی با بیان اینکه در حال حاضر تمام کارها، از اسمبل گرفته تا بازاریابی و تولید محتوا، صد درصد توسط تیم لیون کامپیوتر انجام می‌شود و خود او در هیچ‌کدام از کارها دخالتی نمی‌کند، افزود: «در حال حاضر وب‌سایت کوینیت، وب‌سایت و رسانه لیون تک از جمله رسانه‌های وابسته به لیون کامپیوتر هستند. مدیرعامل لیون کامپیوتر از ورود به عرصه تولید خبر داده و گفته است: «قدم بعدی برای لیون کامپیوتر، تولید محصولات و قطعات سخت‌افزاری است. این محصولات قرار است به صورت صادراتی تولید شوند و کیفیتی در حد جهانی دارند.»

مراسم رونمایی از لوگو و هویت جدید لیون کامپیوتر با حضور مهمانانی از حوزه فناوری و اهالی رسانه در ساختمان اصلی لیون کامپیوتر برگزار شد. سعید حسینی، مدیرعامل و بنیان‌گذار لیون کامپیوتر در این مراسم با بیان اینکه راه خود را در بازار کامپیوتر چگونه آغاز کرده، گفت: «از سال ۱۳۷۶ وارد بازار کامپیوتر شدم و راه پرپیچ‌وخم خود را از این زمان آغاز کردم. در ابتدای مسیر تعادل ایجاد کردن میان هزینه‌ها و درآمد به کاری دشوار تبدیل شده بود و در آن زمان به‌تنهایی و انفرادی سایت لیون کامپیوتر را مدیریت کرده و سفارش مشتریان را به دست آنها می‌رساندم و پس از مدت‌ها اولین نفر را در مجموعه لیون کامپیوتر



شماره ۳۵
دی ۱۴۰۰
سال اول



رضا جمیلی
سردبیر
@rezajamili



برگزاری «جشنواره زمستانه برنامه‌نویسی» در آکادمی ایرانسل

از بوت کمپ پایتون تا برنامه‌نویسی بلاکچین

است که برای توسعه جریان آموزشی مهارت محور، توانمندسازی مشتریان، مشارکت در خلق روش‌های نوین آموزش دیجیتال و عرضه عادلانه آموزش، به سهم خود گام بردارد.

«ارائه آموزش دیجیتال در جهت دسترسی آسان و عادلانه برای مشتریان»، «ارتقای سطح دانش مدیریتی و فنی مدیران و کارشناسان ایرانسل»، «پایاده‌سازی آموزش تخصصی و مهارت محور برای همکاران غیرمستقیم ایرانسل در جهت بهبود خدمات نوین» و «احراز بالاترین درجه رضایتمندی مشتریان از آموزش‌های حرفه‌ای و مهارت محور» از جمله اهداف آکادمی ایرانسل است.

نخستین «جشنواره زمستانه برنامه‌نویسی» در آکادمی ایرانسل برگزار می‌شود. در این جشنواره، چهار دوره با عنوان «بوت کمپ برنامه‌نویسی پایتون عمومی تا پیشرفته (آنلاین و حضوری)»، «بوت کمپ یادگیری عمیق با رویکرد بینایی ماشین (حضوری)»، «دوره جامع مفاهیم و برنامه‌نویسی بلاکچین (حضوری)» و «دوره برنامه‌نویسی پایتون برای نوجوانان (آنلاین)» طراحی شده و در دی و بهمن ماه ۱۴۰۰ برگزار می‌شود.

آکادمی ایرانسل، در قالب مجموعه «ایرانسل لبز» تأسیس شده و به بیان دقیق‌تر، مرکز آموزشی این مجموعه است. هدف آن از راه‌اندازی آکادمی، این



شماره ۳۵ | دی ۱۴۰۰ | سال اول | کارنگ؛ هفته‌نامه اقتصاد نوآوری ایران

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مینا والی
سردبیر: رضا جمیلی

مدیر تحریریه: المیرا حسینی
تحریریه: محمدحسین شاوردی
مهران امیری، عبدالله مقدمی، لی‌لی اسلامی
الیاس براهویی‌نژاد، سپیده اشرفی
پارسا خاک‌نژاد، ترانه احمد دوست
علی قلی‌زاده، پریسا امام‌وردیلو

مدیر هنری: روح‌اله گیتی‌نژاد
مدیر فنی: علیرضا کیوان
صفحه‌آرا: بهناز سعیدی
عکس: حامد کریم‌زاده، پریا امیرحاجلو
سایت: راضیه مینایی
چاپ: هنر سرزمین سبز
نشانی: تهران، جنت‌آباد جنوبی، خیابان لاله غربی، خیابان حدیث، کوچه حدیث دوم، پلاک ۸
تلفن تحریریه: ۴۶۰۱۲۲۰۴
وب‌سایت: karangweekly.ir



ثبت نام بیش از ۱۰۰۰ سایت و اپلیکیشن در جشنواره وب و موبایل ایران

هزار تایی شدن جشنواره وب

جشنواره وب و موبایل اعلام کرده تعداد سایت ها و اپلیکیشن های ثبت نام کرده در این رویداد به عدد ۱۰۰۰ رسیده است. ثبت نام این رویداد کماکان ادامه دارد.



اسکای روم قافیه را نباخته

مدیران پلتفرم ارتباط تصویری اسکای روم در یک نشست خبری گفته اند از فرصت کرونا درست استفاده کرده و علیرغم محبوبیت زوم و گوگل میت و اسکایپ، آن ها هم موفق بوده اند.



دانش بنیان ها و مالیات

خبر آمده که هزینه هایی که شرکت های دانش بنیان در حوزه تحقیق و توسعه می کنند از مالیات آن ها کسر خواهد شد!



رفت و برگشت دوباره صیانت

خبر دیگر اینکه گفته شده طرح صیانت دو هفته دیگر مجدداً به مجلس باز می گردد تا شانس خودش را دوباره امتحان کند.



شماره ۳۵
۲۶ دی ۱۴۰۰
سال اول



مدیرعامل مبین نت تأکید کرد: مسئله 5G فرکانس رادیویی است

است که با وجود تورم، هیچ افزایشی در هزینه های اینترنت و تلکام به وجود نیامده است. مصوبه مجلس مقرر کرده که تعرفه ها نباید افزایش پیدا کند و این موضوع، نفس اپراتورهای اینترنت را گرفته است. تعرفه اینترنت های موبایلی ارزان نگه داشته شده و بنابراین قیمت سرویس های فیکس اینترنت هم نباید افزایش پیدا کند، چون در غیر این صورت، مردم سرویس های فیکس را رها کرده به استفاده از اینترنت موبایل روی می آورند.

پهرانی در مورد افزایش ظرفیت شبکه مبین نت در دوران کرونا نیز گلایه و تأکید کرده است: «از اسفند ۱۳۹۸ تا کنون، هم در لایه هسته، هم انتقال داده و هم رادیو، نزدیک به سه برابر افزایش ظرفیت داشته ایم. البته حتماً در مناطقی از شهر که استفاده از اینترنت بیشتر بوده، مثل مناطق شمالی شهر تهران، گاهی سرویس ما دچار کندی و اختلال شده که روی تجربه کاربران اثر گذاشته است، اما به طور کلی افزایش ظرفیت خوبی اتفاق افتاده است.»

یک آپدیت نرم افزاری، آماده بهره برداری می شود، ولی شبکه رادیویی بستگی به فرکانس دارد. بعد از مشخص شدن فرکانس، اپراتورها می توانند سفارش سایت 5G بدهند.»

او در مورد مسائل دیگر این پروژه نیز گفته: «به لحاظ فنی، اجرایی شدن 5G، شش ماه زمان می برد، ولی مسائل دیگری مثل گران بودن مودم های 5G نیز مطرح است. قیمت این مودم ها حدود ۳۰۰ دلار است و امیدواریم بعد از آماده شدن زیرساخت های فنی، قیمت ها تعدیل شود یا اینکه بتوانیم مودم ها را داخل کشور بسازیم. به لحاظ سرویس روی گوشی هم تعداد گوشی های ساپورت کننده 5G کم است؛ گوشی های آیفون و بعضی مدل های سامسونگ امکان ساپورت 5G را دارند که البته این قابلیت روی همان گوشی های محدود هم به خاطر ملاحظات سیاسی قفل است.» هیچ افزایش هزینه ای در تعرفه اینترنت نداشته ایم مدیرعامل مبین نت در مورد خدمات اینترنتی این شرکت و تعرفه ها هم توضیح داده است: «دو سال

شرکت مبین نت که حدود ۱۳ سال از تأسیس آن می گذرد، در ابتدای کارش، ارائه دهنده خدمات اینترنت خانگی و وایمکس بود، اما حالا، این شرکت طیف وسیعی از خدمات را به مشتریان B2B و B2C ارائه می دهد. حسین پهرانی که بیش از دو سال است هدایت شرکت مبین نت را بر عهده دارد، در گفت و گویی گفته: زیرساخت های اینترنت نسل بعد آماده است اما مشکلاتی وجود دارد که باید برطرف شوند. پهرانی در پاسخ به این سؤال که پروژه اینترنت 5G به کجا رسیده است، گفته است: «ما در تهران برای مشتریان سازمانی مان مثل سازمان فناوری اطلاعات شهرداری و برخی خبرگزاری ها یکسری سایت 5G راه انداخته ایم، اما مسئله 5G مسئله فرکانس رادیویی آن است. دولت قول داده که تا آخر امسال، مسئله فرکانس رادیویی را تعیین تکلیف کند. بعد از مشخص شدن وضعیت فرکانس، ما با همراه اول توسعه شبکه رادیویی را شروع می کنیم. هسته نرم افزاری 5G آماده است و فقط با

دستگاه های پوز و درگاه های اینترنتی به پرونده مالیاتی افراد متصل می شوند چه کسی اطلاعات درگاه های پرداخت را به سازمان مالیاتی داد؟

اینترنتی با مراجعه به سایت اعلام شده با تعداد زیادی درگاه به نام خود مواجه شده اند و این سوال برایشان پیش آمده که چه کسی اطلاعات درگاه های پرداخت را در اختیار سازمان امور مالیاتی قرار داده است. اما گویا مسئله خیلی ساده است. اطلاعات پرداخت یارها در اختیار پی اس پی هاست و شاپرک هم به این داده ها دسترسی دارد. به همین سادگی، نه خبری از درز و لو دادن داده هاست و نه همکاری مجموعه ای خصوصی با دولتی ها.



رئیس کل سازمان امور مالیاتی کشور از سامان دهی دستگاه های کارت خوان بانکی (POS) و درگاه های پرداخت الکترونیکی با مشارکت بانک مرکزی خبر داده و گفته است: «با همکاری بانک مرکزی در حال سامان دهی و تعیین تکلیف دستگاه های کارت خوان بانکی و درگاه های پرداخت الکترونیکی و اتصال آن ها به پرونده مالیاتی هستیم.»

اوهاکار اطلاع از وضعیت هر یک از افراد را هم مشخص و گفته: «کلید اشخاص دارای ابزار پرداخت های بانکی می توانند با ورود به درگاه ملی خدمات الکترونیک مالیاتی، فهرست تمامی دستگاه های کارت خوان بانکی و یا درگاه های پرداخت الکترونیکی خود را مشاهده نموده و نسبت به الصاق آن ها به پرونده های مالیاتی قبلی و یا تشکیل پرونده مالیاتی جدید اقدام نمایند.»

منظور با بیان اینکه از طریق سامانه مذکور، دارندگان حساب های متصل به دستگاه کارت خوان، به غیر از دو گزینه اتصال حساب پوز به پرونده مالیاتی و همچنین تشکیل پرونده مالیاتی جدید، می توانند درخواست لغو و ابطال حساب خود را نیز بارگذاری و اعلام نمایند، گفت: «چنانچه صاحبان حساب ها تا پایان مهلت تعیین شده (پایان دی ماه) نسبت به تعیین تکلیف حساب پوز در اختیار اقدام نکنند، اسامی و اطلاعات این دسته از افراد، به بانک مرکزی معرفی و طی یک فرآیند، حساب متصل به پوز و یا درگاه پرداخت الکترونیکی آن ها مسدود و ابطال خواهد شد.»

پیگیری های کارنگ نشان می دهد بسیاری از فعالان



بسته بندی سبزه کمک
صنعت حمل و نقل می آید

حمل و نقل؛ بدون پلاستیک

استارتاپ بسته بندی سبزه بامبرو مستقر در بنگالور در دوره قبل از سری A خود ۲/۳۵ میلیون دلار به دست آورده است. سرمایه گذاری جدید توسط شرکت بلواشوا کپیتال و سوپک اینداستریز هدایت شد. این استارتاپ در بیانیه ای عنوان کرد که از مومبای انجلز و دیگر سرمایه گذاران فرشته در کشور نیز کمک گرفته است.

بامبرو از سرمایه جدید برای ایجاد یک پلتفرم تکنولوژی محور برای تأمین بسته بندی سبزه و افزایش ظرفیت عرضه استفاده خواهد کرد. این استارتاپ همچنین قصد دارد در شهرهای مختلف گسترش یابد، در تحقیق و توسعه مواد پایدار جدید سرمایه گذاری کند و تیم را بیشتر گسترش دهد.

بامبرو که در سال ۲۰۱۸ توسط ویهوا آنانت تأسیس شد، ادعا می کند که بیش از ۱۰ هزار تن پلاستیک را با مواد پایدار سبزه جایگزین کرده است. این استارتاپ از طریق فناوری اختصاصی خود جایگزین هایی برای کیسه های پستی تجارت الکترونیک، بسته بندی مواد غذایی در صنعت غذا و نوشیدنی، کیسه ها و کارتن های تاشو در صنعت کالاهای پرمصرف خانگی و پلیمر در صنعت داروسازی ارائه می دهد. این استارتاپ مدعی است که تمام محصولات آنها بدون پلاستیک هستند و در داخل ساخته می شوند. در حالی که چندین استارتاپ نوظهور هندی وجود دارند که سعی می کنند با ترویج وسایل نقلیه الکترونیکی و انرژی خورشیدی ردیابی کربن را از بین ببرند، اکوسیستم استارتاپ هند قصد دارد استارتاپ های بیشتری ایجاد کند تا بر کاهش تهدیدات پلاستیکی تمرکز کنند. وقتی نوبت به بسته بندی می رسد، بامبرو در مقابل بیزونگو و آگراوال بیوتک که اخیراً روی آنها سرمایه گذاری شده، قرار می گیرد. ماه گذشته گزارش شد که بیزونگو در دور سرمایه گذاری سری D خود به رهبری تایگر گلوبال، ۱۱۰ میلیون دلار جذب کرده است.

طبق داده های اخیر دولت هند، آلودگی پلاستیکی در هند در پنج سال گذشته بیش از دو برابر شده است. آشنوینی چوبی، وزیر محیط زیست در جلسه زمستانی پارلمان در پاسخ به سؤالی گفت که بیش از ۳۴ هزار تن زباله پلاستیکی در سال ۲۰۱۹-۲۰ و ۳۰/۵۹ هزار تن در سال ۲۰۱۹-۲۰ تولید شده است. هند در سال ۲۰۱۵-۱۶، ۱۵/۸۹ هزار تن زباله پلاستیکی تولید کرده بود.



شماره ۳۵
دی ۲۶
سال اول



عکس: پویا امیرحاجلو

لجستیک دست حجره دارهاست!

گفت و گو با نوید اقدم، بنیان گذار «فریت فاندرا» که معتقد است نوآوری در فضای به شدت سنتی حمل و نقل بین المللی جواب نمی دهد و باید مرحله به مرحله پیش رفت

صنعت لجستیک یکی از صنایع کلیدی در هر کشوری است که تمامی کسب و کارها به نحوی با آن درگیر هستند. در حوزه لجستیک داخلی، شرکت های نوآوری آستین بالا زده اند و برخی از مسائل و مشکلات را از پیش رو برداشته اند اما وقتی وارد حوزه حمل و نقل بین المللی می شویم، عرصه را نسبتاً خالی از کسب و کارهای نوآور می بینیم. نوید اقدم، بنیان گذار فریت فاندرا که از ابتدای جوانی در این حوزه فعالیت داشته و پیش تر کسب و کار ورسک را به نتیجه رسانده، می گوید این بخش تحمل نوآوری را ندارد و باید کارها را قدم به قدم پیش برد؛ اتفاقی که در فریت فاندرا در حال وقوع است.



المیرا حسینی

elmirahosseini@gmail.com

شماره حال حاضر بنیان گذار فریت فاندرا هستید ولی تا چندی پیش کسب و کار ورسک را داشتید. درباره مسیری که تا امروز طی کرده اید، بفرمایید. ورسک چگونه ایجاد شد؟

من از ۱۸، ۱۷ سالگی در حوزه بازرگانی خارجی و حل و نقل بین المللی فعالیت می کردم و در گمرک های مختلف در زمینه ترخیص کار کرده ام؛ هم در گمرک دریایی بوده ام، هم در قسمت هوایی و هم در شرکت های مختلف حمل و نقل بین المللی و در شرکت هایی که خدمات بازرگانی و ترخیص ارائه می دادند. در مجموع به مدت ۱۳ سال است که در این زمینه فعال هستم. اما چه شد که این فعالیت ها به ایجاد ورسک منجر شد؟ من سال ۹۶ در شرکت حمل و نقل ریلی

آن در ایران و ۱۷ کشور آسیای میانه که بیشتر حمل و نقل ریلی مان در ارتباط آن هاست، می توانستید به صورت آنلاین واگن ها را ردیابی کنید. صاحب کالا شماره واگنش را در این پرتال وارد می کرد و می فهمید واگنش دقیقاً کجاست و اگر در مرز کشورهای دیگر دچار مشکل می شد، مشکل را به صاحب کالا اعلام می کرد. در این پرتال نرخ حمل را هم محاسبه می کردیم. دغدغه ای که تاجران در حمل و نقل ریلی داشتند این بود که در ابتدا باید حساب و کتاب می کردند که هزینه صادراتشان چقدر می شود. در بقیه مدل های حمل و نقل به راحتی این نرخ قابل محاسبه است، ولی در حمل و نقل ریلی چندان راحت به دست نمی آید. باید از راه آهن های کشورهای دیگر که در مسیر قرار داشتند، یکی یکی استعلام گرفته می شد تا بفهمند هزینه شان چقدر می شود. ما این را تبدیل به پورتال یکپارچه ای کردیم که ۱۷ کشور را پوشش می داد و با وارد کردن مبدأ و مقصد، نرخ را به شما اعلام می کرد. موضوع دیتابیس ایستگاه های ریلی هم مطرح بود. یکی از مشکلاتی که دقیقاً برای خود من پیش آمده بود این بود که در یکی از بارهایی که داشتیم، صادرکننده برای کشور از پاکستان با واگن سنگ فرستاده بود و در این بار پالت هایی بود که هر کدام یک تن وزن داشتند. ایستگاهی که قرار بود بار را تخلیه کند، لیفتراک یعنی وسیله لازم برای تخلیه بار را نداشت و هزینه زیادی را بابت این قضیه متحمل شدیم. ما متوجه شدیم که در ایستگاه های ریلی هیچ دیتابیزی وجود ندارد که اصلاً در آن ایستگاه گمرک دارید یا ندارید، جرثقیل دارید یا ندارید، اوضاع انبار به چه شکل است و... این ها اطلاعاتی هستند که برای یک کسب و کار ضروری اند. ما این موارد را نیز به پورتال افزودیم. نهایتاً سرویسی ایجاد کردیم که تمام اطلاعات مورد نیاز برای حمل و نقل ریلی را در اختیار تاجران قرار می داد. به همین دلیل مشتری هایی داشتیم که در داخل ایران نبودند، زیرا فارغ از اینکه مقصد و مبدا بار کجاست، ۱۷ کشور را پوشش می دادیم و مثلاً کسی که می خواست باری را از ازبکستان به سوریه بفرستد هم می توانست از پورتال ما استفاده کند. نهایتاً با شرکت راه آهن ایران تفاهم نامه امضا کردیم و سهام عمده مان توسط صندوق پس انداز راه آهن خریداری شد. پس از آن بود که پروژه فریت فاندرا را شروع کردم.

فریت فاندرا چه می کند؟

ما سعی کردیم در فریت فاندرا یک پلتفرم حمل و نقل بین المللی ایجاد کنیم که واسطی بین صاحبان کالا، تاجران، بازرگانان و شرکت های حمل و نقل بین المللی باشد که خدمات ارائه می دهند؛ چه در حوزه ریلی، چه دریایی و جاده ای. برای مثال کشور روسیه یکی از طرف های تجاری ماست که ایران به آن صادرات دارد. بر این کار، هم مسیر جاده ای به روسیه داریم و هم مسیر دریایی، هم خطوط هوایی و هم حمل ریلی از مرز آستارا. اینکه صاحب کالا با کدام یکی از این مدل ها کالای خود را بفرستد، تصمیم سختی است که نیاز به تخصص دارد و شما باید به بازار بروید و با شرکت هایی که در زمینه حمل و نقل اعم از هوایی و زمینی و دریایی کار می کنند صحبت کنید، از هر کدام فریت فاندرا قرار است تسهیل کننده این فرایند باشد که بازرگان تنها با ارائه یک درخواست، گزینه مناسب را از میان پیشنهادهای مختلف انتخاب کند. در مرحله های بعدی باید بتواند بارش را بیمه و ردیابی کند و در کنار حمل بار خود، خدمات ارزش افزوده ای را دریافت کند. در نظر داریم این موارد را هم به پلتفرم مان اضافه کنیم. در حال حاضر فریت فاندرا در مراحل اولیه خود است. صنعت حمل و نقل در کشور ما در ابعاد کلان، یک صنعت به شدت سنتی است و شرکت هایی با سابقه زیاد در آن فعال هستند که در شان بر همان پاشنه ای می چرخد که سی سال قبل می چرخیده است و همچنان روند گذشته خود را طی می کنند، ولی باید این را در نظر داشت که در سمت دیگر حمل و نقل بین المللی، کشورهای وجود دارند که روزه روز فرایند هایشان تغییر

در ورسک چه کار می کردید؟

ورسک پرتال لجستیک حمل و نقل ریلی بود که از طریق

می‌کند. مادر چنین بازاری فعالیت خود را آغاز کرده‌ایم. مثلاً در کشور ما حمل و نقل جاده‌ای راننده‌محور است، یعنی ماشین‌ها دست راننده‌هاست، در حالی که در کشورهای دیگر، شرکت حمل و نقل صاحب ماشین است و راننده‌ها کارمند این شرکت‌ها هستند و طی یک قرارداد تحت نظر شرکت فعالیت می‌کنند. در ایران چیزی در حدود ۶۰، ۷۰ درصد رانندگان، مالک ماشین هستند و تعیین‌کننده بازار، راننده است. کرایه و نحوه حمل و شرایط آن را راننده تعیین می‌کند. در حال حاضر بازار دست شرکت‌هایی است که در واقع یکسری حجره هستند که در مرزهای اصلی مثل مرند یا بازرگان فعالیت می‌کنند. من به آنها می‌گویم شرکت‌های سماوری، زیرا این شرکت‌ها از یک سماور، یک چرتکه، نهایتاً یک ماشین حساب و لیستی از راننده‌ها تشکیل شده‌اند. بازرگان با آنها تماس می‌گیرد و می‌گوید برای فلان جا ماشین می‌خواهم. صاحب این حجره بر اساس اطلاعات شخصی خود می‌داند کدام راننده می‌تواند بار ببرد. با راننده تماس می‌گیرد و بارنامه را برایش صادر می‌کند. اینکه به عنوان یک پلتفرم بخواهید در بازاری تا این حد سنتی وارد شوید، بسیار سخت است؛ نه راننده به راحتی قبول می‌کند و نه شرکت‌های سماوری. در مورد حل و نقل در یابی به مقدار خیلی کمی شرایط بهتر است. البته این مقاومت تا حدی منطقی است، وقتی صحبت از اسنپ است، با مشتری معمولی سروکار دارید که قبلاً از آژانس استفاده می‌کرده و حالا می‌خواهید او را راضی کنید که از پلتفرم شما استفاده کنند. این فرد ریسک چندانی نمی‌کند. ولی زمانی صحبت از تمام سرمایه یک تاجر است که بار کامیون کرده است. بنابراین بازرگان به راحتی نمی‌پذیرد رویه‌ای را که تا کنون در پیش می‌گرفته، تغییر دهد، حتی اگر روش ارزان‌تر و ساده‌تری پیشنهاد دهید. به همین دلیل برای گسترش فریت فاندِر عجله‌ای نداریم. خودمان هم در ابتدا به شکل سنتی شروع به کار کردیم تا بتوانیم کمی اعتماد جلب کرده و مشتری‌هایی برای خودمان دست‌وپا کنیم. بسیاری از کسانی که با ما کار می‌کنند، اصلاً نمی‌دانند ما استارت‌آپ هستیم و تا به حال سایت‌مان را ندیده‌اند. داریم یاد می‌گیریم که چطور می‌شود ذائقه این آدم‌ها را عوض کرد.

چطور می‌خواهید این کار را انجام دهید و تا امروز متوجه چه نکاتی شده‌اید؟

در قدم اول متوجه شدیم که بخشی از دغدغه مشتری‌ها این است که بدون دردسر از شرکت‌های حمل و نقل نرخ بگیرند. پروسه به‌ظاهر ساده گرفتن نرخ، اگر توسط صاحب کالا انجام شود، یکی، دو روز زمان می‌برد. برای همین تصمیم گرفتیم بخشی از آن را آنلاین کنیم و وب‌سایتی به راه انداختیم که به صورت آنلاین و با وارد کردن مبدأ و مقصد نرخ حمل و نقل را محاسبه می‌کند. در این صنعت به راحتی نمی‌توانیم از تکنولوژی، پلتفرم و مارکت پلیس صحبت کنیم. شاید در کسب و کار B2C این کار ساده‌تر باشد، اما در کسب و کار B2B خشن و در فقدان زیرساخت‌های مناسب فرهنگی و تکنولوژی، کاری دشوار در پیش رو داریم. ادعایی در خصوص تکنولوژی، نوآوری و خلاقیت نداریم، زیرا صنعت چنین چیزی را نمی‌پذیرد و ما سعی داریم تا جای ممکن فرایندها را بهینه کنیم. مرحله بعدی مان اتوماسیون بخش اسناد مشتری‌هاست. سعی داریم یکی از دغدغه‌های مشتری در زمینه بایگانی اسناد، پر کردن اسناد و فرایند آنها را مرتفع کنیم. به این زودی‌ها قصد نداریم یک پلتفرم بین‌المللی کامل ارائه دهیم، زیرا رسیدن به چنین مرتبه‌ای زمان زیادی می‌برد و ما حداقل یکی، دو سال زمان برایش در نظر گرفته‌ایم.

شرکت‌های حمل سنتی به غیر از چابک نبودن چه مشکلات دیگری دارند؟

من کل کسب و کار یک شرکت بین‌المللی را به سه بخش تقسیم می‌کنم. یک بخش فرایندهای داخلی خود شرکت است. این به طور جداگانه قابل بررسی است که آیا فرایندها بهینه هستند؟ ما ساختاری در شرکت‌های حمل داریم که

۳۰ سال پیش ایجاد شده است و هنوز هم امور بر اساس همان ساختار پیش می‌رود و به دنبال تغییر هم نیستند. چرا؟ چون شرکت ۳۰ سال بر همین اساس کار کرده و جیب مدیرعاملش همیشه پر بوده است. اما بسیاری از همین شرکت‌ها در دوران شیوع کرونا، کار خود را تعطیل کردند، زیرا زمانی که باید ساختار سازمانی و فرایندهای داخلی خود را بهینه و هزینه‌ها را کم می‌کرد، این روند را در پیش نگرفت. بخش دوم، ارتباطات شرکت‌ها با مشتری‌ها و بازرگانان است. ما در این زمینه هیچ استاندارد مشخصی نداریم. وقتی با یک شرکت حمل و نقل تماس می‌گیرید، هیچ چیزی با عنوان بازاریابی برای این شرکت‌ها تعریف نشده است. آنها نه می‌دانند سگمنت چیست، نه هیچ‌گونه آشنایی با پرسونای مشتری دارند. اگر یکسری از آنها به تازگی وارد فرایند سوشال مدیا و تبلیغات دیجیتال شده‌اند، از روی چشم و هم‌چشمی است. هزینه سنگینی هم می‌کنند، اما نتیجه نمی‌گیرند. بخش سوم هم مدیریت ارتباط این شرکت‌ها با محیط است. یک شرکت حمل و نقل به تنهایی نمی‌تواند همه کارها را انجام بدهد. اگر یک مشتری در زمینه حمل هوایی با کسی که تخصصش حمل و نقل جاده‌ای است، تماس بگیرد، درخواستش را رد نمی‌کنند. در این مواقع شرکت‌ها، شریک همکاری دارند که کار حمل هوایی انجام می‌دهد و کار را از طریق او انجام می‌دهند. در بحث شبکه‌سازی هم شرکت‌های ما در همان ساختار سنتی‌شان مانده‌اند. شبکه‌های شرکت‌های حمل و نقل مطابق با ساختار سنتی‌شان و بر اساس رفاقت مدیران‌شان شکل گرفته‌اند، نه بر اساس نیازهای بازار و استراتژی کسب و کارشان. در حالی که ما به شدت در رویکردهای سنتی مان باقی مانده‌ایم، شرکت‌های حمل و نقل کشورهای دیگر از کرپتوکارنسی استفاده می‌کنند. شرکتی در سوئیس مبلغی زیادی را سرمایه گرفته و کوینی ایجاد کرده که تنها در صنعت لجستیک استفاده می‌شود. اما دغدغه شرکت‌های ما هنوز این است که از چه نرم‌افزارهای حسابداری استفاده کنند و در رویه‌های داخلی خودشان مانده‌اند.

مواردی که به آن‌ها اشاره کردید بیشتر به مسائل فرهنگی و تفکر افراد برمی‌گردد. آیا با ضعف قانون‌گذاری نیز مواجه هستیم که سبب ساز یکسری از چالش‌های صنعت لجستیک شده باشد؟

مثال‌های زیادی وجود دارد ولی ترجیح می‌دهم در مورد چیزی که نمی‌توانم تغییرش بدهم صحبت نکنم. در صنعت حمل و نقل بحثی داریم با عنوان ترانزیت. ترانزیت به کالایی گفته می‌شود که تنها از کشور عبور می‌کند. مثلاً یک بار می‌خواهد از خاک ترکمنستان به ترکیه برود و در مسیر خود از ایران عبور می‌کند و بابت عبور از خاک آن کشور هزینه‌ای را به دولت آن کشور می‌پردازد. ترانزیت هزینه‌ای است که کشورها به عنوان حق استفاده از جاده یک کشور به دولت آنجا می‌پردازند. درآمد از این بهتر؟ هواپیمایی که از حریم هوایی کشور ما عبور می‌کند باید به کشور حق ترانزیت بپردازد. وزارت بازرگانی آمار داده است که ۲۵ نهاد به شکل مستقیم و غیرمستقیم، بابت ترانزیت یک کالا در کشورمان مجوز صادر می‌کنند. در اینجا که باید تا جای ممکن راه را باز بگذارند تا همه بیایند و بروند، بوروکراسی سنگینی حاکم است. نتیجه آن چه شد؟ یکی از مسیرهای پروژه جاده ابریشم چین که از چین به سمت اروپا کشیده می‌شد، از ایران می‌گذشت. سه مسیر در نظر گرفته شده بود. یکی از شمال دریای خزر. یکی از داخل دریای خزر و یکی هم از خاک ایران و ترکیه. دو مسیر بالایی راه افتاده‌اند و مسیری که از ایران می‌گذرد، هنوز قابل استفاده نیست و دلیل اصلی آن هم مسئله ترانزیت است. متأسفانه ما تا اینجا یک منبع درآمد خوب را از دست داده‌ایم و معلوم نیست چه کسی باید پاسخگوی نسل‌های بعدی باشد؟ سال‌هاست که همه در مورد این مسائل حرف می‌زنند و همه می‌دانند که قوانین دست‌وپاگیر باید عوض شوند، ولی تغییری رخ نمی‌دهد.



شماره ۳۵
۲۶ دی ۱۴۰۰
سال اول

راه‌نمای ورود به دنیای بیت کوین
اترיום و ارزهای دیجیتال برای مبتدی‌ها

یک ساتوشی

محمد آذرنیوار / نیما ملک‌پور چاپ پنجم

چاپ پنجم منتشر شد پیشنهاد ویژه به مناسبت انتشار چاپ جدید

۴۰ درصد تخفیف برای کتاب یک ساتوشی

اولین باری که نام **بیت کوین** را شنیدیم به سادگی از کنار آن رد شدیم تا چند سال بعد همه نگاه‌ها از جمله نگاه **حسرت آمیز** ما دوباره به آن جلب شد. **کتاب یک ساتوشی** تلاشی برای راهنمایی افرادی است که تنها در حد شنیدن واژه بیت کوین یا دنبال کردن قیمت **ارزهای دیجیتال** با این فناوری آشنا هستند. از کوچک‌ترین واحد پولی بیت کوین به پاس خدمات سازنده آن تحت عنوان «**ساتوشی**» یاد می‌شود. یک ساتوشی جزئی از صدمیلیون واحد کوچک دیگر است که در کنار یکدیگر یک واحد بیت کوین را تشکیل می‌دهند. یک ساتوشی نمادی برای سهام شدن در این **انقلاب** است؛ مشارکتی که با کوچک‌ترین واحد پولی آغازگر این انقلاب انجام می‌شود. یک ساتوشی می‌تواند **دارایی ارزشمندی در آینده** باشد.



تأثیر تجارت اجتماعی بر کسب و کارهای کوچک

تحول اجتماعی

مصرف کنندگان بیشتری از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک و تیک‌تاک خرید می‌کنند که در نهایت می‌تواند به نفع برنده‌های کوچک‌تر باشد. قرار است محبوبیت خرید از رسانه‌های اجتماعی در چند سال آینده افزایش یابد. این امر می‌تواند راه‌های جدیدی برای مشاغل کوچک‌تر باز کند.

طبق گزارش جدید گروه مشاوره اکسنچر، تخمین زده می‌شود که در چهار سال آینده تجارت اجتماعی سه‌برابر سریع‌تر از تجارت الکترونیک سنتی رشد کند.

طبق گفته اکسنچر، تجارت اجتماعی تا سال ۲۰۲۵ به یک بازار جهانی ۱٫۲ تریلیون دلاری تبدیل خواهد شد که ۱۶٫۷ درصد از کل تجارت الکترونیک را تشکیل می‌دهد. خرید از رسانه‌های اجتماعی شامل هر چیزی از خریدهای درون برنامه‌ای در پلتفرم‌هایی مانند فیس‌بوک یا اینستاگرام و در صفحه برنند یا اینفلوئنسر تا خرید از طریق کانال‌های خرید پخش مستقیم می‌شود. به گفته اکسنچر، تجارت اجتماعی بر خلاف خرید سنتی تجارت الکترونیک، زمین بازی را برای غول‌های آنلاین مانند آمازون و همچنین برنده‌های کوچک هموار می‌کند؛ زیرا موجب دسترسی آسان‌تر مشاغل کوچک‌تر به مشتریان بیشتری می‌شود.

کارشناسان اکسنچر در آخرین گزارش خود با عنوان «چرا خرید کردن به تحولی اجتماعی منجر خواهد شد» نوشته‌اند: «هر برنند بزرگ یا کوچکی می‌تواند از طریق تجارت اجتماعی فروش داشته باشد و اکنون هر فرد می‌تواند برای خود یک برنند ایجاد کند و مستقیماً به بازار دسترسی داشته باشد.»

در این گزارش آمده است: «این امر پیامدهای بسیار مثبتی برای مشاغل کوچک و کارآفرینان دارد؛ زیرا آنها می‌توانند به بازارهای بالقوه عظیمی دست یابند که قبلاً در دسترس نبودند.»

نظرسنجی اکسنچر از بیش از ۱۰ هزار کاربر جهانی رسانه‌های اجتماعی نشان داد هنگام خرید در رسانه‌های اجتماعی در مقایسه با خرید آنلاین از وبسایت‌ها، ۵۹ درصد احتمال بیشتری برای خرید از برنده‌های کوچک‌تر وجود دارد. تقریباً نیمی از پاسخ‌دهندگان (۴۴ درصد) گفتند احتمال بیشتری دارد از برندی خرید کنند که هرگز از طریق کانال‌های خرید اجتماعی درباره آن شنیده بودند.

SPONSORED BY
تضمین‌چی



کارانج



شماره ۳۵
دی ۲۶
سال اول



آینده روشن تجارت اجتماعی

آمارها و پیش‌بینی‌ها از مسیر کسب و کارها در شبکه‌های اجتماعی چه می‌گویند؟

رشد تعداد کاربران در بسیاری از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی شناخته‌شده در سال‌های اخیر کند شده است. به‌منظور برآورده کردن انتظار بالا از رشد، این شبکه‌ها استراتژی‌های کسب‌وکار خود را تغییر دادند و در عوض جذب کاربران جدید، بر به حداکثر رساندن درآمدزایی از کاربران موجود تمرکز کردند. در حالی که اولین مرحله از حداکثرسازی متوسط درآمد از هر کاربر حول تبلیغات بیش از حد هدفمند متمرکز بود، تلاش‌های اخیر بر تجارت اجتماعی متمرکز است؛ جایی که رسانه‌های اجتماعی و تجارت الکترونیک تلاقی می‌کنند تا تجربیات خریدی را ارائه دهند که مستقیماً در بسترهای رسانه‌های اجتماعی شکل می‌گیرد. این روند به‌سرعت در حال ظهور است و باعث می‌شود خرده‌فروشان

استراتژی‌ها و پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی خود را چندبرابر کنند تا از برنامه‌های خود برای ارائه خدمات خرید بهره ببرند. تجارت اجتماعی با تجارت الکترونیک سنتی متفاوت است؛ زیرا به کاربران اجازه می‌دهد به جای خرید از وبسایت‌های اختصاصی تجارت الکترونیک، از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی که به‌طور منظم استفاده می‌کنند، خرید کنند. چنین رویکردی اصطلاحاً کارا را کاهش می‌دهد، به کاربران اجازه می‌دهد به‌صورت دیجیتالی نظر بدهند یا با دوستان مشورت کنند و تبلیغات بیش از حد هدفمند و تجربه خرید سفرارشی را امکان‌پذیر می‌سازد. برعکس، روش‌های سنتی تجارت الکترونیک مانند فروشگاه‌های آنلاین، تمایل بیشتری به برنند یا محصول محوری دارند و اغلب خریداران

عصر جدید عرضه محصولات تازه

اوتیپی با تجارت اجتماعی به کمک کشاورزان می‌آید

اوتیپی، یک پلتفرم تجارت اجتماعی برای محصولات تازه، ۱۰٫۲ میلیون دلار (۷۶ کرو روپیه) در دور سرمایه‌گذاری سری آ به رهبری سیگ، حامی اینشورتنس و موبایل پریمیوم لیگ در هند، جمع‌آوری کرده است. وارون خورانا، بنیان‌گذار گفت که این بودجه برای وارد کردن دسته‌بندی‌های اضافی برای اقلام فاسدشدنی مانند شیر و نان و همچنین توسعه در شهرهای دیگر استفاده خواهد شد. اوتیپی مواد غذایی را از طریق یک مدل نمایندگی فروش عرضه می‌کند. امیدوار نتورک ایندیا و سرمایه‌گذاران اینفلکشن پوینت ونچرز، پراوگا ونچرز و فکتور ونچرز نیز در این دور شرکت

دها صفحه محصول را برای یافتن کالای مورد نظر خود جست‌وجوی کنند.

نکات کلیدی

- برندها تلاش‌های خود در رسانه‌های اجتماعی را افزایش می‌دهند و برای ملاقات با مشتریان در جایی که آنها وقت خود را می‌گذرانند، هزینه می‌کنند.
- همان‌طور که وبسایت‌های رسانه‌های اجتماعی کشش تجاری به دست می‌آورند، افزایش متوسط درآمد از هر کاربر به معیاری کلیدی برای سنجش موفقیت تبدیل می‌شود.
- مصرف‌کنندگان بر خلاف روش‌های سنتی تجارت الکترونیک، تحت تأثیر سهولت فرایند پرداخت یک مرحله‌ای قرار می‌گیرند.

تجارت اجتماعی وارد مرحله پذیرش اولیه می‌شود

پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی سنتی در اواخر مرحله پذیرش هستند؛ زیرا در صد بسیار بالایی از کاربران اینترنت در حال حاضر در این پلتفرم‌های اجتماعی فعال هستند. در حالی که بلوغ این موضوع حاکی از کندی رشد آینده است، شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی به‌طور فعال از پایگاه‌های کاربری گسترده و دانش فنی خود برای ورود به بخش‌های نوظهور دارای فرصت‌های وسیع استفاده می‌کنند. تجارت اجتماعی یکی از این فرصت‌های رشد برای شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی است؛ شاید یکی از بزرگ‌ترین‌ها. پیش‌بینی می‌شود تجارت اجتماعی در ایالات متحده از ۳۶ میلیارد دلار و ۴٫۴ درصد در سال ۲۰۲۱ به ۸۰ میلیارد دلار تا سال ۲۰۲۵ برسد که ۵٫۹ درصد از فروش تجارت الکترونیک خرده‌فروشی را به خود اختصاص می‌دهد. چین، پیشرفته‌ترین بازار تجارت اجتماعی جهان، یک شروع بزرگ داشت. فروش آنها با ۳۵۱٫۶۵ میلیارد دلار تقریباً ۱۰ برابر اندازه بازار پیش‌بینی شده ایالات متحده تا سال ۲۰۲۱ بود و فقط در یک سال گذشته ۳۱ درصد رشد داشته است. تجارت اجتماعی هنوز در روزهای اولیه خود است، اما انتظار می‌رود که رشد آن سریع‌تر و گسترده‌تر از فروش تجارت الکترونیک باشد و تا سال ۲۰۲۵ به نرخ نفوذ جهانی شش درصد برسد.

هزینه تبلیغات دیجیتال افزایش می‌یابد

در ابتدا همه‌گیری بودجه‌های بازار یابی را محدودتر کرد و باعث کاهش هزینه‌های تبلیغاتی شد، اما تا پایان سال ۲۰۲۰ هزینه‌های تبلیغات دیجیتال ۱۲٫۲ درصد نسبت به سال گذشته افزایش یافت و شرکت‌هایی که ترجیحات مصرف‌کننده را تشخیص دادند، به سمت تجارت الکترونیک حرکت کردند و بیشتر این هزینه‌ها صرف رسانه‌های اجتماعی آنها شد. در اگوست ۲۰۲۱ نظرسنجی سی‌ام‌و نشان داد که هزینه تبلیغات رسانه‌های اجتماعی از ۱۳٫۳ درصد بودجه بازار یابی در فوریه ۲۰۲۰ به ۲۳٫۲ درصد در

کردند. آخرین دور تأمین مالی ۱۰٫۲ میلیون دلاری شامل دو میلیون دلاری است که به‌عنوان سرمایه خطرپذیر از اینوون کپیتال جمع‌آوری شده است. این شرکت که در سال ۲۰۲۰ تأسیس شده، ادعا می‌کند محصولات تازه را از شبکه کشاورزان خود در سراسر کشور تهیه می‌کند و آن‌را در کمتر از ۱۲ ساعت به مصرف‌کنندگان تحویل می‌دهد. خورانا گفت که این شرکت در دهلی نو و پایتخت ملی حضور دارد و روزانه حدود هشت تاده هزار سفارش می‌گیرد. او افزود که برخلاف سایر رقبای تجارت اجتماعی و فروشندگان مواد غذایی، وجه تمایز اوتیپی ارائه محصولات تازه به‌صورت



پلتفرم تجارت اجتماعی، جذب سرمایه کرد

فلیپ؛ فرصتی برای خرید و کسب درآمد از محتوا

جمله در شیوه‌های خرید و تعامل با برندها، آینده تجارت الکترونیک توسط خریداران و تجربیات واقعی زندگی که آنها از طریق رسانه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارند، هدایت خواهد شد. ما با ترکیب ویدئوهای اجتماعی با یک تجربه تجاری بی‌نظیر، پلتفرمی اصیل ایجاد می‌کنیم، برندها و مصرف‌کنندگان را به‌طور یکسان برای به اشتراک گذاشتن داستان‌هایشان توانمند می‌کنیم و در عین حال نحوه کشف محصولات جدید را متحول می‌کنیم.» فلیپ اعلام کرد خریدارانی که ویدئوهای خریدهای خود را به اشتراک می‌گذارند، فرصتی برای کسب درآمد از محتوای خود دارند. زمانی که دیگران از طریق بررسی ویدئوهای آنها خرید می‌کنند، این افراد می‌توانند درآمد را به اعتبارات فلیپ تبدیل کنند یا وجوه را به حساب‌های بانکی خود انتقال دهند. اکثر سازندگان امروزی عمدتاً برای کسب درآمد از فعالیت اجتماعی خود به معاملات با مارک‌های شخص ثالث اعتماد می‌کنند و صرف‌نظر از تجربیات واقعی خود، فقط نظرات مثبت را ارسال می‌کنند. فلیپ با ارائه داشبوردی برای مدیریت محتوا به همه سازندگان، به نسل بعدی کارآفرینان دیجیتالی این امکان را می‌دهد تا مستقیماً با دنبال‌کنندگان خود از طریق نقدهای واقعی ارتباط برقرار کنند و فارغ از برندها یا محصولات ارائه‌شده، از محتوای آنها درآمدزایی کنند. فلیپ یک پلتفرم تجارت اجتماعی «کشف برای خرید» است که یک تجربه انقلابی از خرید محصولات زیبایی را در ایالات متحده ارائه می‌دهد. کاربران می‌توانند با ورق‌زدن محتوای رسانه‌های اجتماعی که توسط سایر کاربران ایجاد شده، محصولات زیبایی و سلامتی را کشف و خریداری کنند. فناوری انحصاری فلیپ به خریداران این امکان را می‌دهد که نقدهای ویدئویی خریدهای خود را ارسال کنند یا برنامه‌های زنده با امکان خرید ایجاد کنند و بر اساس فروش انجام‌شده از پست‌های خود کارمزد دریافت کنند. فلیپ مستقر در لس‌آنجلس در سال ۲۰۲۱ توسط کارآفرین کهنه‌کار تجارت الکترونیک، نورالدین «نور» آقا تأسیس شد.

فلیپ، یک برنامه تجارت اجتماعی که خریداران را از طریق بررسی ویدئویی به محصولات، محتوا و جامعه متصل می‌کند، امروز اعلام کرد که ۲۸ میلیون دلار در سری A به رهبری استریم لاینند ونچرز، یک شرکت سرمایه‌گذاری اولیه مستقر در سیلیکون ولی، جذب کرده است. موبی‌دالا کپیتال ونچرز و بی‌دی‌ام‌آی نیز در کنار حامیان اولیه و سرمایه‌گذاران در این دور شرکت کردند. سرمایه‌گذاران فردی شامل روی لو، سرمایه‌گذار اولیه در کوایشو، پلتفرم تجارت اجتماعی پیشرو در چین بود. فلیپ از این بودجه برای مقیاس‌بندی عرضه‌برند و اکوسیستم خالق خود استفاده می‌کند و در عین حال پلتفرم لجستیکی خود را نیز عمیق‌تر می‌کند. خریداران امروزی مسیری طولانی و پراکنده را برای خرید طی می‌کنند که با کشف محصول در رسانه‌های اجتماعی شروع می‌شود، به سمت تحقیق روی پلتفرم‌های ویدئویی حرکت می‌کند و با پرداخت در مقصدهای تجارت الکترونیک به پایان می‌رسد. فلیپ کل مسیر خریدار را به شکل تجربه یک برنامه منسجم ساده می‌کند؛ اکتشافات اجتماعی را از طریق سرگرمی، نقدهای تعاملی ایجادشده توسط کاربران، برنامه‌های خرید زنده با تحویل در همان روز و تدارکات پیشرفته ادغام می‌کند. اولاس نایک، مؤسس و شریک استریم لاینند ونچرز گفت: «در استریم لاینند ونچرز، ما با بنیان‌گذارانی استثنایی که بازارهایی را ایجاد کرده‌اند که رفتارهای مصرف‌کننده را در دهه گذشته کاملاً تغییر داده، همکاری کرده‌ایم. در سال‌های آینده، نسل جدیدی از پلتفرم‌ها ساخته می‌شوند که مقیاس بازارها را با تعامل اجتماعی ادغام می‌کند. فلیپ که به تعداد روبه‌رشدی از برندها و ویژگی‌های اجتماعی قوی مجهز شده، به طرز ماهرانه‌ای یک بازار مقیاس‌پذیر را با جامعه متحد پیوند زده و موقعیت خوبی برای پیروی از چین و ایجاد انقلاب در تجارت اجتماعی ایالات متحده دارد.»

نور آقا، بنیان‌گذار و مدیرعامل فلیپ گفت: «در چشم‌انداز اجتماعی امروز، خریداران بیش از هر زمان دیگری برای اصالت اهمیت قائل‌اند، از

تشویق کلیک‌هایی طراحی شده‌اند که کاربران را به سایت تبلیغ‌کننده می‌برد تا در نهایت خرید کنند، اما این فرایند مراحل غیرضروری را به همراه داشت که در نهایت برخی مشتریان را از تکمیل خرید منصرف می‌کرد. منطقی است که سایت‌های رسانه‌های اجتماعی و مبلغان آنها متوجه شوند که از بین بردن این اصطکاک با اجازه خرید مستقیم در پلتفرم‌های اجتماعی می‌تواند به نرخ تبدیل بالاتری منجر شود. فراتر از آن، خرید درون‌برنامه‌ای به شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی اجازه می‌دهد تا داده‌های جامع‌تری در مورد عادت‌های خرید کاربران خود جمع‌آوری کنند، داده‌هایی که در نهایت می‌توانند برای ایجاد توصیه‌ها و تبلیغات دقیق‌تر محصول مورد استفاده قرار گیرند و در نهایت باعث خرید بیشتر شوند. تجارت اجتماعی همچنان به شکل دهان‌به‌دهان گسترش می‌یابد، دوستان می‌توانند در پلتفرم‌های اجتماعی برای تبادل نظرات در مورد محصولات تعامل کنند. حتی اگر نوع این دوستی صرفاً از طریق دنبال کردن صفحه فرد باشد، باز هم می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر تصمیمات خرید داشته باشد. در نظرسنجی گلوبال ایکس، ۴۸ درصد از پاسخ‌دهندگان گفتند توصیه شخصی که می‌شناختند قوی‌ترین انگیزه برای خریدشان است. دومین عامل بزرگ، اعتماد به برند بود.

قابلیت‌های خرید جدید و بهبودیافته به‌طور فزاینده‌ای در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی ظاهر می‌شوند و آنها را به مقصدهای خرید پویا تبدیل می‌کنند. به‌عنوان مثال، تجربه خرید در اسنپ‌چت نه تنها ویژگی «اقدام مشابه» را به مصرف‌کنندگان ارائه می‌دهد، بلکه تجربه دیجیتالی را با مزیت‌های یک تجربه فیزیکی از طریق فناوری واقعیت افزوده و مجازی ترکیب می‌کند.

قابلیت‌های خرید جدید و بهبودیافته به‌طور فزاینده‌ای در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی ظاهر می‌شوند و آنها را به مقصدهای خرید پویا تبدیل می‌کنند. به‌عنوان مثال، تجربه خرید در اسنپ‌چت نه تنها ویژگی «اقدام مشابه» را به مصرف‌کنندگان ارائه می‌دهد، بلکه تجربه دیجیتالی را با مزیت‌های یک تجربه فیزیکی از طریق فناوری واقعیت افزوده و مجازی ترکیب می‌کند.

تجارت اجتماعی؛ فرصت درآمدی بزرگ

تجارت اجتماعی موجب تغییر رسانه‌های اجتماعی از تبلیغ محصولات به تبدیل شدن به خود فروشگاه است. جنبه‌های اجتماعی خرید را با فرایند خرید آسان و مستقیم از حساب شخصی خود ترکیب کنید، احتمالاً خرید کردن تسریع می‌شود. بسیاری از خریداران آنلاین می‌گویند موافق هستند. ۳۰ درصد از خریداران آنلاین می‌گویند که برای خرید از یک شبکه اجتماعی آماده هستند. برای کسب‌وکارها، تجارت اجتماعی قدرت داده و هوش مصنوعی را وارد بازی می‌کند که می‌تواند سرعت تحول را نسبت به سبک‌های سنتی تبلیغات بهبود بخشد. همچنین ممکن است تأثیرگذارترین نوع تبلیغ را تسهیل کند؛ توصیه‌های دوستان. از آنجایی که شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی به دنبال حفظ نرخ رشد بالا هستند، تجارت اجتماعی احتمالاً بخش کلیدی استراتژی آنها خواهد بود.

ژوئن ۲۰۲۱ افزایش یافته است. نتایج، به‌ویژه برای مشاغل کوچک و متوسط امیدوارکننده است. برای مثال مشاغل کوچک و متوسط گزارش دادند درآمد هر کمپین در سه‌ماهه دوم ۲۰۲۱ با استفاده از تبلیغات سریع تویتر که اجازه می‌دهد مشتریان را بر اساس مکان، سن و جنسیت هدف قرار دهند، در مقایسه با استراتژی‌های تبلیغات سنتی‌تر، ۲۶ درصد افزایش داشته است. علاوه بر این با نزدیک شدن به فصل خرید تعطیلات، فیس‌بوک (متا) یک پلتفرم در حال گسترش صندوق ورودی کسب‌وکار در مسنجر به‌طور خاص برای مشاغل کوچک و متوسط بود.

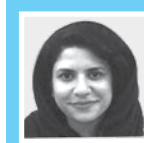
قطع شدن خدمات فیس‌بوک، اینستاگرام و واتس‌آپ در ۴ اکتبر وابستگی فزاینده مشاغل کوچک و متوسط به این سیستم‌عامل‌های آنلاین را نشان داد. در برزیل، قطعی شش‌ساعته برای شرکت‌های کوچک و متوسط حدود ۶/۶ میلیون رئال برزیل (تقریباً ۱/۲ میلیون دلار) هزینه داشت که حدود دو درصد از متوسط درآمد روزانه تجارت الکترونیکی در آن بازار است.

زمانی که در پلتفرم صرف می‌شود، پول است

تغییر معنادار به سمت هزینه‌های تبلیغاتی بیشتر در رسانه‌های اجتماعی اجتناب‌ناپذیر بود. همه‌گیری به‌سادگی این تغییر را تسریع کرد. این روند منطقی به نظر می‌رسد؛ رسانه‌های اجتماعی بخشی از روال روزانه بسیاری از کاربران هستند. ۶۶ درصد از پاسخ‌دهندگان به نظرسنجی اخیر گلوبال ایکس گفته‌اند که هر روز حداقل از یکی از حساب‌های رسانه‌های اجتماعی خود استفاده می‌کنند. بنابراین افزودن دلارهای تبلیغاتی به کانال‌های دیجیتال در طول اوج شیوع کووید، زمانی که کاربران بیش از همیشه در خانه بودند، هوشمندانه بود. میانگین زمانی که کاربر در روز در رسانه‌های اجتماعی صرف می‌کرد تا اکتبر ۲۰۲۱، دو ساعت و ۲۷ دقیقه بوده که ۲/۱ درصد افزایش نسبت به سه‌ماهه گذشته دارد. با افزایش سهم زمان صرف‌شده توسط کاربران در شبکه‌های اجتماعی در مقایسه با گزینه‌های سنتی سرگرمی، شبکه‌های اجتماعی تشخیص می‌دهند که فرصت‌هایی برای سرمایه‌گذاری وجود دارد. از سال ۲۰۱۷، جریان‌های سنتی رسانه‌ها مانند تلویزیون و رادیو با کاهش زمان مصرف روزانه برای هر کاربر مواجه شدند، در حالی که رسانه‌های اجتماعی به‌تدریج افزایش می‌یافتند. زمان فزاینده‌ای که در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی صرف می‌شود، به این شبکه‌ها کمک کرد تا از پایگاه‌های کاربری خود درآمد بیشتری کسب کنند.

خرید تک‌مرحله‌ای در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی

از لحاظ تاریخی، تبلیغات در پلتفرم‌های اجتماعی برای



ترانه احمد دوست



SPONSORED BY

تضمین‌چی



شماره ۳۵
۲۶ دی ۱۴۰۰
سال اول

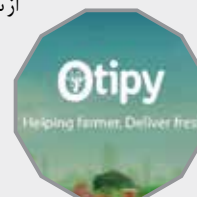


کنترل کنیم.»

دور تأمین مالی در حالی انجام می‌شود که دیگر پلتفرم‌های تجارت اجتماعی مانند دیل شیر، سیتی مال و ترل اخیراً از سرمایه‌گذارانی از جمله تایگر گلوبال و جنرال کاتالیست، سرمایه جمع‌آوری کرده‌اند.

اوتیپی دارای پنج هزار فروشنده است که به گفته خورانا، می‌توانند با فروش مواد غذایی در این پلتفرم تا ۱۰۰ هزار دلار درآمد داشته باشند.

خورانا قبلاً مدیر ارشد فناوری در بخش ای‌گروسر شرکت گروفرز بود.



مستقیم از منبع است.

خورانا گفت: «این دور جدید جذب بودجه از مسیر رشد ما در آینده حمایت می‌کند و دسته‌های بیشتری را به زنجیره تأمین ما اضافه می‌کند که موجب کارآمدتر شدن آن می‌شود و مأموریت ما یعنی دسترسی همه به غذای تازه و مغذی را تسریع می‌کند. محصولات تازه ۳۵ تا ۴۰ درصد از رده حاشیه ناخالص است، اما این ضایعات است که حاشیه‌ها را از بین می‌برد. ما جزء اولین شرکت‌هایی هستیم که توانسته‌ایم آن را از طریق مدل نوآورانه خود



چراتسکا؟

آهسته و پیوسته؛ این عبارت را می‌توان به عنوان ویژگی روند حرکت «تسکا» بیان کرد. شرکتی که ده سال پیش با انگیزه و سرمایه بنیان‌گذارانش تأسیس شد.

چیزی که باعث شده ناامیدی در میان بنیان‌گذاران تسکا رخ نهد و آنها را به «پیوسته» ادامه‌دادن مسیر امیدوار کند، نگاه بلندمدت‌شان بوده است. فرزند مقدم، مدیرعامل تسکا می‌گوید که آنها می‌دانند آینده در دستان صنعت آی‌تی است و هیچ‌کس از این آینده راه‌گریزی ندارد.

او شیوع کرونا در سال ۹۸ را معجزه‌ای برای صنعت آی‌تی کشور می‌داند که یکبار همه، حتی سنتی‌ترین صنایع را متوجه اهمیت و لزوم وجود صنعت آی‌تی کرد و تحولات گسترده‌ای را رقم زد.

تسکا با همین نگاه بلندمدت، اقدام به ایجاد مرکز نوآوری و تولید در منطقه ویژه پیام کرج کرده است؛ جایی برای خطوط تولید و مونتاژ تجهیزات‌شان و مکانی برای گرد هم آمدن افراد دارای ایده. مقدم معتقد است رهبران و مدیران آینده تسکا از میان همین جوانانی که برای پرورش ایده‌هایشان به مرکز نوآوری تسکا می‌آیند، ظهور خواهد کرد. کسانی که قرار است روح تازه‌ای در تسکا بدمند، آن‌ها را جوان و سرپا ننگ دارند و زمینه‌ساز ورود این شرکت به حوزه‌های جدیدی مانند هوش مصنوعی و بیگ‌دیتا شوند. با وجود اینکه تسکا در کارنامه خود، سابقه ده سال حضور موفق در صنعت آی‌تی را دارد و اعتبار خوبی در این بازار به دست آورده، باز هم با چالش‌های فراوانی مواجه است؛ از مجوزهای بسیاری که دائماً باید دغدغه اخذ و تمدیدشان را داشته باشد تا نیروی انسانی متخصصی که به دلیل مشکلات اقتصادی، زحمت مهاجرت را به جان می‌خرد. اما رمز موفقیت تسکا برای عبور از دل همه این بحران‌ها، همان چیزی است که در ابتدای متن گفته شد.

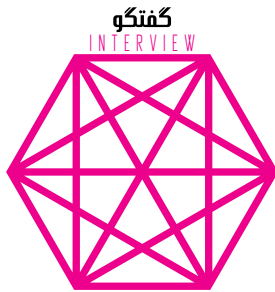
تسکا شاید آهسته اما پیوسته و بدون خستگی در مسیری که برای خود تعیین کرده، حرکت می‌کند. درهای شرکتش را به روی افراد دارای ایده گشوده و می‌داند دیر یا زود همه متوجه اهمیت صنعتی که در آن حضور دارد خواهند شد و آن زمان چاره‌ای جز کار کردن با شرکت‌های قدرتمندی مانند تسکا نیست.



شماره ۳۵
دی ۲۶
سال اول

گفت و گو با فرزند مقدم، مدیرعامل «تسکا»؛ کسب‌وکاری که راهکارهای مبتنی بر آی‌تی به شرکت‌های مختلف ارائه می‌دهد و حالا یکی از بازیگران جدی صنعت شده است اما می‌گوید رگولاتور سنتی دست‌وپای نوآورها را بسته و مدام با یک جمله سلبی از زیر بار مسئولیت خود شانه خالی می‌کند

انجام نده!



«تسکا» از جمله شرکت‌هایی است که با سرمایه و دانش بنیان‌گذارانش تشکیل شده و طی ده سال فعالیتش در صنعت آی‌تی به مرور توانسته به یک شرکت معتبر تبدیل شود و اعتماد بازار را به خود جلب کند. اما نه پروسه جلب اعتماد بازار به این سادگی‌ها به دست آمده و نه رشد کردن در فضایی که رگولاتورها و مجوزهای متعدد دارد، کاری آسان بوده است. فرزند مقدم، مدیرعامل تسکا که در آستانه چهل سالگی قرار دارد، در مقطع لیسانس مدیریت صنعتی خوانده و فوق‌لیسانس مدیریت اطلاعات دارد. او در گفت‌وگو پیش‌رو از ده سال پرفراز و نشیب تسکا می‌گوید و آینده‌ای که برای شرکت نسبتاً جوان خود متصورند. شرکتی که ۸۰ درصد فعالیتش در حوزه آی‌تی است و شامل ارائه راهکارهای یکپارچه درخصوص تأمین تجهیزات اکتیو دیتاسترها می‌شود و ۲۰ درصد دیگر به حوزه پرداخت الکترونیک مربوط است که با نام تجاری پولام، سرویس درگاه پرداخت اینترنتی ارائه می‌کند.

◀◀ سرمایه اولیه‌ای که شرکت با آن تأسیس شد، از چه طریق تأمین کردید و در ادامه برای گسترش کار، چطور تأمین سرمایه مورد نیاز را انجام دادید؟ آیا سرمایه‌گذار داشتید؟

زمانی که تسکا کارش را شروع کرد، ۱۰ میلیون تومان سرمایه داشت و در حال حاضر فقط سرمایه ثبتی شرکت، ۲۰ میلیارد تومان است. طی این سال‌ها در فرازونشیب بودیم و ۱۰۰ درصد سرمایه از طریق بنیان‌گذاران مجموعه تأمین شده است. مثلاً برای پیاده‌سازی ERP و راه‌اندازی پولام، کاملاً سرمایه‌گذاری شخصی را مدنظر قرار دادیم و همان سال من ماشین شخصی‌ام را برای این کار فروختم. البته برایم بسیار جذاب بود و این حوزه را دوست داشتم. در مجموعه دل‌مان می‌خواست برای ایده‌هایمان تلاش کنیم و با افق دید بلندمدت به موضوعات نگاه می‌کردیم.

◀◀ اگر بخواهید درباره اندازه و حجم بازاری که در آن فعال هستید، صحبت کنید، چه چیزهایی می‌توان گفت؟ چه چشم‌اندازی برای این بازار متصور هستید؟

اندازه بازار را به شکل کمی نمی‌دانم ولی به شکل کیفی چرا. در سال ۹۹ با همه‌گیری کووید ۱۹ متوجه شدیم که تمام صنایع به بازار آی‌تی وابسته هستند؛ از دورکاری گرفته تا ابزارها، پرداخت آنلاین و... شیوع کرونا این صنعت را واقعاً دستخوش تغییر کرد. اتفاقی که در ایران افتاد، عظیم بود و بسیاری از صنایعی که به هیچ‌عنوان تصور نمی‌کردیم بخواهند از حالت سنتی خود خارج شوند، مجبور شدند به صنعت آی‌تی به نحوی روی بیاورند. در نتیجه بازار بسیار بزرگ است، اما بخشی از بازار که ما روی آن تمرکز کرده‌ایم، بسیار حساس و اساسی است. صنایع پولی و مالی کشور و صنایع نفت، گاز و پتروشیمی، بسیار حساس و تأثیرگذار هستند. ما روی این بخش سرمایه‌گذاری کردیم و هر چقدر هم که صنعت به سمت‌های تک شدن پیش می‌رود، بازار کوچک‌تر می‌شود و تعداد شرکت‌هایی که توانایی تأمین، مشاوره، پیاده‌سازی و اجرای چنین راهکارهایی را داشته باشند، انگشت‌شمار خواهد بود. برای همین ابزاری برای سنجش وجود ندارد که بگوییم چند شرکت و چه مقدار نیاز وجود دارد. به نظر تک‌تک ما چه به صورت کاربر نهایی و چه به شکل شرکتی، این نیاز به پلتفرم‌ها را لمس کرده‌ایم.

توجیه اقتصادی نداشت که وارد این حوزه شوند. ما حتی دولوپ اپلیکیشن و داک لول (Dock Level) آن را آماده کردیم ولی دیدیم در بازار با این شرایط، این محصول برای مشتریان جذابیتی ندارد. الان می‌بینیم که PSPها متوجه اشتباه خود شده‌اند و به این نقطه رسیده‌اند که در حال زیان دیدن هستند و سیستم بانکی کشور هم این زیان را به دوش می‌کشد. در حال حاضر این فرایند در حال تغییر است.

◀◀ با وجود این سختی‌ها، چرا حوزه پرداخت برایتان جذابیت داشت؟

ما در آن زمان می‌دیدیم که ۸۰ درصد بیزینس تسکا در حوزه پولی و مالی کشور است و برایمان حوزه جذابی بود. زیرا بسیار چابک است و دیتا بسیار سریع در آن رشد می‌کند و کلان‌داده در آن وجود دارد. به این خاطر که سرویس‌هایش ۲۴ ساعته و هفت روز هفته فعال هستند، برایمان مهم است که شرکتی بسیار چابک بتواند از سرویس‌هایشان پشتیبانی کرده و تجهیزات‌های تک آنها را تأمین کند. مجموعه این دلایل، حوزه پرداخت را برای ما جذاب می‌کرد. «پولام» اینجا و به عنوان سرویس PFM متولد شد؛ سرویسی که بتواند آنالیزی از جریان هزینه‌های فرد ارائه دهد و شخص بداند که در هر بخش مصرفی چقدر هزینه می‌کند. اواخر سال ۹۴ که تصمیم به این کار گرفتیم، در تعامل با بانک‌ها برای گرفتن دیتا، متوجه شدیم که آنها از ارائه این داده‌ها می‌ترسند و از این کار امتناع می‌کنند. آن زمان بحث‌هایی چون این‌بن‌کنگ هنوز مطرح نبود. با بسیاری از بانک‌ها جلسه گذاشتیم ولی هیچ‌کدام قانع نشدند و وقتی می‌دیدند ما با دیتای مشتری سروکار داریم، می‌ترسیدند که این اطلاعات را به سمت رقیب ببریم و مشتریان‌شان را از آنها بگیریم. خیلی هم برایش انرژی گذاشتیم اما دست‌آخر به این نتیجه رسیدیم که از این طریق به جایی نخواهیم رسید. دو مجموعه خدمات انفورماتیک و توسن در دسترس مان بودند. خدمات که رویکرد بسته‌ای داشت. توسن یک مقدار راه می‌آمد که همان هم می‌گفت باید اول بانک را مجاب کنید. تقریباً یک سال به دنبال گرفتن دیتا بودیم اما موفق نشدیم. بعد از آن تصمیم گرفتیم مستقیماً به مشتری‌ها سرویس بدهیم و خودمان این دیتا را از طریق تعامل با مشتری جمع کنیم و آنها را آنالیز کنیم. به این شکل وارد سیستم درگاه پرداخت اینترنتی شدیم و مجوز پرداخت‌یاری گرفتیم.

◀◀ پیش از ایجاد «تسکا» مشغول چه کاری بودید و چطور شد این شرکت را راه‌اندازی کردید؟

سال ۱۳۹۰ تسکا را تأسیس کردیم. اما پیش از ایجاد شرکت، مدتی به شکل فریلنس با همین نام تسکا فعالیت می‌کردم. علت تأسیس شرکت، این بود که ما شاهد خلاء فنی در بازار بودیم. بیشتر شرکت‌ها در آن زمان به خریداران مشاوره نمی‌دادند و فقط تجهیزات می‌فروختند. نه‌نیاز سازمان‌ها را درک می‌کردند و نه انگیزه‌ای برای این کار داشتند. ما فعالیت‌مان را با مشاوره، ارائه راهکار و در راستای آن تأمین، اجرا و پشتیبانی سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگ، متوسط و کوچک شروع کردیم و در اصل یک پکیج کامل برای آنها فراهم کردیم.

تمرکز ما روی ارائه راهکارهای یکپارچه بود که تمام نیازهای یک سازمان یا شرکت را مرتفع کند. به همین خاطر به سرعت رشد کردیم. این‌طور نبود که به شرکت‌ها بگوییم یکسری تجهیزات داریم و بر اساس آنها، وسیله‌ای را به مشتری بفروشیم. اول از همه نیاز و دغدغه مشتری را بررسی و آنالیز می‌کردیم و بر اساس آن محصول یا سرویسی را ارائه می‌کردیم.

◀◀ درباره فعالیت حال حاضر تسکا بیشتر توضیح می‌دهید؟

۸۰ درصد بیزینس تسکا در صنعت آی‌تی کشور است و شامل ارائه راهکارهای یکپارچه درخصوص تأمین تجهیزات اکتیو دیتاسترهاست، به طور کلی تجهیزات پردازشی، ذخیره‌سازی و زیرساخت شبکه و امنیت اطلاعات. ۲۰ درصد دیگر بیزینس تسکا به حوزه پرداخت الکترونیک مربوط می‌شود که با نام تجاری پولام سرویس IPG (درگاه پرداخت اینترنتی) ارائه می‌کند.

◀◀ سرویس پرداخت را بعدتر به مجموعه اضافه کردید یا از ابتدا آن را در نظر داشتید؟

ما سال ۹۴ واحد پرداخت را استارت زدیم و برندمان BBPOS بود که آن زمان در جدول ارزیابی هارته‌یک را داشت. اپلیکیشن‌های آن را در تسکا توسعه دادیم و شخصی‌سازی کردیم و... ولی در حوزه کارتخوان موبایلی (mPOS) با این فرایند مواجه شدیم که PSPها پوز را به شکل رایگان در اختیار مشتری قرار می‌دادند و حتی سرویس‌های اضافه را هم مجانی ارائه می‌کردند. حتی اینترنت مجموعه را تأمین می‌کردند تا پوز آنها استفاده کنند. به خاطر بازاری که ایجاد کرده بودند، عملاً برای شرکت‌های بخش خصوصی



چشم انداز شما برای تسکا چیست؟ برای حرکت به چه سمتی برنامه ریزی کرده اید؟

ما دو برنامه داریم. یکی تغییر و تحولات در واحد پرداخت است که می خواهیم سرویس درگاه پرداخت مان، یک سرویس اضافه باشد در کنار باقی سرویس هایی که ارائه می دهیم. در حوزه آی تی که ۸۰ درصد فعالیت های شرکت را شامل می شود، برای دو صنعت هدف گذاری کرده ایم که بتوانیم به سبد مشتریان مان بیفزاییم. می خواهیم در این صنایع نیز قوی ظاهر شویم و نیازهای آنها را هم از نظر فنی و تأمین تجهیزات مرتفع کنیم. در همین راستا نیز در سال ۹۸ اقدام به راه اندازی مرکز تولید و نوآوری تسکا کردیم تا هم مرکز خط مونتاژ و تولید تجهیزات را به آنجا انتقال دهیم و هم این فضا تبدیل به مکانی برای آموزش به فارغ التحصیلانی شود که در حوزه هایی چون پرداخت، هوش مصنوعی و... علاقه و انگیزه نوآوری دارند.

یعنی هم می خواهید بخش تولید را در این فضا داشته باشید و هم مرکز نوآوری تسکا را آنجا راه اندازی کنید؟

بله، دقیقاً. در این فضا می توانیم دانش مان را چه از طریق تیم تخصصی خودمان و چه از خارج از ایران انتقال دهیم. در اینجا افراد غربال می شوند و از انرژی و پویایی و انگیزه شان بهره می بریم.

شما از جمله شرکت هایی هستید که مشتریان بزرگی دارید. نکته ای که در مورد کار با سازمان ها و مجموعه های بزرگ وجود دارد، این است که نه تنها در ابتدای فعالیت تان ایجاد ارتباط و ساختن اعتماد دشوار بوده، بلکه در ادامه نیز ممکن است تفاوت اندازه شرکت های دو طرف قرارداد، آنها را در مورد مسائل مالی و حقوقی دچار چالش کند. شما چگونه این چالش ها را مدیریت کردید؟

در صنعت ما، حجم خریده ها بسیار متفاوت است. واقعاً یک سازمان باید متقاعد شود و به این نقطه برسد که این شرکت توان انجام کار را دارد. در ابتدا فیلترهایی وجود دارد. مجموعه هایی هستند که شرکت ها را ارزیابی می کنند مثل شورای عالی انفورماتیک که بر اساس گردش مالی، تیم منابع انسانی و... شرکت ها را رتبه بندی می کنند. سازمان ها نیز بر اساس رتبه ها مناقصات خود را برگزار می کنند. ما بسیار تلاش کردیم تا به اینجا برسیم که پنج رتبه یک را کسب کنیم.

اما چالش اینجاست که در بسیاری از موارد در حق کسب و کارهای خصوصی اجحاف می شود. یکسری از مجموعه ها که بدنه دولتی دارند اما اسم خصوصی را پدک می کشند، بسیاری از پروژه ها را می گیرند و حتی بعد از اینکه در مناقصه پذیرفته شدند، توان انجامش را ندارند و برون سپاری می کنند. چنین شرکت هایی در همه صنایع نیز حضور دارند و در حق همه شرکت های خصوصی اجحاف می کنند که می توانند با گرفتن چنین پروژه هایی خیلی سریع پوست اندازی و رشد کنند. شرکت ما می توانست بسیار کمتر از این انرژی و وقت بگذارد تا در چنین جایگاهی قرار بگیرد. ما در سال چیزی در حدود ۱۰،۱۲ مجوز را تمدید می کنیم و انرژی زیادی هم برای دریافت شان گذاشته ایم. برای چه؟ برای اینکه بتوانیم با یکسری از سازمان ها کار کنیم.

شما در سال هایی که فعالیت می کردید، آیا در جایی با مانع رگولاتور روبه رو شده اید و پیش آمده کاری را به خاطر دشواری فرایندهای دریافت مجوز یا عدم وجود قانون مناسب کنار بگذارید؟

بله، ۱۰۰ درصد. نمونه اش همان PFM که پیش تر درباره اش توضیح دادم. استنباط شخصی ام این است که بدنه حکومت و رگولاتور، کاملاً سنتی است که فقط می گوید «انجام نده». به هیچ عنوان اجازه نمی دهد شرکتی رشد کند، زیرا نمی تواند اتفاقات جدید را مدیریت کند.

به نظرم افرادی که در بدنه رگولاتوری قرار دارند، در زندگی شان حتی نتوانسته اند یک مجموعه کوچک را مدیریت کنند، چون اگر این کار را کرده بودند، در تقابل با بخش خصوصی نبودند. یک کارآفرین از جان و ثروت و درآمد خود مایه می گذارد و سال ها زحمت می کشد تا یک کسب و کار را رشد دهد و تیمی را دور هم جمع کند. بعد رگولاتور با یک آیین نامه خیلی ساده، تمام فعالیت های آن کارآفرین را نابود می کنند. معتقدم نگاه رگولاتور به کسب و کارهای بخش خصوصی هیچ گاه جنس حمایت نداشته است. هروقت فردی از حاکمیت می گوید که می خواهیم از فلان بخش خصوصی حمایت کنیم، ما چهارستون بدن مان می لرزد و آن بخشی را که از آن صحبت شده، رها می کنیم. گمان می کنم تمام کسب و کارها کم و بیش این دغدغه را دارند. در برخی موارد رگولاتور اصلاً اجازه ورود نمی دهد و ما در حدود یک سال و نیم تلاش می کردیم که بتوانیم مجوزی دریافت کنیم و با فلان سازمان کار کنیم. هر مجموعه ای هم برای خود یک روند رگولاتوری راه انداخته و این بدنه ها که سیستم رگولاتوری دارند، آن قدر قدرتمند هستند که برای خود حکم امپراتوری را دارند. این اتفاق تمام صنایع را تحت تأثیر قرار داده است.

با توجه به اینکه شما سال ها است با شرکت های خارجی نیز در ارتباط هستید، تأثیر تحریم بر کسب و کارها را چگونه ارزیابی می کنید؟ عده ای می گویند اتفاقاً تحریم های بین المللی تأثیر مثبتی بر رشد کسب و کارهای داخل گذاشته و اگر شرایط چنین نبود، کسب و کارهای داخلی در رقابت با خارجی ها، نمی توانستند به این راحتی عرض اندام کنند؛ در مقابل برخی معتقدند نداشتن ارتباط با جهان، نتیجه منفی داشته است.

ما دو نوع تحریم داریم؛ تحریم داخلی و تحریم خارجی. آن چیزی که کسب و کارها را نابود می کند، تحریم داخلی است نه خارجی. در حال حاضر مشکل ما با تحریم های داخلی است. ما از ابتدا به نحوی پایه های شرکت را بنا کردیم که به محض اینکه درهای کشور گشوده شود، کاملاً با شرکت های خارج از ایران منطبق باشیم و بتوانیم در بازار آزاد کار کنیم. تمام زیرساخت هایمان را بر این اساس چیده ایم؛ از سیستم مالی گرفته تا ساختارهای مدیریتی و فیچرهایی که پیاده سازی کرده ایم و... ما برای وصل شدن به بازار جهانی لحظه شماری می کنیم. اما در تحریم های داخلی، هر روز و هر ساعت یک قانون حکمرانی می کند، به خصوص در بخش تجارت خارجی. هر روز با چالش مواجه می شویم و با آن دست و پنجه نرم می کنیم.

اگر بخواهید برای سال های فعالیت تسکا، چند نقطه عطف مشخص کنید، از چه اتفاقاتی سخن می گوئید؟

می توانم بگویم که کرونا برای صنعت ما یک معجزه بود و اتفاق بسیار بزرگی بود، زیرا همه کاملاً درک کردند که صنعت آی تی یعنی چه و چقدر می تواند این صنعت پراهمیت باشد. اتفاق خوبی برای ما افتاد، با وجود اینکه فشار بر شرکت وارد شد، زیرا باید ساختارها را تغییر می دادیم. البته برای ما پیچیدگی عجیبی نداشت، زیرا ساختار ما به طور کلی وب پلتفرم است.

ما سعی کردیم هر سال برای خود طوری برنامه ریزی کنیم که انگیزه ادامه داشته باشیم. در حال حاضر راه اندازی مرکز نوآوری تسکا یک انگیزه است. واقعاً نمی دانم که تا چند درصد می توانیم به هدف مان برسیم ولی تمام انرژی مان را برای به سرانجام رساندن کار گذاشته ایم و در دهه دوم تسکا می خواهیم اندازه شرکت خود را افزایش دهیم. ما برای این اتفاق یک برنامه ده ساله چیده ایم. بدترین اتفاق هم ظرف این سال ها که تأثیر زیادی بر ما گذاشت، آبان ماه سال ۹۸ و قطعی اینترنت بود.



درباره «کارنامه» که به تازگی یک کمپین BTL راه انداخته است

معاملات خودرو؛ ۱۰۰ درصد تضمینی

خرید و فروش مطمئن و راحت می شود.

کمپین های تبلیغاتی BTL نوعی از تبلیغات هستند که در ارتباط مستقیم با مشتریان و مخاطبان هدف برند قرار دارند و معمولاً با هدف آگاهی بخشی و ارائه ویژگی های سرویس یا محصول به شکل هدفمند اجرا می شوند. مضاف بر اینها، ارزیابی میزان اثربخشی کمپین های BTL راحت تر از سایر روش های تبلیغاتی است. به تازگی «کارنامه» نیز با توزیع پکیج هایی در چند پمپ بنزین یک کمپین BTL به راه انداخته است.

کارنامه چه کار می کند؟

کارنامه یک سرویس آنلاین است که به خریداران خودروهای کارکرده کمک می کند برندهای مختلف را با هم مقایسه کنند، از قیمت خودروها مطلع شوند و چنانچه تصمیم به خرید یک خودروی کارکرده گرفتند، با استفاده از کارشناسان فنی این پلتفرم، آن خودرو را بررسی کنند. در صورتی که کارشناس آن خودرو را تأیید کند، مشتری می تواند از کارنامه یک ضمانت نامه فنی دریافت کند. در صورت بروز مشکل در خودروی خریداری شده، این کارنامه است که هزینه ها را تقبل خواهد کرد. از طرفی فروشندگان خودرو نیز می توانند از سرویس های کارنامه استفاده کنند. خودروی آنها به صورت رایگان کارشناسی می شود، عکاسی از آن انجام گرفته و به همراه گزارش کارشناسی روی دیوار قرار می گیرد. همچنین کارنامه مسئولیت پاسخ دهی به تماس ها و هماهنگی بازدیدها را انجام می دهد و بعد از پیدا شدن خریدار نهایی، قولنامه را تنظیم می کند.

در اصل این پلتفرم در حکم یک بنگاه مورد اعتماد خودرو عمل می کند و با ارائه ضمانت به خریدار و کمک به فروشنده، زمینه ساز یک

کمپینی که ادامه دارد

یکی از نکات مهم در اجرای کمپین های BTL، تحقیقاتی است که پیش از اجرای کامل و جامع آن صورت می گیرد تا نقاط قوت و ضعف کمپین در وسعت کمتر و با هزینه پایین تر سنجیده شود. کمپین BTL کارنامه نیز از همین مسیر شروع کرد و فاز اول آن با تمرکز بر رانندگان خودرو در جایگاه های سوخت مناطق ۱ تا ۵ تهران اجرا و طی آن حدود ۴۰ هزار پکیج تبلیغاتی توسط پروموتورها در میان مخاطبان هدف توزیع شد. این پکیج های تبلیغاتی شامل کد تخفیف سرویس های کارنامه، کد تخفیف ۵۰ درصدی اشتراک نماوا و بروشورهایی برای معرفی سرویس های کارنامه بوده است.

از آنجا که این کمپین با تبلیغات محیطی جایگاه ها هماهنگ شده بود، توانست به اهداف بازاریابی خود دست یابد و کمپینی که قرار بود در پایان آذرماه به کار خود پایان دهد، یک ماه تمدید شد. طراحی مینی مالیستی تابلوها با استفاده از ترکیب المان های خودرو با لوگوی کارنامه در ادامه کمپین تبلیغات محیطی شهریورماه انجام شده بود.

طبق تحقیقات و ارزیابی هایی که در حین انجام کمپین از دریافت کنندگان پکیج انجام شد، این برند شاهد رشد ۱۰۰ درصدی و بیشتر از آن در شاخص هایی چون میزان مطالعه بروشور، میزان آشنایی با خدمات کارنامه و میزان استفاده از کد تخفیف کارشناسی دریافتی بود که نشان می دهد چنانچه یک کمپین BTL با تحقیقات پیشینی و در راستای کمپین های دیگر برند انجام شود، می تواند اهداف تبلیغاتی خود را محقق کند.



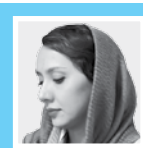
لطفاً با شابلون ها خدا حافظی کنید!

چرا صفحه اینستاگرام بسیاری از برندها، معرف هویت آنها نیست؟

ایده هایی است که در صفحه ها و پلتفرم های متفاوت دیده ایم، نمی توانیم انتظار انتشار محتوای منسجم را هم داشته باشیم. برای ساختن این انسجام، به جای تکرار الگوهای محتوایی، نیاز به شناخت درست برند، شناخت دقیق مخاطبان و تفکیک روت های محتوایی بر این اساس دارید. یادتان نرود، قرار گرفتن محتوای بی نظیر در کنار هم، الزاماً صفحه ای بی نظیر را نمی سازد.

چهارم؛ پرسونای مخاطب را از یاد نبرید

مخاطب شما کیست؟ چندساله است؟ چه دغدغه هایی دارد؟ روزش را چگونه شب می کند؟ چگونه لباس می پوشد؟ چه غذایی می خورد؟ چه کتابی می خواند؟ کجا سفر می رود؟ اصلاً مخاطب همه محصولاتتان از یک جنس است؟ یا اینکه باید به سؤالاتی از این دست، جواب هایی متفاوت بدهید؟ شناخت درست مخاطب هدف، نیازها، دغدغه ها و خواسته هایش، به شما در تولید محتوای متناسب با این مخاطب و مصرف کننده احتمالی کمک می کند.



لی لی اسلامی

Lili.esami@gmail.com

پنجم؛ شبیه رقبایتان نباشید

همکاری با پیمانکاری که صفحه رقیب را به بهترین شکل پیش می برد، صفحه شما را به بهترین رسانه تبدیل نمی کند. گفتیم که باید از تکرار ایده هایی که در دسترس همه قرار دارند، پرهیز کنید. خط قرمز دیگری می تواند این باشد که از همکاری با کسانی که در حال تولید محتوا با رقیب هستند، پرهیزید. شما برای تولید محتوای متفاوت، به زاویه دیدی متفاوت نیاز دارید، پس اگر بخشی از کار تولید را برون سپاری می کنید، قبل از عقد قرارداد از یک نکته مطمئن شوید؛ نباید در دفتر تأمین کننده شما، اثری از رقبایتان باشد.

ششم؛ نقطه تمایز را پیدا کنید

به جای استفاده از شابلون ها، باید در تولید محتوا نقطه تمایز و برگ برنده ایجاد کنیم. ارزش پیشنهادی شما برای مخاطب چیست؟ این ارزش را در قالب چه محتوایی انعکاس می دهید؟ مخاطب از فیچرها و بنفیت های محصولاتتان چه می داند؟ آنها را با چه فرم و نوعی از محتوا به او منتقل می کنید؟

یادتان نرود که برای دیجیتال مارکتر شدن، قبل از هر چیز باید دنیای مارکتینگ را خوب بشناسید. پس به جای تولید تک تک محتواها، چند قدم به عقب برگردید و برنامه جامعی برای فعالیت های رسانه ای تان دست و پا کنید؛ برنامه ای که تمام مرزهای محتوایی و بصری تان در آن مشخص شده و به شما در ساختن مسیری منسجم کمک می کند.

برای شما هم پیش آمده که یک محتوای تصویری را با کمی فاصله زمانی و با کمترین تفاوت، در صفحه اینستاگرام دوباره ببینید؟ تا حالا احساس کرده اید که هویت بصری صفحه دو برند، بیش از اندازه به هم شبیه است؟ شاید در چنین شرایطی، تصور کنید برند دوم، ایده های محتوایی اش را از صفحه برند اول کپی کرده، اما معمولاً این طور نیست. در بیشتر موارد، هر دو یک ایده تصویری را جای دیگری دیده اند و بدون کمترین تغییری، آن را دوباره اجرا کرده اند؛ انکار تنها چیزی که در این دو تصویر تغییر کرده، محصول است. همین! کسانی که در جستجوی ایده های بصری هستند، از ابزارهای مختلفی برای پنجمارک و رسیدن به ایده نهایی استفاده می کنند.

خب، تا اینجا کار همه چیز عالی است. ایده های متفاوت در پیچه جدیدی را به روی ما باز می کنند و قرار هم نیست این ابزارها و پلتفرم ها را کنار بگذاریم. تنها چیزی که نباید فراموش کنیم این است؛ یک ایده جذاب، نباید به شابلون تولید محتوا تبدیل شود. دلایلی هم روشن است.

اول؛ به هویت برند توجه کنید

محتوای ما باید هویت و شخصیت برندان را به مخاطب و مصرف کننده معرفی کند. کاپفر که یکی از بزرگان حوزه برندینگ است، می گوید برندها هم مثل انسان ها، هویت دارند. از نظر او برای برندسازی، باید هویت خودتان را به صورت مستقل تعریف کنید و در عین حال جایگاه خود را در مقایسه با دیگران پیدا کنید. صفحه شما در رسانه های اجتماعی و وبسایتی که به مخاطب ارائه داده اید، تا چه اندازه به شما در رسیدن به این هدف کمک می کند؟

دوم؛ محصول را به مخاطب معرفی کنید

مخاطب شما در این صفحه، برای آشنا شدن با برندان تلاش می کند. او می خواهد اهداف، چشم اندازها و در عین حال محصولاتتان را بشناسد؛ پس محتوای شما باید محصول مورد نظرتان را به بهترین شکل معرفی کند. یادتان نرود که شابلون ها، شاید ایده های بصری جذابی باشند، اما حرفی از محصول شما به میان نیاورده اند. برای اینکه مخاطب، محصولتان را همان طور که هست و باید، بشناسد، ایده ای متناسب با فیچرها و بنفیت های محصول را انتخاب کرده و تا آنجا که می توانید، آن را در خدمت معرفی درست محصول و پوزیشن کردن آن در زندگی مخاطب تغییر دهید.

سوم؛ به انسجام محتوایی صفحه توجه کنید

نباید انسجام محتوایی صفحه را نادیده بگیریم. وقتی محتوایی که در صفحه منتشر می کنیم، تنها نمونه کپی شده



شماره ۳۵
۱۴۰۰، ۵۲۶
سال اول





درباره فین تک زنانه فنلاندی و جهش اخیرش درآمد ماهانه یک میلیون یورو

فین تک انفوس فنلاند در سری C، ۴۵ میلیون یورو جذب سرمایه کرد که بزرگ‌ترین دور سرمایه‌گذاری برای یک فین تک زنانه در شمال اروپا و در سال ۲۰۲۱ بود.

انفوس به همراه مانی هاب و جونو یکی از معدود فین تک‌هایی است که توسط زنان در اروپا تأسیس شده است. دو هم‌بنیان‌گذار آن، مونیکا لیکاما و دنیس جوهانسون، هر دو در دهه ۴۰ زندگی خود هستند و پیشینه بانکی دارند. این شرکت که در سال ۲۰۱۶ تأسیس شد، خود را به عنوان یک پلتفرم KaaS (کارت به عنوان یک سرویس) برای صدور کارت معرفی می‌کند. مشتریان زیادی در جامعه غیربانکی از جمله استارت‌آپ‌های مدیریت هزینه دانمارکی پلنو و شرکت‌های خدمات مالی سوئدی جی فایننس و کیورد دارد.

لیکاما می‌گوید: «زمانی که شروع کردیم، می‌خواستیم ارائه خدمات بهتر را برای بانک‌ها آسان‌تر کنیم، اما چیزی که متوجه شدیم این بود که بانک‌ها برای خرید خدمات از استارت‌آپ‌ها با مشکل مواجه هستند. سپس تصمیم گرفتیم به جای آن در حوزه فین تک تمرکز کنیم. پنج سال بعد، حالا بانک‌های بزرگ شروع به تماس با ما کرده‌اند.» پس از سال‌ها تلاش بدون مدیر بازاریابی، انفوس فردی را در فوریه سال گذشته استخدام کرد و در ماه‌های پس از آن، شاهد بود که درآمد ماهانه‌اش به مرز یک میلیون یورو رسید.

جوهانسون می‌گوید: «در چند ماه اخیر نسبت به چهار سال و نیم گذشته مشتریان بیشتری داشتیم. نمی‌دانم آیا این مشکل ما فنلاندی‌هاست یا نه؛ ما بهترین پلتفرم جهان را داریم اما در بازاریابی افتضاحیم.» انفوس اخیراً در آلمان و فرانسه گسترش یافته است.

مقرون به صرفه ساختن زباله صفر

فروشگاه‌های زباله صفر به گران‌تر بودن نسبت به سوپرمارکت‌های معمولی شهرت دارند. شوماخر می‌گوید با این حال هزینه یک سبد متوسط پیتر پات، مانند سوپرمارکت‌های رایج است. به این دلیل که پیتر پات برندسازی و بسته‌بندی را خودش انجام می‌دهد. شرکت محصولات را مستقیماً از تولیدکنندگان می‌گیرد و این یعنی می‌تواند آنها را با قیمت کمتری بفروشد.

همکاری با یونیلیور و پیسی؟

با این حال، هدف پیتر پات این نیست که فقط یک فروشگاه مواد غذایی دایره‌ای را اداره کند، بلکه این شرکت می‌خواهد سیستم بسته‌بندی را در کل صنایع غذایی تغییر دهد. شوماخر می‌گوید: «ما می‌توانستیم روی یک طراحی جدید شیشه‌ای سرمایه‌گذاری کنیم و سپس منتظر باز شدن درهای بزرگ شرکت‌های کالاهای مصرفی در حرکت سریع باشیم. اما فکر کردیم نه، بیایید خودمان آن را ایجاد کنیم تا تقاضای بازار را نشان دهیم و سپس این شرکت‌ها در خانه ما را بزنند. و این اتفاق افتاد.»

این شرکت در حال مذاکره با یونیلیور و پیسی است تا محصولات خود را از طریق پیتر پات تحویل دهند و همچنین برای استفاده از زیرساخت‌هایی که پیتر پات ایجاد کرده است، سیستم‌های تحویل داخلی خود را تغییر دهند. این شرکت در حال حاضر برای ارائه سس کچاپ، سس مایونز و تکه‌های شکلات با هاینز کار می‌کند. این دو شرکت اکنون در تلاش هستند تا زنجیره تأمین هاینز را نیز دایره‌ای‌تر کنند.

پیتر پات می‌گوید در ایجاد یک طرح زیرساختی برای تحویل پایدار، امیدوار است کاری شبیه آنچه ایلان ماسک با طرح خودروی الکتریکی انجام داد، انجام دهد.

شوماخر می‌گوید: «زمانی که ایلان ماسک تسلا را ساخت، اتومبیل ساخت، اما طرح اولیه خودروهای الکتریکی را نیز ایجاد کرد و آن را منبع باز ساخت، بنابراین کل سیستم بر روی خودروهای الکتریکی شروع شد. ارائه یک طرح کلی باعث شد تا کل صنعت خودروسازی به سمت پایداری حرکت کند.»

این همان چیزی است که پیتر پات قصد دارد انجام دهد؛ نشان دهد که زباله صفر و بسته‌بندی اقتصاد دایره‌ای موفق عمل می‌کند و شمه‌ای از طرحی را که امیدوار است از آن پیروی شود، به این صنعت نشان دهد.

تسلای خواربارفروشی!

«پیتر پات» می‌خواهد با استفاده از اقتصاد دایره‌ای شمایل تحویل مواد غذایی را تغییر دهد

این روند را با سایر خدمات خواربار مقایسه کنید. برخی از شرکت‌ها از بسته‌بندی بدون پلاستیک استفاده می‌کنند، اما این مسئله برای همه آنها و هر محصولی صدق نمی‌کند. خواربارفروشی‌های سنتی نیز اغلب به شدت به پلاستیک‌های یکبار مصرف وابسته هستند. برخی از محبوب‌ترین محصولات این شرکت شامل مواردی مانند غلات، آجیل، روغن زیتون و کره بادام زمینی است. پیتر پات زنجیره تأمینش را نیز دایره‌ای می‌سازد. شوماخر می‌گوید: «ما همیشه منابع خود را به صورت عمده تحویل می‌گیریم. به عنوان مثال ماروغن زیتون را در یک مخزن هزار لیتری دریافت می‌کنیم و آن نیز به تولیدکننده بازگردانده می‌شود و دوباره پر می‌شود.»

سرعت همیشه برنده نیست

پیتر پات در حال حاضر خریدها را در روز بعد تحویل می‌دهد. شوماخر در پاسخ به این سؤال که آیا هرگز سعی خواهد کرد با شرکت‌هایی که تحویل ۱۵ یا ۲۰ دقیقه‌ای ارائه می‌دهند رقابت کند، می‌گوید تمرکز بر حل یک مشکل در یک زمان مهم است.

او می‌گوید: «ما در توزیع متخصص نیستیم، جایی که همه چیز به تراکم و تدارکات شدید در آخرین مرحله مربوط می‌شود، بنابراین آن را به دیگران واگذار می‌کنیم.» سبتر کردن فرایند تحویل چیزی است که کارشناسان می‌گویند برای بهبود پایداری تحویل مواد غذایی ضروری است. پیتر پات در حال حاضر از پست ان‌ال، بزرگ‌ترین شرکت تحویل کالا در هلند استفاده می‌کند. این شرکت در آمستردام از وسایل نقلیه الکتریکی استفاده می‌کند و قصد دارد به‌زودی این کار را در سراسر کشور انجام دهد. پیتر پات همچنین دارای حداقل مقدار سفارش است که با کاهش میانگین مایل‌های پیموده‌شده برای هر کالا، پایداری مدل آن را افزایش می‌دهد.

سال ۲۰۲۱ سال تحویل سریع مواد غذایی در اروپا بوده است. اما برخلاف بسیاری از چیزها، خواربارفروشی سریع برای این سیاره چندان خوب نیست. استارت‌آپ هلندی «پیتر پات» فکر می‌کند که می‌تواند به این صنعت کمک کند تا مشکل پایداری آن حل شود. این شرکت یک سرویس تحویل خواربار بدون ضایعات و اقتصاد دایره‌ای (الگویی از تولید و مصرف که شامل به اشتراک‌گذاری، اجاره، استفاده مجدد، تعمیر، نوسازی و بازیافت مواد و محصولات موجود تا حد امکان است) را اجرا می‌کند و همچنین زیرساخت‌هایی را برای سایر شرکت‌ها ایجاد می‌کند تا همین کار را انجام دهند. رمز موفقیت آنها؟ بسته‌بندی قابل استفاده مجدد، تأمین فله‌ای و روند مصرف کمی کمتر آن نسبت به رقبای.

این استارت‌آپ مستقر در روتردام به تازگی مبلغ ۹ میلیون یورو برای گسترش خدمات خود در سراسر اروپا جذب کرده است. این شرکت که در سال ۲۰۱۹ تأسیس شده، در سراسر هلند و بخش‌هایی از بلژیک فعال است. شرکت قصد دارد به‌زودی به بازارهای کشورهایی مانند بریتانیا، فرانسه، آلمان و اسکاندیناوی گسترش یابد.

پیتر پات چگونه کار می‌کند؟

جوری شوماخر، بنیان‌گذار پیتر پات، می‌گوید: «ما می‌خواهیم خرید مواد غذایی بدون بسته‌بندی را آسان‌تر، جذاب‌تر و اغواکننده‌تر کنیم، زیرا فکر نمی‌کنم کسی از استفاده از این همه پلاستیک یکبار مصرف راضی باشد.» مشتریان به صورت آنلاین سفارش خود را ثبت می‌کنند و مواد غذایی را در شیشه‌های قابل استفاده مجدد تحویل می‌گیرند. هنگامی که سفارش بعدی آنها می‌رسد، رانندگان شیشه‌های خالی را جمع‌آوری می‌کنند و مشتریان ذخیره‌های خود را به عنوان اعتبار در حساب خود دریافت می‌کنند و می‌توانند برای سفارش بعدی از آن استفاده کنند. شیشه‌ها حداقل ۴۰ بار قابلیت استفاده مجدد دارند.



شماره ۳۵
دی ۲۶
سال اول





معرفی خدمات و محصولات
تضمین گستر فن آوا

بومی سازی و بهبود عملکرد

تضمین گستر فن آوا یکی از شرکت‌های زیرمجموعه هلدینگ فن آواست که در زمینه‌های سخت‌افزاری فعالیت می‌کند و مأموریتش تولید، پشتیبانی و تعمیر تجهیزات سخت‌افزارهای حوزه فناوری اطلاعات و ICT است.

علی ملکی، مدیر بازرگانی تضمین گستر فن آوا در مصاحبه‌ای به معرفی محصولات و خدمات عرضه شده در نمایشگاه تراکنش پرداخت. به گفته او، تولید رول حرارتی، تولید مودم، تولید آداپتور، تولید باتری اکسترنال، تعمیرات ماشین‌های اداری و نگهداری و تعمیرات دستگاه‌های کارت‌خوان از اصلی‌ترین فعالیت‌های شرکت است. ملکی با بیان اینکه همه محصولات شرکت، بومی سازی شده هستند، اظهار کرد: «محصولات تولیدی تضمین گستر فن آوا با برند تخصصی TAGFA که برند خودمان است، عرضه می‌شوند.» او در ادامه توضیح داد: «تهیه و تولید کاغذ حرارتی یکی از خدمات شرکت است. رول‌های حرارتی بر حسب سلیقه مشتری، چاپ و برش و بسته‌بندی می‌شوند. این رول‌های حرارتی چاپی و غیرچاپی برای استفاده در دستگاه‌های کارت‌خوان، دستگاه‌های ATM و صندوق‌های فروشگاهی طراحی شده‌اند. ما همچنین تصمیم گرفتیم در راستای بومی‌سازی صنعت پرداخت، باتری‌های اکسترنال دستگاه‌های کارت‌خوان سیار را خودمان تولید و طراحی کنیم. ما با روش‌های بهینه‌سازی موفق شدیم ظرفیت باتری و سیکل شارژ و دشارژ را نسبت به نمونه اصلی افزایش دهیم.» به گفته او، باتری‌های شرکت ۱۸ ماه گارانتی دارند. ملکی اضافه کرد: «تولید پاوربانک برای دستگاه‌های کارت‌خوان یکی دیگر از فعالیت‌های شرکت است. این پاوربانک برای زمان کمبود شارژ، به‌ویژه هنگام قطعی برق در نظر گرفته شده است.»

ملکی با اشاره به اهمیت بومی‌سازی بیان کرد: «شرکت ما به‌منظور پاسخگویی به نیازهای بازار داخلی و جلوگیری از واردات و خروج ارز در زمینه تولید آداپتور هم فعالیت می‌کند. تمام آداپتورهای تضمین گستر با گارانتی یک‌ساله، کد رهگیری و قیمت رقابتی فروخته می‌شوند.» به گفته او، این آداپتورها دارای فیلترهای ورودی و خروجی با کمترین نویز در شبکه و ریپل خروجی هستند.



کارنگ



شماره ۳۵
۱۴۰۰ دی
سال اول



فین تک هاتکه پنهان کوه یخ هستند

رویداد سکوی پرتاب فین تک در مرکز رویدادهای ۱۰۰ استارت‌آپ برگزار شد

سه‌شنبه، ۲۱ دی ماه، بیست‌وپنجمین رویداد از سری رویدادهای ۱۰۰ استارت‌آپ با عنوان «سکوی پرتاب فین تک» برگزار شد. ۱۰۰ استارت‌آپ و مجموعه مدیریت ثروت ستارگان در این رویداد میزبان هشت گروه از ایده‌پردازانی بودند که پس از غربالگری‌های انجام‌شده برای ارائه ایده‌های فین‌تکی خود و توضیح همه‌جانبه‌های ایده به این رویداد آمده بودند. پس از ارائه هر گروه، داوران رویداد، نظرات نهایی خود را اعلام و در نهایت سرمایه‌گذاران حاضر در رویداد، بهترین ایده‌ها را برای حمایت و سرمایه‌گذاری انتخاب کردند.

در این رویداد همچنین پنل سرمایه‌گذاری برگزار شد و حاضران در این پنل وضعیت فعلی فین تک و آینده آن را به بحث گذاشتند. مدیریت این پنل را رضا قربانی، عضو هیئت‌مدیره سازمان نصر تهران بر عهده داشت و حسین عبده‌تبریزی، کارشناس مالی؛ مهدی شریعتمدار، رئیس هیئت‌مدیره انجمن فین تک؛ تیم لطیف، رئیس هیئت‌مدیره مکس و محمدرضا نظری، عضو هیئت‌مدیره

مجموعه ثروت ستارگان از سخنرانان این پنل بودند. **هر فرایند مالی، فین تک نیست**
رضا قربانی پنل سرمایه‌گذاری را با سؤال از مهدی شریعتمدار درباره ماهیت اکوسیستم فین تک آغاز کرد. رئیس هیئت‌مدیره انجمن فین تک عنوان کرد: «این اکوسیستم فوق‌العاده جوان و سریع است. در این حوزه ما پی‌تک، لندتک، بازار سرمایه، پراپ‌تک و حوزه‌های دیگر را داریم و حوزه رمزمار هم در چند سال اخیر اضافه شده و به‌شدت فعال است، اما متأسفانه رگولاتور فقط توانسته در حوزه پی‌تک هماهنگ باشد و در سایر حوزه‌ها به‌شدت دچار چالش هستیم؛ در حالی که به لحاظ حجم گردش، فین تک به‌طور عام بزرگ‌ترین بخش بازار است و البته به دلیل ماهیتش پریسک‌ترین بازار هم است.»

در ادامه تیم لطیف، رئیس هیئت‌مدیره مکس شرحی از فعالیت‌های این شرکت داده و عنوان کرد: «در هلدینگ مکس ما کار را از دو سال پیش شروع کردیم. بنده

بنیان‌گذار ازکی هستم و مدیرعاملش بودم. ازکی یکی از چند استارت‌آپی است که در حوزه سرمایه‌گذاری شروع به فعالیت کرد. هدف ما این بود که بتوانیم ارزش افزوده‌های دیگری برای کارآفرینان به وجود آوریم. تجربه ما در فین تک شامل حوزه‌های مختلف می‌شود. خدمات بیمه آنلاین، همچنین لندتک و کریپتوکارنسی از جمله فعالیت‌های ماست. در کشور ما، برای نوآوری به قدرت فروش نیاز داریم و ما توانستیم سهمی از بازار را به خودمان اختصاص دهیم. تیم فوق‌العاده خوبی داریم، ادغام ازکی و بیمیتو کمک زیادی به هر دو شرکت کرد و از جمله تجربه‌های ناب کار تیمی در ایران بود. البته ما در این مسیر با چالش‌های جدی نیز روبه‌رو بوده‌ایم.»

او ادامه داد: «به‌رحال همواره در مسیر تغییر بازار، بازیگران سنتی احساس خطر کرده و در مورد کار ما بازیگرانی مانند بیمه‌ها و نماینده‌هایشان با این نگرانی مواجه بودند. موضوع اینجاست که در ایران رویه بر خلاف جهان اتفاق افتاد؛ یعنی مثلاً زمانی که علی‌بابا یا اسنپ وارد

تراکنش‌های مالی سایت‌های قمار از طریق شرکت‌های پرداخت را به‌شدت کاهش داده است تا جایی که این تراکنش‌ها از طریق درگاه این شرکت‌ها، به کارت به کارت و طرق دیگر تراکنش‌ها تغییر مسیر داده است، اظهار داشت: «سیاست‌های بانک مرکزی و شاپرک در این عرصه موفق بوده است و در صورتی که این لیست از سوی شاپرک در اختیار شرکت‌ها قرار بگیرد، بسیار جامع‌تر خواهد بود و مبارزه با پول شویی را عملیاتی‌تر می‌کند.» طبری همچنین بر اصلاح نظام کارمزد تأکید کرد و افزود: «با وضع چند تبصره و بدون تغییرات بنیادین می‌توان نظام فعلی کارمزد را خیلی نرم اصلاح کرد و گزینه با حکمرانی شریایی که از ده سال پیش تاکنون

پیمان منعم طبری، مدیرعامل ایران کیش در نشست بازننگری در نظام کارمزد، مبارزه با پول شویی و تخلفات شبکه پرداخت در نمایشگاه تراکنش گفت: «لیست سیاه نتیجه بسیار خوبی داشته است. این الگوی لیست سیاه در شرکت ایران کیش نیز پیاده‌سازی شده است تا با توجه به آن پذیرنده یا دارنده کارتی که از سایت شرط‌بندی استفاده کرده بررسی و جلوی تراکنش‌های مالی آن گرفته شود؛ اما به‌تراست لیست سیاه جامع‌تری از سوی شاپرک در قالب سرویس در اختیار شرکت‌های پرداخت قرار گیرد و از این طریق مبارزه با پول شویی و سایت‌های قمار با قوت بیشتری ادامه یابد.» او با بیان اینکه تا امروز نیز سیاست لیست سیاه،

مدیرعامل ایران کیش در نشست بازننگری در نظام کارمزد مطرح کرد
کارمزد بگیریم و خدمات بهتری ارائه دهیم



درفتمین دوره از نمایشگاه تراکنش ایران

از مدیریت ریسک تا پرداخت بدون کارت

یاری می‌رساند.

دادخواه با اشاره به نحوه کارکرد گمانیک بیان کرد: «سامانه کشف تخلف و مدیریت ریسک گمانیک با استفاده از تکنیک‌های آماری و یادگیری ماشین، الگوهای مستتر در داده‌ها را تشخیص می‌دهد و خوشه‌بندی می‌کند. همچنین بر اساس رفتارهای گذشته و جامعه مشابه و کلی، رفتارهای نابه‌نجار موجودیت‌ها را شناسایی می‌کند. گمانیک با استفاده از تکنولوژی‌های پردازش کلان‌داده‌ها، موارد مشکوک در حوزه بانکی را کشف می‌کند. این موارد می‌تواند به موضوعاتی مانند کارت، حساب، مشتری، سرفصل و شعبه مرتبط باشد.»

اُکانکت ناواکو معرفی شد

کارگاه معرفی محصول شرکت فناوری اطلاعات ناواکو با موضوع اُکانکت توسط ندا بابایی، کارشناس شبکه و



ارتباطات در نمایشگاه تراکنش برگزار شد.

به گفته بابایی، اُکانکت یک درگاه دو پورت است که با استفاده از بهترین کارت‌های E1 دیجیتال از برندهای Digium و Sangoma طراحی شده است. او در ادامه به بیان مراحل کارکرد اُکانکت پرداخت.

بابایی در خصوص انگیزه ایجاد اُکانکت گفت: «از درگاه‌های دیجیتالی برای اتصال خطوط E1 به بستر Voip استفاده می‌شود، اما هر خط E1 می‌تواند تا ۳۰ تماس همزمان را برای کاربران ممکن سازد. بر همین اساس مجموعه‌های متقاضی، درگاه‌های دیجیتال را بر حسب نیازشان خریداری می‌کنند. همزمان با افزایش این نیاز، برندهای مختلفی برای عرضه درگاه‌های E1 به وجود آمده‌اند. این درگاه‌ها دیجیتالی هستند و کمتر دچار نویز و آکو می‌شوند. با این وجود مراکز مخابراتی در حال حذف خطوط E1، زیرساخت‌های خود هستند؛ زیرا درگاه‌های مذکور دیگر در دسته تکنولوژی‌های قدیمی قرار می‌گیرند.» به گفته او، عدم پشتیبانی مناسب و وجود روتینگ می‌تواند برای شرکت‌ها مشکل‌آفرین باشد.

او تصریح کرد: «شرکت‌های حوزه بانکی که از زیرساخت‌های E1 استفاده می‌کنند، به سبب این اقدام با مشکل مواجه شده‌اند. در همین راستا ناواکو سرویس MEDIA GETWAY را با عنوان اُکانکت طراحی کرده و به سایر شرکت‌ها ارائه می‌دهد. این پروتکل کاملاً بومی سازی شده و SIP و TRUNK را به E1 تبدیل می‌کند. انعطاف‌پذیری، سرعت بالا، کیفیت بیشتر، پشتیبانی مطمئن‌تر و افزایش پایداری سرویس از مزایای SIPTRUNK است.»

رونمایی فناپ‌تک از AQR100

امیرعلی حبیبی مدیر سخت افزار شرکت فناپ‌تک و مدیر پروژه تولید و بهره‌برداری دستگاه AQR100 گفت: «در دنیا دو



ترند برای پرداخت‌های بدون کارت وجود دارد، cardless payment و contactless payment که به معنای پرداخت بدون تماس دست است. از سال ۲۰۱۹ مردم تمایل بیشتری به پرداخت‌های بدون کارت پیدا کردند. ویزا کارت نیز اعلام کرده که ۶۳ درصد از مشتریان فعلی اش دوست دارند که پرداخت‌هایشان بدون کارت انجام بگیرد. شیوع کووید ۱۹ هم درخواست همگانی برای این شیوه از پرداخت را بیشتر کرد.»

حبیبی در مورد ایده شرکت فناپ‌تک برای ساخت دستگاه AQR100 گفت: «نبود امکان پرداخت بدون کارت در کشور و همه‌گیری کرونا باعث شد به ساخت دستگاهی که به تماس دست نیازی ندارد فکر کنیم. در نهایت طراحی‌های مورد نظر انجام شد و در این نمایشگاه از آن رونمایی کردیم. این دستگاه، دو سو دارد؛ یکی سمت پذیرنده که رقم را وارد می‌کند و سوی دیگر آن که سمت خریدار است و او می‌تواند مبلغ را ببیند و QR Code نمایش داده‌شده روی اس‌سی دی را با نرم‌افزار بانکی تلفن همراهش اسکن کند.» او در مورد نحوه پرداخت، پس از اسکن کردن کد گفت: «بسته به نوع دستگاه، امکان پرداخت به دوروش پرداخت از طریق کیف پول و پرداخت مستقیم از حساب بانکی وجود دارد.»

گمانیک؛ ابزاری برای مدیریت ریسک

کارگاه معرفی محصول سامانه گمانیک یا همان سامانه کشف تقلب و مدیریت ریسک توسط شرکت آدانیک در نمایشگاه



تراکنش برگزار شد.

سعیددادخواه، مدیر تیم فنی گمانیک، در توضیح این سامانه گفت: «گمانیک ابزار هوشمند تشخیص ناهنجاری و تقلب در داده‌های بانکی است که چهار سال از شروع فعالیتش می‌گذرد. هدف اصلی سامانه، استفاده از داده‌های خام بانکی به‌منظور ایجاد ارزش افزوده است. تاریخچه مدیریت شود و هزینه‌ها کاهش پیدا کند. گمانیک به اطلاعات کارت و مشتریان حساس است و به تشخیص رویدادهایی مانند سرقت و تقلب کمک می‌کند.» به گفته او، به‌طور کلی گمانیک به افزایش فروش، افزایش سود و کاهش هزینه‌ها

سرمایه و بازار مسکن در ایران تلقی کرد و توضیح داد: «در بازار سرمایه هر زمان معجزه‌ای اتفاق بیفتد، باید از آن ترسید. دو سه سال پیش که منتقد وضع بازار بودیم، خیلی فحش خوردیم. الان ۵۰ درصد تورم داریم و بازار حرکت نمی‌کند و خب واضح است که بازدهی را پیش‌خور کرده‌ایم. در خصوص بانک‌ها نیز با بحران سودهای بانکی مواجه بودیم. در همه جای دنیا بانک‌ها سود منفی پرداخت می‌کنند و بانک‌ها برای ارتزاق به جای کسب درآمد از سود به سمت کارمزد رفتند. هیچ بانکی در جهان نیست که برای حتی یک پربنت حساب هم کارمزد بگیرد. کارمزدها خیلی جدی شده و بازار رقابت هم این اجازه را نمی‌دهد که با نرخ سود بانک ارتزاق کنند. در ایران هم مادر حال حرکت به همین سمت هستیم.»

او تأکید کرد: «موضوع اینجاست که رمزارزها نباید وسیله انباشت سرمایه باشند و شبیه زمین و طلا عمل کنند. وگرنه همان بحران‌هایی را که در نظام بانکی یا مسکن داشته‌ایم، در این بازار هم خواهیم داشت.»

سرمایه‌گذاری ۳/۲ میلیارد تومانی روی استارت‌آپ‌های برگزیده

در بخش دیگری از این مراسم هشت تیم، کسب‌وکار خود را ارائه دادند و در دو مرحله داوری انجام شد. در بخش ابتدایی این رویداد؛ ناصر حکیمی، معاون سابق فناوری بانک مرکزی به سخنرانی پرداخت و پس از آن تیم‌ها با حضور داوران به ارائه ایده‌های خود پرداختند. ایده‌های نوآورانه و استارت‌آپ‌های فعال در حوزه تکنولوژی مالی از ۷ آبان تا ۱۷ دی ماه فرصت داشتند تا از طریق سایت ۱۰۰ استارت‌آپ در رویداد سکوی پرتاب فین‌تک شرکت کنند. تک‌ونچرز، مرکز نوآوری مالی خدمات انفورماتیک، مجموعه نویبتکس و مجموعه جیبیت از دیگر همراهان این رویداد بودند.

صابر صیادی، مشاور توسعه کسب‌وکار مجموعه ثروت ستارگان؛ امیرحسین راد، مدیرعامل مجموعه نویبتکس؛ امیرحسین قادری عابد، مدیرعامل مجموعه تک‌ونچرز؛ رضا کلانتری‌نژاد، هم‌بنیان‌گذار مجموعه هم‌آوا؛ مصطفی طهماسبی، مدیرعامل مجموعه ثروت ستارگان؛ ناصر غانمزاده، مدیرعامل مجموعه نیو؛ میثم زرگر پور، مدیرعامل مجموعه پادکست ۱۰ صبح و بهنام انبارلویی، مدیر سرمایه‌گذاری دانش‌بنیان برکت از داوران این رویداد بودند.

در پایان رویداد سکوی پرتاب فین‌تک، با سرمایه‌گذاری ۳/۲ میلیارد تومان روی تیم‌های برنده در حوزه فین‌تک؛ تیم‌های «نیوکاش» با جذب سرمایه قطعی یک میلیارد تومان، «بلاکچین بلورین» با جذب سرمایه ۱/۲ میلیارد تومان به‌صورت Dua diligence و با برگزاری جلسه‌ای با سرمایه‌گذار، «همسو» و «استاکصرف» نیز هر کدام با جذب سرمایه ۵۰۰ میلیون تومان به‌صورت Dua diligence، برنده این رویداد معرفی شدند.

عرصه شدند، به‌تدریج بازیگران قبلی از عرصه کنار گذاشته شدند، اما در جهان این‌طور نیست که وقتی بازار به سمت نوآوری برود، بازیگران سنتی حذف شوند. خدمات بیمه آنلاین وجود دارد و نماینده‌های بیمه‌ای هم فعال هستند. پس این نگرانی می‌تواند کاملاً برطرف شود. ضمن اینکه خدمات بیمه‌ای آنلاین در ایران نشان داد که مردم با این خدمات به بیمه نزدیک‌تر می‌شوند و حتی دانش بیمه‌ای آنها بیشتر می‌شود. مقایسه و داشتن بانک اطلاعاتی در مورد هر کدام از بیمه‌ها می‌تواند قدرت انتخاب دقیقی به مشتریان بدهد و ما توانستیم این بانک اطلاعاتی را در اختیار کاربران قرار دهیم.»

سخنران بعدی این پنل، محمدرضا نظری، عضو هیئت‌مدیره مجموعه ثروت ستارگان بود. این شرکت قبلاً زیرمجموعه بنیاد برکت بود و در ادامه به‌طور تخصصی وارد عرصه فین‌تک شد. نظری در رابطه با حوزه فین‌تک توضیح داد: «ما همیشه در تعریف مشکل داریم. به قول معروف فرق بین توسعه‌یافتگی و عقب‌افتادگی در تقدم و تأخر تعاریف است، اما در حوزه فین‌تک برعکس است، یعنی عرصه‌ای است که تعاریف به‌صورت تجربی و حین روند پیشرفت شکل می‌گیرد و این قانون‌گذار است که باید پایه‌های این تعاریف جدید پیش‌برود و خود را با آن تنظیم کند و قانون‌های کهنه را کنار بگذارد. البته ما نباید هر فرایند مالی را با حوزه فین‌تک اشتباه بگیریم و فکر کنیم تمامی استارت‌آپ‌ها کار تسهیل خرید را انجام می‌دهند. هر سامانه مالی فین‌تکی نیست. فین‌تک امکان توسعه و ارتقای سطح بازار را دارد. فین‌تک‌ها تکه پنهان کوه یخ هستند. ما در هلدینگ‌مان آخرین شرکت بانکی هستیم که به فکر تأسیس افتادیم. همان‌گونه سنتی به این نتیجه رسیدند که اگر قرار باشد مشتری را افزایش داده و رقابت کنند، لاجرم باید به سمت فین‌تک حرکت کنند. از دوره جنبی شروع نکردیم و با خرید ثروت ستارگان ناگهان صاحب یک فرزند ۱۶ اقلو شدیم.»

به‌دنبال آموزش رگولاتور باشید

حسین عبده‌تبریزی صحبت‌های خود را به‌عنوان کارشناس مالی و حوزه فناوری ارائه داد. عبده‌تبریزی بر خلاف سایر سخنرانان تعامل با رگولاتور را نه در کاهش نقش رگولاتور، بلکه در تبدیل آن به یک رگولاتور آگاه می‌دید و عنوان کرد: «در حوزه فین‌تک دوستان چالش‌ها را در دو حوزه می‌بینند که یک سوی آن رگولاتور است و سوی دیگر آن هم بازیگران سنتی؛ اما واقعیت این است که در عرصه سنتی و فناوری هر دو بخش مکمل یکدیگر هستند و مثلاً اگر ما مفهوم بانکداری را نادانستیم یا مفهوم تأمین آتیه، نمی‌توانستیم تکنولوژی را هم در این بسترها سوار کنیم؛ بنابراین این سطوح مکمل یکدیگر هستند، نه رقیب هم.»

او با اشاره به وضعیت فعلی حوزه رمزارزها و تبدیل آن به یک دارایی و کسب درآمد، آن را در ادامه وضعیت بازار

وجود داشته، با توجه به هزینه‌های تحمیلی امروز بر شرکت‌های پرداخت، تداوم کار این شرکت‌ها با مشکلات بی‌سابقه روبه‌رو خواهد شد. خوشبختانه اقدامات بسیار خوبی در زمینه اصلاح نظام کارمزد از سوی بانک مرکزی و شاپرک نیز صورت گرفته است که در آینده در مورد آن بیشتر خواهیم شنید.» او با اشاره به این موضوع که امید دارد این نظام تا حد زیادی مبتنی بر ارائه سرویس‌ها شود و در ازای خدمت خوب از طرف شرکت‌های پرداخت، نحوه پرداخت کارمزدها نیز تغییر کند، اظهار کرد: «امروز تمامی کارمزد بر دوش بانک است و قطعاً این موضوع هزینه‌های زیادی را بر بانک تحمیل می‌کند. هم‌اکنون از سوی

دارنده (کارت) برای مانده‌گیری بحث کارمزد وجود دارد که برای شارژ و قبض هم می‌تواند شکل بگیرد. پذیرنده هم آمادگی اینکه بخشی از کارمزد را تقبل کند دارد و در عوض این موضوع ما نیز می‌توانیم سرویس‌های به مراتب بهتر و ویژه‌تری را به پذیرنده ارائه دهیم.» این نشست با حضور کاظم دهقان، مدیرعامل شاپرک؛ سرهنگ داود مصطفی‌گودرزی، رئیس پلیس فتا تهران؛ پیمان طبری، مدیرعامل ایران‌کیش؛ حسین اسلامی، رئیس سازمان نظام صنفی رایانه‌های تهران؛ فرهاد فائز، مدیرعامل داده‌ورزی سداد و محمدرضا عباسی، معاون توسعه و نظارت شرکت شاپرک برگزار شد.



KARANG



KARANG



BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

BLOCKCHAIN

شماره ۳۵

دی ۲۶ ۱۴۰۰

سال اول



بوستان سعدی و مسئله عدل و تدبیر برای به خردان مفرمای کار دُرُشت

جلوه پندها و آرزوها در بوستان سعدی بیش از دیگر آثار اوست. وی آرمان شهر خود را در بوستان معرفی کرده، در این کتاب انصاف و حق پذیری فضیلتی گران قدر است و حق گوئی و حق شنوی مقامی والا دارد. بوستان شیخ شیراز که برخی آن را سعدی نامه نیز نامیده اند، نخستین اثر اوست که در جریان سفرهایش سروده و در بازگشت به شیراز در سال ۶۵۵ آن را به دوستانش عرضه کرده است. بوستان ۱۰ باب دارد و اشعار آن در قالب و وزن حماسی و از نظر محتوا بیانگر اخلاق، تربیت، سیاست و امور اجتماعی است. سعدی در باب نخست بوستان، در عدل و تدبیر رای می گوید:



مهران امیری

mehranamiri@gmail.com

به پیکار دشمن دلیران

فَرِست

هژیران به ناورد شیران فَرِست
به رای جهان دیدگان کارکن
که صید آزموده ست گرگ گهن
مترس از جوانان شمشیرزن
حذرکن ز پیران بسیارفن
جوانان پیل افکن شیرگیر
ندانند دستان رویاه پیر
خردمند باشد جهان دیده مرد
که بسیار گرم آزموده ست و سرد
جوانان شایسته بخت تور
ز گفتار پیران نیچند سر
گرت مملکت باید آراسته
مده کارمُعظم به نوحاسته
سپه را مکن پیشرو جز کسی
که در جنگ ها بوده باشد بسی
به خردان مفرمای کار دُرُشت
که سندان نشاید شکستن به مُشت
رعیت نوازی و سَرلشگری
نه کاری است بازچه و سَرسری
نخواهی که ضایع شود روزگار
به ناکار دیده مفرمای کار

خیالت تحت باشد، اوره کم نیست

گفته می شود کمبود اوره تا چند سال دیگر باعث قحطی می شود و این قحطی، ما را به ۷۰، ۸۰ سال قبل برمی گرداند؛ البته ما بدمان نمی آید عقب برویم و بتوانیم با کرایه تاکسی مان یک خانه وسط شمیران بخریم

۱

نمی دانم این بشر شر دوپا چه جفتکی در این عالم هستی انداخته و چه غلطی زیر این گنبد گردون کرده که حالا خدا این طور دماغش را دارد به خاک می مالد. البته ای کاش در حد همین دماغ و خاک می ماند، اوضاع خیلی وخیم تر از این حرف هاست.

۲

درست همان موقع که آدمیزاد سرش داشت به ابرها می رسید و با خودش خیال می کرد سقف آسمان و بیخ اتم را شکافته و طیاره فرستاده به سیاره و از منظومه رد شده و نعوذبالله خدا را بنده نبود، یک ویروس فِسکی تمام برنامه ها را به هم ریخت و رُب و رُب بشر را ریخت به هم.

حالا هم به ازای هر سرفه آدم، یک نسخه جدید بیرون می دهد لا کردار. یعنی این قدر که کرونا به روزرسانی شده، تلگرام نشده.

اما حالا صحبت مان کرونا نبود. چند روز پیش خبری

شب نوشته های یک بچه نوآورا (۳۰)

من که جیک و جیک می کنم برات، بذارم برم؟

تکرار شدن بی اختیار برخی واژه ها، جملات یا حتی بخش هایی از یک شعر در ذهن گاهی برای من رنج آور است. هفته پیش توی خیابان جمله پشت یک کامیون که نوشته بود "رفیق بی کلک مادر" برای چند ثانیه جلوی چشمم بود اما چند روز برای هزاران بار در ذهنم تکرار شد. وقتی به سامان در این باره گفتم، کمی گوشه سیبیلش را تاب داد و انگار که قرار است حرف خردمندانهای بزند، گفت: «اشکال از خالی بودن این کله پوک است. بهتر است بیشتر مطالعه کنی!» ولی می دانم که ربطی به پوکی کله من ندارد و سامان هم می خواست یادآوری کند که به اندازه گذشته برای خواندن

کتاب وقت نمی گذارم؛ گرچه اینکه کلماتی توی سرم رژه برونند، کم کم به موضوعی روزمره تبدیل شده است. از دیروز هم این جمله «من که جیک و جیک می کنم برات، بذارم برم؟» به قول کامیار روی مخم یورتمه می رود. حالا بیشتر از آنکه فکر کنم ای کاش سوار تاکسی نشده بودم که خواندن این داستان قدیمی را بشنوم، به این فکر هستم که چرا ناخود آگاه این جمله را با وضع و روز خودمان پیوند زدیم و بلندبلند بازخوانی کردیم؟ از همان تاکسی که پیاده شدم، در محل جلسه ای حاضر بودم که قرار بود من و گروهی از صاحبان کسب و کار با برخی از مدیران درباره مشکلات صحبت کنیم و من بیشتر



شماره ۳۵
۲۶ دی ۱۴۰۰
سال اول

کارنگ

قابل توجه استارت آپ های بزرگ، سازمان ها و شرکت های نوآور: با خرید اشتراک سازمانی هفته نامه کارنگ به جمع حامیان ما پیوندید و از خدمات محتوایی و رسانه ای کارنگ بهره مند شوید

خرید اشتراک از طریق فروشگاه اینترنتی انتشارات راه پرداخت

w a y 2 p a y . s h o p





ماز تنها بودن و تنها ماندن می ترسیم رهاوردهای ترس

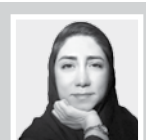
ترس فقط روی تعاملات ما با دیگران اثر نمی گذارد و ممکن نیست که شخصی در حال تجربه کردن ترس باشد اما از آثار آن در امان بماند. به عنوان مثال از آنجا که به عنوان یک انسان بالغ تنها ماندن با خودمان را تمرین نکرده ایم و از تنها بودن و تنها ماندن می ترسیم، همین ترس باعث می شود که وارد رابطه هایی شویم که فقط کسی

کنارمان باشد و تمام ارزش هاییمان را کنار می گذاریم، حاضر به تحمل هر رفتاری را می شویم و در بیشتر مواقع نه تنها نیازهای حداقلی مان برآورده نمی شود، بلکه مورد سوءاستفاده عاطفی نیز قرار می گیریم.

ترس از دست دادن نمی گذارد راه های کهنه، دیدگاه های ناکارآمد و انسان های نادرست را رها کرده و مشتاق موقعیت های تازه باشیم.

ترس از ناکامل بودن نمی گذارد اعتماد به نفس لازم برای انجام وظایف را داشته باشیم یا اگر آن ها را انجام دهیم، حتماً فشار روانی زیادی را بر خود و همراهان تحمیل کرده ایم که مبادا کسی بفهمد کامل نیستیم. تمامی این موارد و هزاران مورد دیگر ره آوردهای ترس است ولی اکثراً درباره آن آگاهی نداریم. اما با این ترس چه باید کرد؟

بسیاری از رفتارهای اجتماعی مان هم تحت تأثیر همین ترس است؛ ترس از جاماندن در آینده، ترس از اینکه مبادا در آینده در آن جایگاهی که باید نباشیم؛ تمامی این موارد اگر در حد آینده نگری باشد قابل قبول است، اما زمانی که از ترس کم شدن کالاهای مصرفی در بازار اقتصادی دست به احتکار خانگی می زنیم، دیگر اتفاقی ورای آینده نگری در حال وقوع است. وقتی به عنوان کارمند با ترس از دست دادن، درباره همکار غایب شروع به بدگویی می کنیم، نمی توانیم ادعا کنیم که این اتفاق تنها ناشی از ترس ماست.



آزاده پارسافر
کارشناس ارشد روانشناس بالینی

a.parsafar.edu@gmail.com



شماره ۳۵
۲۶ دی ۱۴۰۰
سال اول

۱

من خودم از همین الان یک طرح دارم برای توسعه کشاورزی که با توجه به اینکه همان چهار تا رودخانه و دریاچه هم رو به خشک شدن هستند و به درد کشاورزی نمی خورند، می توانم بسیار راهگشا باشد.

به نظر من از این به بعد صبح به صبح، مسئولان محترم مردم را، چشم باز کرده و ناکرده، به زمین های کشاورزی از پیش تعیین شده هدایت کنند تا ضمن تأمین اوره مورد نیاز، از محل باقی صادرات، حاصل خیزی خاک را هم افزایش دهند.

۱۱

بدان در شوره زاران شوره کم نیست
به تاکستان نارس، غوره کم نیست
در این عالم هر آن چیزی شود کم
خیالت تخت باشد، اوره کم نیست

تا ببینم روی چه حساب و چه منطقی این خبر ساخته شده، به جایی نرسیدم.

۱۱

راستش من خیلی به این موضوع فکر کردم. دیدم اتفاقاً در این زمینه ما نباید کمبودی داشته باشیم. شما فکر کنید فقط در همین مملکت خود ما روزی ۷۰، ۸۰ میلیون لیتر منابع اوره هدر می رود، حالا کل جهان بماند. تازه بعضی از مردم، به خاطر مشکلات کلیوی مشکل زیاد بودن اوره را دارند که می توانند به عنوان واحد تولیدی نمونه مورد تقدیر قرار بگیرند.

خب پس چطور می خواهد اوره در جهان کم شود؟ در این عالم هر چیزی تمام شود، این لعنتی کم نمی شود؛ مخصوصاً جایی که مئانه جان بفهمد شما دسترسی فوری به مبادی صادراتی ندارید. بیچاره ات می کند.



عبدالله
مقدمی
[@moghaddamy0007](https://www.instagram.com/moghaddamy0007)

۱۴

خواندم که به قول نسل جدید پرچ هایم فروریخت. توی این خبر نوشته بود که بشر به زودی وارد یک دوره قحطی و کمبود مواد غذایی می شود که جهان را به ۷۰، ۸۰ سال قبل برمی گرداند. البته ما جهان را نمی دانیم، اما خودمان که بدمان نمی آید به ۷۰، ۸۰ سال قبل برگردیم و بتوانیم با کرایه تاکسی مان یک خانه حیاط دار خوشگل وسط شمیران بخریم.

اما به هر صورت دلیل این کمبود و قحطی حتی عجیب تر از خود خبر بود. کارشناسان اعتقاد دارند در آینده نزدیک، کمبود اوره باعث افزایش قیمت مواد غذایی و کاهش حجم تولید آن می شود. (چه می شد اگر برعکس می شد؟) اوره که معرف حضورتان است؟ بله همانی که شما عزیز بزرگوار روزی کم کم یکی دو لیتر از آن صادرات دارید. هرچه بالا و پایین خبر را خواندم

رو بیدار می کنم برات، بذارم برم؟... من که قدقد می کنم برات، تخم بزرگ می کنم برات، بذارم برم؟» نمی دانم اینکه تصمیمی در جلسه گرفته نشد، به خاطر میومو، قار و قار، قدقد من بود یا چیز دیگری، ولی با اصرار حاضران ناگزیر شدم در جلسه غیررسمی پس از جلسه اصلی هم بمانم. ناهاری میل شد و به نظر می رسد تصمیماتی هم گرفته شد.

پی نوشت: کتاب «مهمان های ناخوانده» توسط کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان در سال ۱۳۴۵ منتشر شد. نویسنده این کتاب فریده فرجام (۱۳۱۳) کارگردان، نویسنده، شاعر و نخستین زن نمایش نامه نویس ایرانی است.

کردم و پرسیدم: «چرا به سودمندی های پنهان و آشکار کارآفرینان و نوآوران فکر نمی کنید؟ گیرم که لازم باشد برای رونق کارشان زحماتی هم بکشید و روندهایی را تغییر دهید، در برابر خدمتی که به کشور و مردم می کنند ناچیز است. شما که برای هر حرکت کارآفرینان هزار گیروبند می گذارید که نکند روزی فلان آسیب ایجاد شود، مهربانانه تر نگاه کنید؛ چرا نمی توانید مثل آن پیرزن مهربان داستان «مهمان های ناخوانده» باشید؟» چون کسی چیزی نگفت، من هم پررو شدم و ادامه دادم: «من که میومو می کنم برات، موشارو چیو می کنم برات، بذارم برم؟... من که قار و قار می کنم برات، همه

از گفته های حاضران این جمله را در گوشم می شنیدم: «من که جیک و جیک می کنم برات، بذارم برم؟» نوبت صحبت به من که رسید، رو به مدیر انقلابی که از نازک دلی گروهی از افراد گلایه می کرد می گفتم نبودن برخی از این افراد آن چنان هم که فکر می کنند مشکل ساز نیست، بی اختیار گفتم: «من که جیک و جیک می کنم برات، بذارم برم؟» دریا فتم که بیشتر افراد مانند همکاری که کنارم نشسته بود به خنده افتادند، اما توی آن چند ثانیه ای که حاضران جلسه با شگفتی منتظر شنیدن باقی جملات من بودند و حتماً می پرسیدند این چه چرندیاتی است که این آدم می گوید، خودم را جمع



karangweekly.ir



جای آگهی شما اینجا است

۰۹۳۷-۴۹۹۰۶۱۰ ۰۲۱-۴۴۴۴۳۹۶۶



توزیع رمزارز ملی، درست مثل اسکناس



رقبازیریک سقف

دوره‌های کسب و کارهای رمز ارزی و بلاکچین ایران برگزار شد



رضا باقری اصل، دبیر شورای
اجرایی فناوری اطلاعات دولت:

اگر قانون ننویسید
برایتان قانون می‌نویسند



مجتبی توانگر، رئیس کمیته
اقتصاد دیجیتال مجلس:

حالا نوبت ریال
دیجیتال است

بدون قانون نه غیرقانونی!

رگولاتوری چه چالش‌هایی برای کسب و کارهای
رمزارز و بلاکچین ایران ایجاد کرده است؟ باید‌های
شکل‌گیری اکوسیستم رمز ارزی چیست؟ مدیران
۱۰ صرافی رمز ارز داخلی پاسخ می‌دهند...



چرا اتحاد رقبا باید استراتژی تمام صرافای های رمزآزنی داخلی باشد زمستان در راه است اگر با هم نباشیم

این روزها عده‌ای سخت دنبال این موضوع هستند که رمزآزنها را در ایران محدود کنند. این گروه بدون توجه به عواقب فعالیت‌هایشان به شکل خستگی‌ناپذیری با نوآوری مخالفت می‌کنند و گوش‌شان را نسبت به همه ایده‌های جدید بسته‌اند. متأسفانه این چرخه تکرار تمامی ندارد؛ پدیده نوپی وارد کشور می‌شود، مردم از آن استقبال می‌کنند، مسائل و چالش‌هایی پیش می‌آید، برخی راه‌حل را برخورد و محدود کردن می‌دانند و آن را عملی می‌کنند و در نهایت بازارهای سیاه شکل می‌گیرد و در فضای بی‌قانونی همه چیز ادامه می‌یابد! این چرخه درباره موضوعات گوناگون تکرار شده و این روزها مهم‌ترین موضوعی که مقررات‌گذاری نشده و به جای مقررات‌گذاری عده‌ای به دنبال ایجاد انواع محدودیت‌ها هستند، رمزآز است. با اینکه رمزآز شروع یک انقلاب بزرگ در خدمات مالی در جهان است، ولی در ادامه می‌توانیم امیدوار باشیم این جریان به فراتر از رمزآزها برسد. قاعدتاً رمزآزها در برابر آنچه تکنولوژی بلاکچین قادر به رسیدن آن است، بسیار کوچک هستند؛ ولی امروز این حوزه در کشورهای توسعه‌یافته جهان مورد توجه جدی قرار گرفته و بسیاری از نهادهای تنظیم‌گری مشغول مقررات‌گذاری و بررسی و بازخورد گرفتن درباره این ابزارهای نوین هستند.



متأسفانه برخی تصور می‌کنند می‌شود بخشی از اکوسیستم بلاکچین را قبول و بخش دیگری را حذف کرد؛ برخی تصور می‌کنند با ایجاد محدودیت‌های غیرمنطقی برای صرافای های رمزآز ایرانی مردم این موضوعات را کنار می‌گذارند. عده‌ای در بورس دلیل مشکلات بورس را گردن رمزآزها می‌اندازند و متأسفانه فرصت‌هایی مانند تأمین مالی از طریق ابزارهای مبتنی بر رمزآز جدی گرفته نمی‌شود.

با اینکه اکوسیستم رمزآزنی در ایران در نبود مقررات به شیوه خودتنظیم‌گری عمل کرده و زمینه چالش‌های حقوقی را کاهش داده، ولی این حوزه نیازمند مقررات‌گذاری است و تنظیم‌گری عاقلانه، در صورتی که بخواهیم بگوئیم کسب‌وکار فعلاً کارش را متوقف کند تا ببینیم چه می‌شود، به معنای مرگ کسب‌وکارهای قانونی است.

مقررات‌گذاری و تنظیم‌گری حوزه رمزآز مانند سوخت‌رسانی به هواپیما در حال پروازی است که صدها مسافر دارد. کوچک‌ترین خطا ضرر و زیان‌های جبران‌ناپذیری را به اکوسیستم نوپای رمزآز ایران وارد می‌کند.

متأسفانه برخی رفتارهای هیجانی و به دور از منطق برخی افراد که جایگاه جدی هم در اکوسیستم کسب‌وکاری رمزآز ایران نداشتند، باعث شده برخی آنها را نماینده کل اکوسیستم رمزآزنی ایران در نظر بگیرند. در حالی که آنها نماینده بخش بسیار کوچکی از این اکوسیستم هستند و نمی‌توانند از طرف کل اکوسیستم صحبت کنند. آنچه به همه فعالان واقعی کسب‌وکارهای رمزآزنی ایران می‌خواهم بگویم این است که در روزهای سخت به میدان بیایند؛ حرف بزنند و در کنار هم بایستند و زمینه مقررات‌گذاری درست را فراهم کنند. امروز زمان سکوت نیست؛ امروز زمان عافیت‌طلبی و محافظه‌کاری نیست. امروز باید در دو جبهه بجنگیم؛ یکی با دشمن خارجی که تلاش می‌کند همه راه‌های نوآورانه‌ای را که می‌تواند به توسعه اقتصاد منجر شود، به روی ما ببندد و جبهه دیگر کسانی هستند که داخل کشور نشسته‌اند و آگاهانه یا ناآگاهانه تیشه به ریشه اقتصاد نوآوری می‌زنند.

ما هیچ‌گاه از بی‌قانونی دفاع نکرده‌ایم و هیچ‌گاه نگفته‌ایم که این حوزه‌های نو مقررات‌گذاری و تنظیم‌گری نشود. ما گفته‌ایم که با درک چارچوب‌های دنیای نو زمینه رگولاتوری خوب را فراهم کنیم. اگر بخواهیم با همان روش‌های قدیمی و دستوری و از بالا به پایین حوزه‌های نوآورانه را تنظیم کنیم، در نهایت، هم این حوزه‌های نو را نابود می‌کنیم و هم زمینه محرومیت اقتصاد ایران از عرصه‌های نوین اقتصاد نوآوری را فراهم می‌آوریم.

در این شرایط سخت، اتحاد رقبا مهم‌ترین استراتژی برای نیل به شرایط مطلوب است. اکنون زمان اتحاد برای جنگیدن بر سر یک موضوع مهم‌تر است. امروز باید از کلیت رمزآزنی دفاع کنیم و جلوی هرگونه فعالیت هیجانی را بگیریم. اکوسیستم رمزآز ایران باید با احتیاط و به دور از هیجان با تنظیم‌گران گفت‌وگو کرده و زمینه توسعه این بخش‌ها را فراهم کند.

در بسیاری از مطالب و گزارش‌ها و تحلیل‌هایی که تاکنون منتشر کرده‌ایم، تلاش کرده‌ایم قیمت ریالی رمزآزها را در اولویت قرار دهیم و برخی این رویکرد را نقد کرده‌اند و آن را توهین به ساحت مقدس رمزآزها می‌دانند.

در اینکه رمزآزها یک پدیده بین‌المللی هستند، هیچ‌شکی نیست، اما نباید فراموش کنیم که ما در ایران زندگی می‌کنیم و مخاطب رسانه‌های ما نیز کاربران و مخاطبان ایرانی هستند. نمی‌توان در ایران و برای مخاطب ایرانی فعالیت کرد، ولی ریال را نادیده گرفت.

رمزآزها را چه به‌عنوان یک ابزار پرداخت ببینیم، چه به‌عنوان یک ابزار سرمایه‌گذاری، باید برای مردم، با سایر گزینه‌های موجود قابل

مقایسه باشد؛ همان‌طور که در خارج از ایران نیز کاربران این امکان را دارند. برای مثال برای فردی که در آمریکا با نگاه سرمایه‌گذاری وارد دنیای رمزآزها می‌شود، باید روشن باشد که سود سهم شرکتی مثل اپل در سال ۲۰۲۰ عملکرد بهتری حتی از رشد قیمت بیت‌کوین داشته است. چرا این امکان مقایسه وجود دارد؟ چون به‌راحتی با یک واحد یکتا یعنی دلار قابل مقایسه هستند. یا اتفاق اخیر که توسط فدرال رزرو روی افزایش نرخ بهره در آمریکا افتاد، باعث شد حجم چشم‌گیری از سرمایه‌گذاران به فکر خروج سرمایه

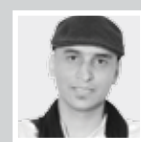


شماره ۵
۱۴۰۰ دی
سال اول

چه بخواهیم، چه نخواهیم، رمزآز از نگاه سرمایه‌گذاران یک بازار مالی در کنار سایر بازارهای مالی است

چرا برای رمزآزها نمی‌توانیم ریال را نادیده بگیریم؟

خود از بازار رمزآزها و ورود به سپرده‌های بانکی بیفتند در این رفتار خود یکی از دلایل ریزش اخیر قیمت رمزآزها بود. حالا در رفتاری مشابه باید همین امکان مقایسه برای مخاطبان و کاربران ایرانی که مبنای نهایی تمام رفتارهای مالی‌شان به ریال ختم می‌شود، وجود داشته باشد. پس یا باید نگاه بیت‌کوین ماکسیمالیستی داشت و صرفاً نگاه دلاری به افت و خیزها داشت یا اینکه سعی کنیم با روی زمین بگذاریم و ضمن بررسی انگیزه‌های مردم برای ورود به این حوزه، نگاه درست و جامعی از منافع یا ضررهای احتمالی ورود منابع مالی‌شان به این حوزه در مقایسه با سایر حوزه‌های سرمایه‌گذاری همچون خرید ملک، طلا، دلار، خودرو، بازار سرمایه یا سایر بازارهای



رسول قربانی
سردبیر راه پرداخت



@rasoulghorbani

مالی داشت. چه بخواهیم، چه نخواهیم، رمزآز از نگاه سرمایه‌گذاران یک بازار مالی در کنار سایر بازارهای مالی است و برای کسانی که در ایران زندگی می‌کنند، باید با یک پارامتر نهایی یعنی ریال قابل مقایسه باشد. این حقیقت را با پیش‌کشیدن این موضوع که ممکن است ریال با اتفاقات سیاسی دچار افت و خیز شود، نمی‌توان برای مخاطب ایرانی نادیده گرفت! همان‌طور که تصمیمات سیاسی روی دلار را نیز نمی‌توان در این بازار نادیده گرفت.

هشدار: بازار رمزآزها یک بازار پرریسک و قانون‌گذاری نشده است. بازاری که ممکن است به دلیل نوسانات آن همه سرمایه خود را در آن از دست بدهید. توصیه می‌کنیم قبل از هرگونه فعالیت در آن مطمئن شوید اطلاعات کافی درباره آن را دارید.

راه پرداخت

عصر تراکنش

انتشارات راه پرداخت

کارنگ





نیازهای سیاست گذار؛ چراغ
راه کسب و کارهای رمنازری

بارگولاتور رمنازرها چگونه حرف بزئیم؟

السالوادور، برزیل، امارات، مغولستان و بسیاری کشورهای دیگر در حال سهم گرفتن از آینده رمنازرها هستند. شهرداران و فرمانداران هم حتی به میدان آمده‌اند و از این صحبت می‌کنند که شهرها و ایالت‌های تحت مدیریتشان چطور باید از فرصت رمنازرها برای توسعه اقتصاد و زیرساخت‌های شهری بهره ببرند. نشانه‌های انقلاب فناوری بلاکچین بیش از آنکه در متاورس خود را نشان دهد، در کاربردهای روزمره‌اش در بهبود زندگی شهری برای تصمیم‌گیران دولتی در سراسر دنیا اهمیت پیدا کرده است. در ایران و در روزگاری که قانون‌گذار و سیاست‌ساز هنوز اندر خم کوچه اول مانده‌اند، شاید بیش از گفتن از یک آینده عجیب و نامرئی، باید با آنها از مواهب رمنازرها در

زندگی شهروندان گفت؛ از فرصت‌هایی که برای بهبود تجربه‌های زیست روزمره در اختیار همگان قرار می‌دهند، از امکان‌هایی که دسترسی‌ها را برای همگان عادلانه‌تر می‌سازد، از تجربه کشورهای آفریقایی که با کمک رمنازرها برای اولین بار فرصت و امکان و

حق داشتن حساب بانکی برای شهروندان خود را فراهم کرده‌اند.

ما در اکوسیستم رمنازری ایران باید و وظیفه داریم که فراتر از منافع کسب و کاری خود، به توزیع عادلانه‌تر ثروت و امکانات و زیرساخت‌ها برای عموم، از کانال ترویج و توسعه اکوسیستم‌های رمنازری بیشتر توجه کنیم. پاشنه آشیل رگولاتورها در ایران همیشه مسئولیتی بوده که در قبال شهروندان داشته‌اند، اما تفکر و زیرساخت‌های سنتی و کورختی و فساد نهفته در ساختارها، او را از انجام درست این تعهد و رسالت باز داشته است. آنجا که می‌توان حتی گوشه‌ای از این مسئولیت را با کمک رمنازرها و فرصت‌های آن محقق ساخت، چرا باید آن را با رگولاتور در میان نگذاریم. آرزمانی فکر نکنیم و مطالبه‌گری کسب و کارهای رمنازری را روی زمین بیاوریم و با زبان خود سیاست‌گذار با او حرف بزئیم. این گونه است که درست‌تر و بهتر و مؤثرتر شنیده می‌شویم!



شماره ۵
۱۴۰۰ دی
سال اول



صفحه آخر را ببینید!

روی کدام رمنازرها سرمایه گذاری کنیم؟

و خرید و کنار گذاشتن آنها استراتژی مناسبی نباشد. هرچند لازم نیست به صورت پیوسته و لحظه به لحظه قیمت این رمنازرها را دنبال کنیم، با این حال در زمان مناسب می‌توان سبیدی از رمنازرها تشکیل داد و هرچند وقت یک بار مرور کرد که وضعیت چگونه است.

این احتمال را هم باید همیشه در نظر داشت که ممکن است کل این سبب بی ارزش شود. برای آنهایی که می‌خواهند در رمنازرها سرمایه‌گذاری کنند، یک سببده‌تایی معرفی می‌کنم و توصیه می‌کنم با بررسی آنها سبیدی از این ۱۰ رمنازرها تشکیل دهند. سبب پیشنهادی شامل بیت کوین، اتریوم، کاردانو، تتر، بایننس کوین، یواس دلار کوین، ریپل، لایت کوین، پولکادات و دوج کوین است. قاعدتاً علاوه بر این ۱۰ مورد رمنازهای قابل توجه دیگری هم هستند که در صفحه آخر رسانه رمنازرها یعنی رمنازرها ۲۰ می‌توانید آنها را ببینید.

در پایان تأکید می‌کنم که سرمایه‌گذاری در بازار رمنازرها سرمایه‌گذاری در یک بازار به شدت پرریسک و نوسانی است و باید بدانید که هیچ تضمینی برای هیچ چیزی در این بازار وجود ندارد. اگر تصور می‌کنید که رمنازرها در آینده جایگاه مهمی در اقتصاد جهان می‌یابند، در این بازار سرمایه‌گذاری کنید.

همیشه دارند که می‌گویند مقداری رمنازرها بخرید و به آن کاری نداشته باشید و به عبارتی هودل کنید! این توصیه هم کاربردی نیست، چون اگر پنج سال پیش از فهرست ۱۰۰ رمنازرها برتر همه را می‌خریدید و نگه می‌داشتید، جز چند مورد، امروز خبری از هیچ کدام نبود!

بسیاری از رمنازهایی که در سال‌های گذشته هیجان زیادی ایجاد کردند با سر زمین خوردند و محو شدند. زمین خوردن آلت کوین را البته نباید به این تعبیر نکنیم که بیت کوین و دیگر هیچ! برخی شیف‌تگان بیت کوین معتقدند که باید به آرمان‌های ساتوشی وفادار بمانند و از تفرقه جلوگیری کنند و جهان توزیع شده به تنهارمنازری که نیاز دارد، بیت کوین است.

اگر این دیدگاه دگماتیک را کنار بگذاریم و قبول کنیم که دنیای توزیع شده فقط بیت کوین نیست و باقی آلت کوین‌ها هم می‌توانند به مرور ارزشمند شوند، پس بهترین پاسخ برای کسانی که می‌خواهند در دنیای رمنازرها سرمایه‌گذاری کنند معرفی ۱۰ یا ۲۰ کوین و توکن ارزشمند است که ممکن است در آینده ارزشمندتر شوند. هر کدام از این رمنازرها در آینده ممکن است بی ارزش شوند

خیلی‌ها مدام از من می‌پرسند که روی کدام رمنازرها سرمایه‌گذاری کنند؟ یا مثلاً اتریوم برای سرمایه‌گذاری خوب است یا نه؟ گاهی نام‌های ناشناخته‌ای را از زبان افراد ناآشنا می‌شنوم و تعجب می‌کنم که چگونه چنین رمنازهایی برای افراد بی اطلاع جذاب شده‌اند. توصیه همیشه من و همکارانم این بوده که زمانی در دنیای رمنازرها سرمایه‌گذاری کنید که لازم نباشد از کسی پرسید روی چه رمنازری سرمایه‌گذاری کنم!



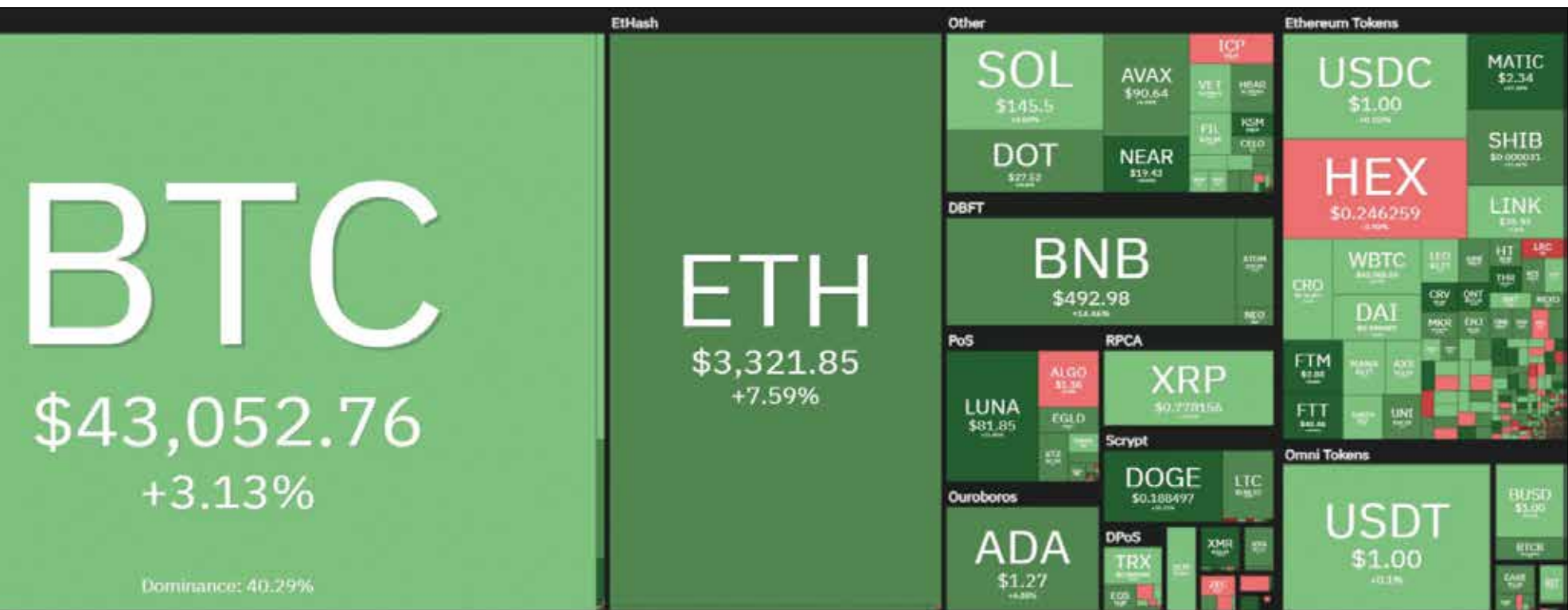
پاسخ ما یک حلقه بسته است و قبول داریم که آن چیزی نیست که پرسش‌کنندگان انتظارش را می‌کشند. منتها هیجان پشت این پرسش‌ها از این می‌آید که برخی فکر می‌کنند رمنازرها راهی برای یک شبه پول دار شدن است یا مثلاً حفظ دارایی‌هایشان از تورم افسارگسیخته کشور.

وقتی می‌گوییم بازار رمنازرها بازار پرریسکی است که نوسان‌های غیرمنطقی و غیرقابل پیش‌بینی دارد، برخی تصور می‌کنند این حرف درباره آنها نیست. آنها بالا رفتن رمنازرها را دیده‌اند و با سر زمین خوردن بسیاری از آنها را ندیده‌اند. یا مثلاً عده‌ای یک توصیه

کارنگ؛ هفته‌نامه اقتصاد نوآوری ایران محصولی جدید از گروه رسانه‌ای راه پرداخت

اشتراک هفته‌نامه کارنگ را از فروشگاه اینترنتی انتشارات راه پرداخت بخرید

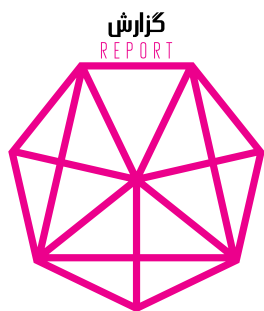
w a y 2 p a y . s h o p



هیئت‌مدت بازار رمزارزها در هفته گذشته

نگاهی به بازار کریپتوکارنسی‌ها در هفته گذشته

آیا بعد از ۲ ماه نزولی بازار به آرامش می‌رسد؟



عادی و متخصصان سخت‌افزار کامپیوتر نیز رشد کرده است. دو مورد از رایج‌ترین عناوین شغلی حاضر در این مطالعه، توسعه‌دهندگان و مهندسان بلاکچین بودند که در آگهی‌ها بیشتر به چشم می‌خورند.

باز هم تسلا و دوج کوین

ایلان ماسک، مدیرعامل تسلا، روز گذشته رسماً اعلام کرد که این شرکت پذیرش دوج کوین را برای فروش برخی محصولات خود آغاز کرده است. با این حال، آن‌طور که از وضعیت نمودارها پیداست، ممکن است در ادامه قیمت به سطوح قبل از جهش روز گذشته سقوط کند.

به گزارش کوین‌تلگراف و ارز دیجیتال، روز گذشته و پس از آنکه ایلان ماسک اعلام کرد تسلا پذیرش دوج کوین را برای فروش برخی محصولات خود آغاز کرده، قیمت این میم‌کوین پس از مدت‌ها یک جهش قابل توجه را تجربه کرد. پس از انتشار این خبر قیمت دوج کوین با جهشی ۱۳ درصدی به اوج ۳۰ روزه خود در ۰.۲۱۵۰ دلار رسید. توییت ایلان ماسک در حالی با واکنش بازار مواجه شد که دوج کوین از قبل یک روند صعودی را آغاز کرده بود.

توییت ایلان ماسک باعث شد قیمت دوج کوین روز جمعه در مجموع ۲۵ درصد رشد کند و اکنون که بازار جهش دیروز را تا حدودی اصلاح کرده است، هر واحد از این ارز دیجیتال با قیمتی حدود ۰.۱۹۱۱ دلار معامله می‌شود.

افزایش آگهی جذب نیرو در حوزه رمزارز لینکدین، بزرگ‌ترین شبکه اجتماعی فعال در حوزه کاریابی و معرفی کسب‌وکار، گفته تقاضای شرکت‌ها برای استخدام افراد در موقعیت‌های شغلی مرتبط با ارزهای دیجیتال، در طول یک سال گذشته ۳۹۵ درصد رشد کرده است.

ظاهراً بیشتر این آگهی‌ها با هدف استخدام برنامه‌نویس بلاکچین منتشر شده‌اند. به گزارش کوین‌دسک و ارز دیجیتال، مطالعه اخیر شبکه اجتماعی لینکدین نشان می‌دهد که تعداد آگهی‌های شغلی مربوط به ارز دیجیتال در سال ۲۰۲۱، نسبت به سال قبل تقریباً پنج‌برابر شده است.

بر اساس این مطالعه، تعداد آگهی‌های شغلی داخل آمریکا که در عنوان آنها عباراتی مانند «بیت کوین»، «اتریوم»، «بلاکچین» و «ارز دیجیتال» دیده می‌شود، از سال ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۱، ۳۹۵ درصد رشد داشته است. این رقم به‌طور قابل توجهی بالاتر از افزایش ۹۵ درصدی تعداد آگهی‌های شغلی مربوط به حوزه فناوری، در همین بازه زمانی است.

با اینکه بیشتر این آگهی‌ها برای شغل‌های مرتبط با نرم‌افزار و حوزه مالی بوده، اما لینکدین به افزایش تقاضا برای خدمات حرفه‌ای مانند حسابداری و مشاوره مالی هم اشاره کرد. به گفته لینکدین، تقاضا برای استخدام کارمند

به گزارش کوین‌دسک و ارز دیجیتال، شاخص رکود تعدیل‌شده (Entity Adjusted Dormancy) معیاری برای اندازه‌گیری نسبت ارزش کل بیت‌کوین‌های موجود در چرخه بازار به واحدهایی است که برای یک سال دست‌نخورده باقی مانده‌اند. از این شاخص برای سنجش آن دسته از رفتارهای بازار استفاده می‌شود که به خروج جریان پول ختم می‌شوند. شاخص رکود تعدیل‌شده اکنون به زیر ۲۵۰,۰۰۰ دلار رسیده است. این سطح در گذشته در دوره‌های رسیدن قیمت به کف‌های اصلی نمایان شده است.

به گزارش کوین‌دسک و ارز دیجیتال، خریداران بیت‌کوین در تلاش‌اند تا روند نزولی قیمت را پس از دو ماه معکوس کنند. قیمت در حال حاضر با اوج ۶۹,۰۰۰ دلاری آبان حدود ۳۰ درصد فاصله دارد و آن‌طور که از شاخص‌های تکنیکال پیداست، فشار فروش در بازار در حال تثبیت شدن است و دیگر نوسان جدی‌ای را تجربه نمی‌کند. بیت‌کوین هم‌اکنون با قیمتی حدود ۴۳,۰۰۰ دلار معامله می‌شود و نوسان قیمت در ۲۴ ساعت گذشته نزدیک به صفر بوده است. یک حمایت کلیدی در محدوده ۴۰,۰۰۰ دلار وجود دارد که می‌تواند سقوط قیمت را در کوتاه‌مدت محدودتر کند. با صعودی شدن بازار هم قیمت در ۴۵,۰۰۰ و ۴۷,۰۰۰ دلار دو مقاومت جدی را پیش روی خود دارد.

سلطه ترس و طمع بر بازار کاهش یافته است، با این حال هنوز هم بازار نگران است. با اینکه ارزش بازار کریپتوکارنسی‌ها در هفته گذشته سطح حمایتی دو هزار میلیارد دلاری را پس گرفت و بار دیگر ارزش این بازار به بالای دو تریلیون دلار رسید؛ ولی هنوز هم نگرانی‌ها درباره آینده میان‌مدت بازار کاهش نیافته است. با اینکه به نظر می‌رسد در هفته گذشته بازار بعد از یک اصلاح سنگین در مسیر بازگشت قرار گرفته است، اما هنوز این سؤال جدی پیش روی نوسرمایه‌گذاران بازار کریپتو خودنمایی می‌کند که آینده کوتاه‌مدت این بازار چه می‌شود؟

آیا بازار روی آرامش را می‌بیند؟

داده‌های جدید نشان می‌دهند مدتی است که ماینرهای بیت‌کوین اقدام به فروش نمی‌کنند و در حال انباشت واحدهای جدید هستند. انباشت بیت‌کوین به این معنی است که دارندگان آن راضی به فروش در قیمت‌های کنونی نیستند. نشانه‌هایی از رسیدن بیت‌کوین به کف‌های قیمتی هم در تحلیل‌ها مشاهده می‌شود؛ سؤال این است که آیا روند نزولی به پایان رسیده است؟ یکی از شاخص‌های درون‌زنجیره‌ای قابل اعتماد بیت‌کوین، نشان می‌دهد که ممکن است روند نزولی اخیر به پایان خود نزدیک شده باشد؛ حرکتی که باعث شد بیت‌کوین در عرض دو ماه ۴۰ درصد از ارزش خود را از دست بدهد.



مدیرعامل خدمات انفورماتیک اعلام کرد توزیع رمزارز ملی مثل اسکناس

سیدابوطالب نجفی، مدیرعامل شرکت خدمات انفورماتیک گفت: «بیش از دو سال است که شرکت خدمات انفورماتیک روی آماده‌سازی بسترهای فنی رمزپول ریال یا ریال دیجیتال کار می‌کند و هم‌اکنون پلتفرم آن روی یک بستر متن‌باز ایجاد شده و در صورت آماده‌شدن بسترهای حقوقی و اجتماعی، استفاده از آن امکان‌پذیر خواهد بود.»

طبق گفته او، همان‌طور که بانک مرکزی برای توزیع اسکناس میان مردم به صورت مستقیم با مردم درگیر نمی‌شود، برای رمزپول بانک مرکزی هم به همین ترتیب است؛ رمزپول‌ها از طریق شبکه بانکی کشور در اختیار مردم قرار خواهد گرفت. او درباره روند اجرایی شدن این فرایند توضیح داد: «بانک‌ها از طریق پلتفرم «برنا» به بانک مرکزی متصل می‌شوند. در اصل روی این پلتفرم هر کدام از بانک‌ها کیف پول دیجیتالی ایجاد خواهند کرد و بانک مرکزی از طریق این پلتفرم و از طریق کیف پول هر بانک، ریال دیجیتالی منتشرشده را میان بانک‌ها توزیع می‌کند و پس از آن مشتریان بانک‌ها با کیف پول‌هایی که هر بانک در اختیار آنان قرار خواهد داد، می‌توانند ریال دیجیتالی را با قراردادهای هوشمندی که میان بانک و مشتری وجود خواهد داشت، از بانک دریافت کنند.»

او ریال دیجیتالی را هم‌وزن اسکناس عنوان کرد و گفت: «در زمان انتشار ریال دیجیتالی بانک مرکزی و مشخص شدن نسبت ریال دیجیتالی و اسکناس، با انتشار واحد مشخصی از ریال دیجیتالی به همان میزان اسکناس از چرخه خارج می‌شود.»

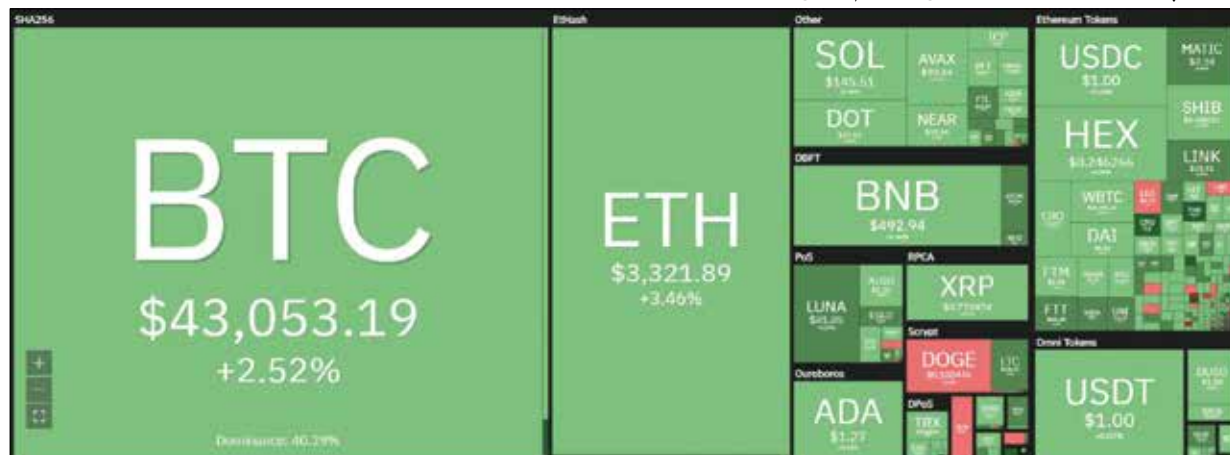
به گفته او، هنوز بانک‌ها برای اجرایی کردن این پروژه وارد نشده‌اند و تاکنون بانک مرکزی و شرکت خدمات انفورماتیک در حال پیش‌بردن پروژه بوده‌اند. از نظر او در ابتدا لازم نیست اجرای پروژه بسیار بزرگ در نظر گرفته شود، بلکه می‌توان به صورت

آزمایشی در یکی از مناطق آزاد و با همکاری یکی، دو بانک، آن را اجرایی کرد؛ پس از آن اجرای این طرح در کل کشور پیش خواهد رفت.



شماره ۱۴۰۰ دی ۲۶
سال اول

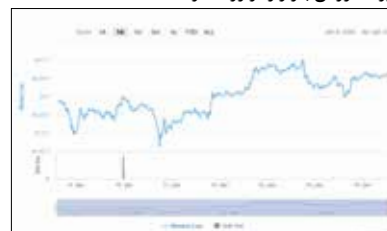
هیت‌مپ بازار رمزارزها در ۲۴ ساعت قبل از تنظیم گزارش



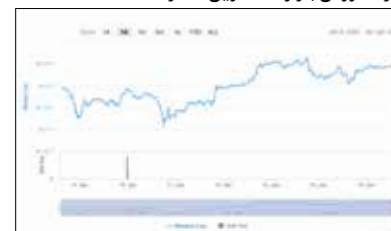
سلطه بازار رمزارزها در هفته گذشته



روند ارزش بازار رمزارزها در هفته گذشته



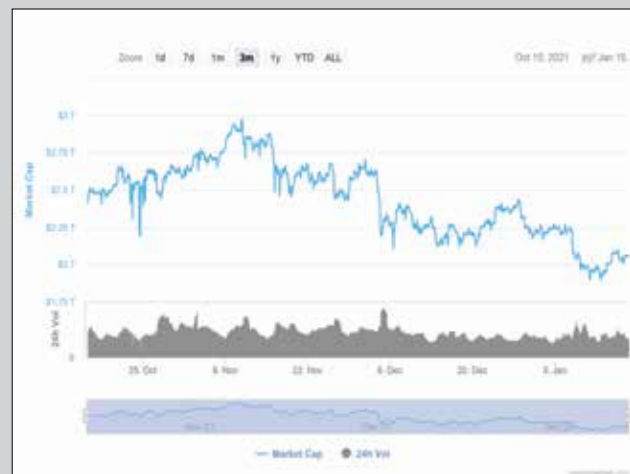
روند ارزش بازار آلت‌کوین‌ها در هفته گذشته



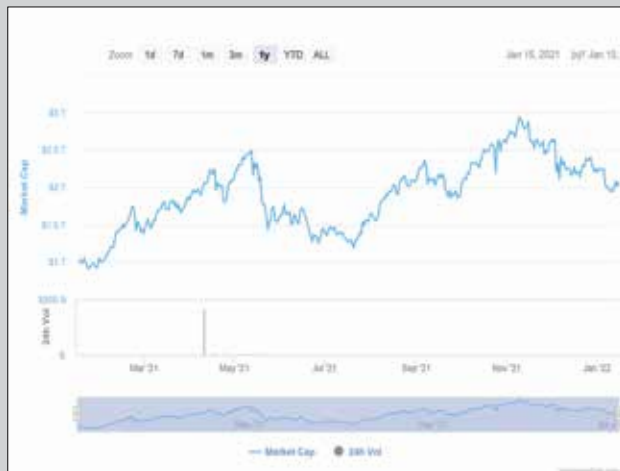
روند بازارهای رمزارزی و نوسان‌های آنها در بازه بلندمدت



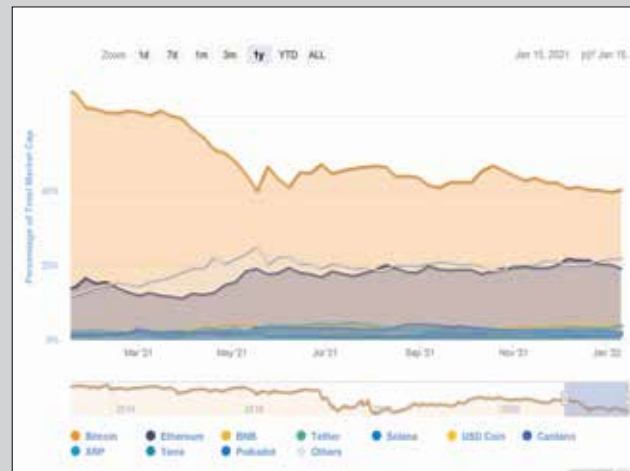
روند بازار رمزارزها در یک ماه گذشته



روند بازار رمزارزها در سه ماه گذشته

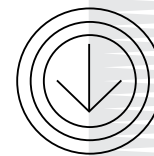


روند بازار رمزارزها در یک سال گذشته



سلطه بازار رمزارزها در یک سال گذشته





صحبت‌های رضا قربانی عضو هیئت مدیره سازمان نصر استان تهران در دورهمی فعالان کسب و کارهای رمزارزی و بلاکچین

برای بی قانونی، قانون بگذاریم

رضا قربانی، عضو هیئت مدیره سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران و میزبان دورهمی فعالان کسب و کارهای رمزارزی و بلاکچین ایران، دلیل برگزاری آن را این طور توضیح داد: «بهانه دورهمی این است که می‌خواهیم راجع به موضوعات کسب و کاری مرتبط با کریپتو و بلاکچین، از زاویه دید فعالان کسب و کاری این حوزه‌ها صحبت کنیم. هم نگاه به موضوعات کسب و کارها و هم مسائل مربوط به تنظیم‌گری را مدنظر داریم. چند نفر از بدنه دولت و مجلس هم مهمان ما خواهند بود.» او در ادامه صحبتش، درباره مقاله چندی پیش نیویورک تایمز در رابطه با فعالان حوزه کریپتو صحبت کرد و گفت: «فضای کسب و کارهای فناوری در دنیا و به طور خاص در سیلیکون ولی، در اختیار چهار کسب و کار جدی گوگل، فیس‌بوک، آمازون و اپل است. اما فردی مثل خانم کارتر که پیش از این مدیر بخش خدمات ابری آمازون بود، چند سال پیش از آمازون استعفا داد تا کسب و کار کریپتویی خودش را راه بیندازد. این خانم در لینکدین خودش اعلام کرد که برای توسعه کسب و کار استارت‌آپ‌اش می‌خواهد نیرو جذب کند. از بین ۳۵۰ رزومه که ظرف مدت ۴۸ ساعت برای او فرستاده شد، غالب رزومه‌ها از شاغلان کسب و کارهای فنی بزرگ آمریکا بود. این مسئله برای کسب و کارهای فناوری، به زنگ خطر تبدیل شده و آنها دارند نیروهای خوب خودشان را از دست می‌دهند.»

او در انتهای صحبت‌هایش در مورد خلاء قانونی در فضای رمزارز در کشور گفت: «ما در فضای قانون بی قانونی فعالیت می‌کنیم. قرار است برای بی قانونی، قانون بگذاریم. این اولین تلاش‌های یک اکوسیستم در کشور است که می‌خواهد خودش برای فعالیت خودش قانون گذاری کند، چون در داخل و خارج عده‌ای انرژی گذاشته‌اند که نتوانیم به آینده دسترسی پیدا کنیم. از سه سال گذشته کسب و کارهای فعال زیادی در زمینه رمزارز، بدون وجود چارچوب و مقررات و آیین‌نامه رشد کرده‌اند.»

او در انتهای صحبت‌هایش در مورد خلاء قانونی در فضای رمزارز در کشور گفت: «ما در فضای قانون بی قانونی فعالیت می‌کنیم. قرار است برای بی قانونی، قانون بگذاریم. این اولین تلاش‌های یک اکوسیستم در کشور است که می‌خواهد خودش برای فعالیت خودش قانون گذاری کند، چون در داخل و خارج عده‌ای انرژی گذاشته‌اند که نتوانیم به آینده دسترسی پیدا کنیم. از سه سال گذشته کسب و کارهای فعال زیادی در زمینه رمزارز، بدون وجود چارچوب و مقررات و آیین‌نامه رشد کرده‌اند.»



مدیران ۵ صرافی رمزارز ایرانی:

اکوسیستم کسب و کارهای رمزارز بسازیم!

در پیل فرصت‌های کسب و کار حوزه رمزارزها چه گذشت؟

به دو روش کوتاه مدت (بانک) و بلندمدت (بورس) انجام می‌گیرد. بانک‌های ایران و بورس در حال حاضر یا شرایط تأمین مالی را ندارند یا قصد انجام آن را ندارند. به گفته او، استارت‌آپ‌های با استعداد هنگام مرحله جذب سرمایه به مشکل برخورد می‌کنند، مزدکس به دنبال راه‌حلی برای تأمین سرمایه از طریق بلاکچین و کریپتو است.

در ادامه امیرحسین راد با اشاره به متاورس گفت: «دنیا وارد فضای جدیدی به نام متاورس شده و ما هنوز درگیر رگولاتوری مفاهیم قبلی هستیم. شک ندارم که رگولاتور هیچ تصویری از متاورس ندارد. حوزه NFT، دیفای و متاورس روندهای روز دنیا هستند. ما این پتانسیل را داریم که استارت‌آپ‌هایی را برای فعالیت در این حوزه، به ویژه در خارج از کشور راه‌اندازی کنیم.»

به گفته راد، باید از مرزهای جغرافیای بگذریم تا پیشرفت کنیم و در سطح جهانی موفق باشیم. ما به بازارهای جهانی متصل نیستیم، نیروهای انسانی ما تصویری از فضای کسب و کارهای خارجی ندارند، همچنین شرکت‌های داخلی ما در رویدادهای جهانی حضور ندارند. لازم است پیشرفت، ارتباط با جامعه بلاکچینی دنیاست. تنها در این صورت است که ایده‌ها پخته‌تر می‌شوند.

قاضی زاده در ادامه تصریح کرد: «ما در کشوری زندگی می‌کنیم که تمام سیستم‌های مالی ایزوله و تحریم هستند. در واقع بازار رمزارزها برای ما نوعی پنجره فرار بود؛ برای همین در حوزه تبادل جا مانده‌ایم و اشباع نشده‌ایم.»

به گفته او، تکنولوژی در داخل کشور وجود دارد و مسئله اصلی تأمین مالی است. حاکمیت باید نگاه خود را تغییر دهد؛ نه اینکه بخش خصوصی را به نوآوری سوق دهد و سپس آن را رها کند. به وجود مجموعه‌هایی مانند ققنوس که توکن را وارد کشور می‌کنند، مفتخریم. عباسی در ادامه بیان کرد: «مجموعه ماموت تمام تلاش

دورهمی کسب و کارهای رمزارز و بلاکچین ایران به همت راه پرداخت روز یکشنبه ۱۹ دی‌ماه برگزار شد تا در این برنامه به بحث و تبادل نظر پیرامون قانون گذاری در حوزه بلاکچین و رمزارزها و فرصت‌های کسب و کاری پیش رو پرداخته شود. در این برنامه، پتلی به میزبانی رضا جمیلی، سردبیر هفته‌نامه کارنگ با موضوع فرصت‌های کسب و کار حوزه رمزارزها برگزار شد. محمدقاسمی، مدیرعامل مزدکس؛ امیرحسین راد، مدیرعامل نوبیتکس؛ احسان قاضی‌زاده، مدیرعامل اکسیر؛ بنیامین عباسی، مدیرعامل بیت‌مکس و نریمان امانی، مدیرعامل اکسچنج سیتکس اعضای این پنل بودند.

به تحریم داخلی دچاریم

امانی در ابتدای نشست تأکید کرد: «باید سریع‌تر از حوزه تبادل عبور کنیم و به سمت نوآوری برویم. باید از چالش‌های رگولاتوری مانند اینماد نیز عبور کنیم. یکی از عوامل مؤثر بر تسریع، عبور از حوزه تبادل است.» به گفته او، توکن NFT شاید در مقطع کنونی آورده مالی نداشته باشد، اما می‌تواند عاملی مؤثر برای عبور از حوزه تبادل و حرکت به سمت تکنولوژی‌های نو مانند متاورس باشد.

قاضی زاده به عنوان سخنران بعدی با اشاره به تولید بیت‌کوین بیان کرد: «شش سال قبل با بیت‌کوین آشنا شدم و اکنون می‌دانم این اتفاق می‌تواند پارادایم‌های صنعت مالی را تغییر دهد. از نگاه من به جای تمرکز بر خود تکنولوژی بلاکچین باید به کاربردهای آن توجه کنیم.»

درست است که موضوعات NFT و متاورس در دنیا بسیار مورد توجه قرار گرفته‌اند، اما زیرساخت‌ها و فرهنگ ایران هنوز پذیرای این فناوری‌ها نیست. مدیرعامل مزدکس اضافه کرد: «بر اساس صحبت‌های پیشینم، در حال حاضر آنچه برای شرایط کنونی ایران مناسب است، موضوع تأمین مالی است. تأمین مالی



شماره ۵
۱۴۰۰ دی
سال اول



رضا باقری اصل، دبیر شورای اجرایی فناوری اطلاعات دولت: اگر قانون نویسد برایتان قانون می نویسند

چند پیش شرط دانست و گفت: «حضور فناوری بلاکچین و هوش مصنوعی می تواند چرخش های تحول ساز ایجاد کند. اولین چرخش هم می تواند این باشد که از یک نظام تمرکزگرا به سمت نظام غیرمتمرکز برویم. نظامی که اساسش بر تمرکزگرایی بوده، سخت به سمت تمرکززدایی چرخش می کند و این چرخش را به راحتی نمی پذیرد. دومین چرخش، حرکت از نگاه تهدیدمحور نسبت به فناوری به سمت دیدگاه فرصت محور است. این تحول، سخت است و باید با حاکمیت همراهی کرد. چرخش سوم هم باید در اکوسیستم اتفاق بیفتد، چون تمرکز اکوسیستم بیشتر در زمینه بلاکچین بوده و تمام قوانین و مقرراتی که دارد نوشته می شود، در این سمت و سواست.»

دبیر شورای اجرایی فناوری اطلاعات به یک خبر هم اشاره کرد و گفت: «دولت، ۳۷ سند تحول مشخص کرده که یکی از آنها مربوط به رمز ارزهاست که نشان می دهد دولت، این مسئله را به عنوان یکی از ۳۷ مسئله مهم کشور پذیرفته است. کارگروه اقتصاد دیجیتال نیز با اختیارات رئیس جمهور و هیئت وزیران و به ریاست وزیر ارتباطات، اخیراً تشکیل شد و نماینده هایش را معرفی کرد و اگر شروع به کار کند، می تواند زمینه ساز وقوع اتفاقات خوب باشد.»

او در انتهای صحبت هایش خطاب به فعالان کسب و کارهای بلاکچین گفت: «پیشنهاد من این است که در روند قانون گذاری مشارکت کنید و برای دست اندرکاران قانون گذاری، پیشنهاد بنویسید. اگر بنویسید، دیگران به اندازه دانشی که ندارند برای شما قانون می نویسند. اکوسیستم ما ناقص خلق شده و تمرکزش سمت بلاکچین است. باید کمک کنیم اکوسیستم گسترده تر شود و با رویکردهای تحول سازی که دولت تأیید کرده، قالب جدیدی برای حکمرانی فضای مجازی تعریف کنیم.»

رضا باقری اصل، دبیر شورای اجرایی فناوری اطلاعات، در اولین دوره همی کسب و کارهای رمز ارزی و بلاکچین ایران که به میزبانی مجموعه راه پرداخت برگزار شد، در مورد رویکرد حاکمیت نسبت به رمز ارزها و بلاکچین، صحبت کرد. او در ابتدا به نحوه تعامل با حاکمیت برای رسیدن به توافق بر سر قانون گذاری اشاره کرد و گفت: «کشور ما قانونش بر اساس شیوه قانون نویسی مکتوب شکل گرفته است، بنابراین زبان حاکمیت زبان عجیبی نیست. در کشوری که قانون مکتوب دارد، زبان حاکمیت به یک مقرره تبدیل می شود. اگر شما که فعالان اکوسیستم هستید، مشارکتی در تدوین قوانین نداشته باشید، آنها که بلد نیستند، برایتان قانون می نویسند. این مسئله برای هر کسب و کاری هم وجود دارد.»

او مسئله مهم در زمینه فناوری بلاکچین و رمز ارز را، ترس حاکمیت از به خطر افتادن منافعی عنوان کرد و گفت: «مسئله مهم، تکنوفوبیایی است که حاکمیت به آن دچار است. تنظیم گری و رگولاتوری یعنی ایجاد تعادل بین بازیگران و ذی نفعان؛ مشخص است که حاکمیت از این مسئله می ترسد چون ممکن است با فعالیت یکسری افراد در این اکوسیستم، نفع خودش زیر سؤال برود و دچار ضرر و زیان بشود. حاکمیت دغدغه هایی در این زمینه دارد و چه کسی باید به این دغدغه ها پاسخ بدهد؟ هیچ کس جز خودش. بنابراین حقوق مکتوبی ایجاد می شود که پاسخگوی دغدغه های خود حاکمیت باشد.»

او ادامه داد: «مسئله بعدی این است که حاکمیت می خواهد اقتصاد را شکوفا کند، من معتقدم که حاکمیت این مسئله را کمتر بلد است، چون شکوفایی اقتصاد نیازمند ریسک پذیری است که حاکمیت کمتر با آن آشناست.»

باقری، شکوفایی اقتصادی را وابسته به



شماره ۵
۱۴۰۰ دی ۲۶
سال اول

اما موفقیت نهایی منوط به اتحاد در سطح کل کشور است. اگر می خواهیم در سطح جهانی حرفی برای گفتن داشته باشیم، نیازمند ارتباط و تعامل بخش خصوصی و دولتی هستیم.»

به گفته او، کسب درآمد جهانی از صنعت رمز ارز نیازمند حمایت جدی دولت است. اگر حمایت از فعالان در سطح ملی انجام بگیرد، اقدامات بخش خصوصی مؤثرتر می شود. قاضی زاده نیز با اشاره به نقش صرافی ها بیان کرد: «صرافی ها زیرساخت ها و جاده را آماده کرده اند و پذیرای همه توکن ها هستند. تقریباً نصف راه را رفته ایم.»

زیرساخت های ما در حال حاضر خوب است و ضریب نفوذ مناسبی داریم. اگر رگولاتور برای کاهش ریسک ها همکاری کند، سرمایه گذاران بیشتری را در حوزه مشاهده خواهیم کرد.» به گفته او، قدم های بزرگ از اصلاح حاکمیتی پدید می آیند.

عباسی نیز با بیان اینکه بخش خصوصی تا جایی می تواند فعالیت کند، توضیح داد: «توان بخش خصوصی محدود است. حاکمیت به ما اعتماد نمی کند، برای همین به یاری بازیگرانی که مورد اعتماد دولت هستند نیاز داریم.»

او در پایان بیان کرد: «اتفاقاً بخش خصوصی بسیار فرصت آفرین است. ما هزاران نیروی انسانی را آموزش داده و به امارات فرستاده ایم.»

خود را به کار گرفته، اما به آن اجازه پیشرفت نمی دهند. تمام این موانع از عدم آگاهی دولت نشئت می گیرد. فرصت های زیادی وجود دارد، اما در واقعیت ما به تحریم داخلی دچار هستیم.»

باید رگولاتور را آگاه کنیم

نریمان امانی در این بخش از پلن با تأکید بر لزوم ایستادگی بیان کرد: «تکنولوژی های نو همیشه با مقاومت همراه بوده اند. ما نیز قرار نیست تسلیم شویم. باید همه فعالان حوزه برای حل مشکلات رگولاتوری هم صدا شوند. اینکه الان برای ادامه مسیر باید چه کنیم، موضوعی است که باید به آن پرداخته شود.»

به گفته او، هر چقدر ایده های نو بیان شود، بهتر است، حتی اگر این ایده ها شکست بخورند هم اکوسیستم به پیشرفت نزدیک تر خواهد شد. زمانی که به سمت روندهای جهانی حرکت کنیم، رگولاتور هم از مانع زدایی عقب می ماند. قاسمی نیز ادامه داد: «نباید ناامید شویم. باید رگولاتور را آگاه کنیم که بلاکچین برای تبادلات مالی میان کشوری آمده و می خواهد واسطه را حذف و دموکراسی را حاکم کند.»

امیرحسین راد با اشاره به نقش حاکمیت اظهار کرد: «بخش خصوصی ظرفیت مشخصی دارد. تمام اقدامات بخش خصوصی؛ از سرمایه گذاری در حوزه های مرتبط گرفته تا راه اندازی مرکز رشد همگی امکان پذیر است،





دردورهمی کسب و کارهای رمزآزری و بلاکچین چه گذشت؟ همگرایی و بلوغ کسب و کارها

اولین دورهمی کسب و کارهای رمزآزری و بلاکچین ایران به همت مجموعه راه پرداخت برگزار شد. این دورهمی که بسیاری از مدیران ارشد این کسب و کارها در آن حضور داشتند، در درجه اول از این منظر حائز اهمیت بود که کسب و کارهایی که در فضای اقتصادی رقیب یکدیگر به حساب می آیند، در کنار هم به بحث و تبادل نظر پرداختند و تلاش داشتند تا برای مشکلات مشترکشان به راه حلی جامع برسند.

این امر نشان می دهد در زمانی که رگولاتور هنوز نتوانسته خود را با کسب و کارهای حوزه بلاکچین و رمزآزری هم مسیر کند و هرازگاهی مشکلاتی را پیش رویشان می گذارد، نوآوری مسیر خود را طی کرده و امروز با کسب و کارهایی در این حوزه طرف هستیم که سال های رشد خود را طی کرده و به بلوغ نسبی رسیده اند؛ کسب و کارهایی که بر لزوم شبکه سازی واقف هستند و در جهت حل مشکلات می توانند به رگولاتور پیشنهادهای سازنده ارائه دهند و به یک اکوسیستم مجزا تبدیل شوند.

همچنین در کنار هم قرار گرفتن و ملاقات مدیران ارشد کسب و کارهایی که کمتر محفلی برای آشنایی و تبادل نظر با یکدیگر دارند، می تواند نقشی تعیین کننده ایفا کند. می تواند جایی برای واکاوی موانعی باشد که نفس کسب و کارها را گاه به گاه به شماره می اندازد و اجازه نمی دهد آنها در کنار یکدیگر جهت ساختن اکوسیستم رمزآزری و بلاکچین ایران تلاش کنند.

این هدفی بود که دورهمی کسب و کارهای رمزآزری و بلاکچین ایران دنبال می کرد که البته رسیدن به این هدف در گروه همکاری هرچه بیشتر کسب و کارها و تداوم چنین برنامه هایی خواهد بود.



شماره ۵
۲۶ دی ۱۴۰۰
سال اول







مجتبی توانگر، رئیس کمیته اقتصاد دیجیتال مجلس :

حالانوبت ریال دیجیتال است

مجتبی توانگر، رئیس کمیته اقتصاد دیجیتال مجلس شورای اسلامی در دورهمی کسب و کارهای رمز ارزی و بلاکچین ایران، نکاتی را درباره صنعت رمز ارز مطرح کرد. به گفته او، استخراج رمز ارزها و به طور خاص بیت کوین هر چند دیر هنگام و بدون برنامه ریزی و سامان دهی لازم وارد کشور شد، اما از جهاتی به بلوغ رسیده است. البته هنوز در این زمینه ظرفیت خالی وجود دارد. او در ادامه تأکید کرد: «اکنون در حوزه استخراج رمز ارز نه یک قانون فراگیر، بلکه مقرراتی مختصر داریم. به عبارتی برای استخراج نسبت به سایر حوزه‌های بلاکچین ضوابطی مشخص تعریف شده است.» به گفته او، وجود منابع سرشار انرژی در کشور و ارز آوری این صنعت این گمان را در ذهن ایجاد می‌کند که می‌توانیم در این حوزه با حمایت از صنعت و رقابتی‌تر کردن حضور فعالان مختلف، رشد چشم‌گیری داشته باشیم. پس لازم است متصدیان دولتی زمینه هموارتری را پیش روی سرمایه‌گذاران قرار دهند. او در ادامه خاطر نشان کرد: «نباید فراموش کرد که استخراج یکی از فرصت‌های فرعی در صنعت بلاکچین است و آینده این صنعت در مسیرهای غیراستخراجی ترسیم خواهد شد، برای همین نباید تمام هم‌وغم کشور و قانون‌گذاری و پیشرفت به این حوزه محدود شود.» توانگر با بیان اینکه بزرگ‌ترین خلأ قانونی، در حوزه تبادل رمز ارزها دیده می‌شود، توضیح داد: «سیستم اجرایی کشور مانند سایر دولت‌های دنیا نگرانی‌های زیادی در حوزه سیاست‌های پولی و رقابت ارزهای ملی و رمز ارزها دارد. این نگرانی‌ها برای اقتصاد پریشان ایران با وجود تمام ظرفیت‌های موجود تأمل برانگیزتر است، اما باید نگاه روبه‌جلو داشته باشیم.» او با اشاره به اهمیت قانون‌گذاری گفت: «بدون قانون‌گذاری سرمایه مردم و سرمایه ملی همیشه در معرض خطر است و مردم به پلتفرم‌های خارجی تبادل رمز ارز وابسته می‌مانند.» به گفته او، رمز ارزها آمده‌اند که بمانند، پس طولانی بودن دوران بررسی‌ها، تصمیمات غیرکارشناسی و هر اقدامی که به نوعی باعث غفلت ما از هدایت این بازار شود، خسارات زیادی دارد. توانگر با تأکید بر اینکه موظف به قانون‌گذاری هستیم، اظهار کرد: «باید این بازار چند ده هزار

میلیارد تومانی را به رسمیت بشناسیم، چراغ شفافیت را در آن روشن کنیم و از این بازار در جهت منافع عامه و ملی بهره ببریم. نمی‌توان از این تصمیم سخت یا پرریسک روی برگرداند؛ بازار بسیار بزرگی در کشور وجود دارد.»

توانگر در خصوص الزام وجود ریال دیجیتال گفت: «همزمان با چاره‌جویی و تدبیر برای تبادل رمز ارزها، کشور ما نیز مانند بسیاری از کشورهای دیگر به رمز ارز ملی یا ریال دیجیتال نیاز دارد تا در اتصال به شبکه‌های جهانی بتواند ریال را برای تبدیل به سایر رمز ارزها یا سایر فیات‌ها در دسترس همه قرار دهد. CBDC می‌تواند تحولی چشم‌گیر در تجارت داخل و خارج از کشور ایجاد و ریال را تقویت کند. در این صورت فرصت بسیار خوبی برای توسعه فناوری‌ها و برنامه‌های کاربردی بر بستر بلاکچین با ریال دیجیتال به وجود خواهد آمد. خوشبختانه در این حوزه اقدامات عملی آغاز شده و امیدواریم در اجرا نیز با استفاده از نظر بدنه کارشناسی کشور، شاهد اقدامات سازنده‌تری باشیم.»

او در بخش پایانی صحبت‌هایش بیان کرد: «مهم‌ترین نکته‌ای که می‌خواهم بیان کنم، توجه به فناوری و فرصت‌های بالقوه و بکر این حوزه است. بلاکچین در حوزه‌هایی نظیر مدیریت دانش، لجستیک، بازرگانی، مدیریت انواع دارایی‌ها، کالاها و خدمات، خدمات مالی غیرمتمرکز و حتی متاورس کاربرد دارد که توسعه آنها در کشور ما به شدت مغفول مانده است.» به گفته توانگر، متأسفانه سیستم اجرایی کشور و بخش خصوصی در این زمینه اقدامات جدی به عمل نیآورده‌اند، البته بخشی از این غفلت به دلیل گنگی فضا و ابهامات مختلف در حوزه قانون‌گذاری و شرایط ایجاد کسب و کار در این حوزه است. توانگر ادامه داد: «کاربردهای بلاکچین در موارد بسیار، به ساخت توکن نیاز دارد و در این شرایط از نگاه بخش اجرایی کشور، مسائل و ریسک‌های مختلفی برای مردم و سرمایه‌گذاران ایجاد می‌شود؛ بنابراین باید به نوعی بتوانیم فضا را مدیریت کنیم و با قانون‌گذاری در حوزه‌هایی نظیر تبادل رمز ارزها و ساخت ریال دیجیتال این فضا را به وجود آوریم که نخبگان و کارآفرینان بتوانند در حوزه‌های بکر بلاکچین و رمز ارزها به ابتکارات و اختراعات دست بزنند.»



بدون قانون نه غیرقانونی!

رگولاتوری چه چالش‌هایی برای کسب و کارهای رمز ارز و بلاکچین ایران ایجاد کرده است؟ مدیران ۵ صرافی رمز ارز داخلی در یک پنل به این سؤال پاسخ دادند...

در این حوزه بتوانیم از عقب‌ماندگی خود در این زمینه بکاهیم.»

به گفته او نباید چرخ را دوباره اختراع کرد و با استفاده از تجارب مشابه در این زمینه می‌توانیم مشکلات را حل کنیم. دبی در سال ۲۰۱۶ اولین انجمن جهانی بلاکچین را راه‌اندازی کرد که حدود ۶۰ شرکت خصوصی در این انجمن شرکت کردند و این فرصت سبب شد تا زیرساخت‌های ابتدایی بلاکچین به‌عنوان یکی از پایه‌های انقلاب صنعتی چهارم شکل بگیرد.

او معتقد است که دبی در سه بخش دولت، شرکت‌های خصوصی و جامعه بین‌المللی استراتژی‌ها و نقشه‌راهی را پیاده‌سازی کرده که به هدف خود که خوشحال‌ترین مردم کره زمین است، به‌عنوان اولین شهر دنیا، دست یابد و بلاکچین یکی از حوزه‌هایی است که می‌تواند دبی را در رسیدن به این هدف کمک کند.

در دورهمی کسب و کارهای رمز ارزی و بلاکچین ایران، پنل «تنظیم‌گری رمز ارز و استراتژی بلاکچین ایران» با مدیریت رسول قربانی، سردبیر راه پرداخت و با همراهی افشار جوکار، مدیرعامل کوین‌نیک مارکت؛ روح‌اله جهنده، قائم‌مقام رمزینکس؛ امیرحسین مردانی، مدیرعامل بیت‌بین؛ بهزاد اسکندری، مدیرعامل اوکی اکسچنج و محمد آنالویی، مدیرعامل والکس برگزار شد.

می‌توان از تجربیات موفق در حوزه بلاکچین برای قانون‌گذاری استفاده کرد

در ابتدای این پنل افشار جوکار، مدیرعامل کوین‌نیک مارکت با اشاره به این پرسش درباره علت عدم سازگاری رگولاتور کشور با حوزه بلاکچین و رمز ارزها گفت: «در حوزه بلاکچین باید با دید وسیع‌تری به بحث قانون‌گذاری نگاه کنیم و با بهره‌گیری از تجربیات موفق جامعه جهانی

فرزین فردیس، رئیس کمیسیون اقتصاد نوآوری اتاق بازرگانی تهران، در برنامه دورهمی فعالان کسب و کارهای رمز ارزی و بلاکچین ایران صحبت‌هایی در ارتباط با قانونی شدن فعالیت در حوزه بلاکچین ارائه داد.

فردیس در ابتدا برای جا انداختن مفهوم، به سریال See اشاره کرد و گفت: «در این سریال، مردم یک شهر، همه نابینا شده‌اند و با حس‌های دیگر کارشان را انجام می‌دهند. پس از مدتی، دو نوزاد دوقلو در این شهر به دنیا می‌آیند که می‌توانند ببینند. در این فیلم می‌بینیم این دوقلو، به خاطر داشتن یک حس جدید که همان حس بینایی است، چقدر با آدم‌هایی که نمی‌بینند متفاوت هستند و تصمیمات متفاوت‌تری می‌گیرند.»

او ادامه داد: «این وضعیت اکوسیستم بلاکچین و رمز ارز کشور ماست. پدیده جدیدی آمده که پارادایم جدیدی به وجود آورده است. یکسری افراد این پدیده جدید را

فرزین فردیس در دورهمی فعالان کسب و کارهای رمز ارزی و بلاکچین:

رمزارز و بلاکچین پارادایم جدیدی خواهند ساخت



شماره ۵
۱۴۰۰
سال اول





نگاه رگولاتور به نوآوری

غافله‌ای که همیشه عقب می‌ماند!

تقریباً سه سال از اولین بحث‌های حوزه تبادل رمزارزها گذشته و این موضوع را فراموش کرده‌ایم که ذات نوآوری و فناوری برهم‌زدن زمین بازی و هنجارهاست. فراموش کرده‌ایم که ما با یک انقلاب مواجیم؛ نه صرفاً یک محصول با طول عمر کوتاه و گذرا. این پدیده درست همانند همان نئت‌سی در آغاز موج ابتدایی انقلاب به واسطه نوآوری و فناوری است که خواسته یا ناخواسته خود فعل تحول است. هنوز چالش‌های اصلی و مدل فکری روبه‌رو شدن با آن در کشور در حاله‌ای از ابهام است و این بدان معناست که مفهوم رگولاتوری با ذات موضوع بلاکچین از نظر ابعاد و سطح فکری در تناقض است.

تجربه در حوزه حاکمیت‌ها در مقابل پدیده‌های نوآوری (نه صرفاً محصول) را می‌توان شکست‌خورده تلقی کرد، چنانچه نه قوه قهریه و نه برخورد قاطع در ممنوع اعلام کردن نتوانسته سد راه این انقلاب باشد. البته چالش اصلی نهاد‌های مرتبط فعلی در نگاه پول‌شویی نیز کمی متفاوت است و این انقلاب در بطن مفهوم خود تعابیر دیگری را در پول‌شویی رقم زده و به نوعی می‌توان این سؤال را نیز پرسید که آیا در صورتی

که رصد، ابزار رصد و البته تجربه‌های هنجارهای مشابه را نداشته باشیم، می‌توان این موضوع را رگولاتوری کرد؟ آیا تا زمانی که نتوان موضوع distribute ledger technology را در کشور نهادینه کرد و چارچوب رسمی به آن بخشید، می‌توان به موضوع رمزارزها رسیدگی کرد؟ و البته از همه مهم‌تر؛ در صورت حل مسائل حقوقی، آیا سند بالادستی دچار تناقض نخواهد شد؟ البته با تمامی تلاش‌های مختلف در نهاد‌های خصوصی و دولتی و البته حجم گردش‌های روزانه می‌توان شتاب رشد آن را بدون آمار و ارقام نیز احساس کرد، آیا می‌توان امیدوار بود که این موضوع در ایران به‌زودی رنگ تازه‌ای به خود بگیرد و البته باز یگران ماندگار آن نیز در سایه همین تغییرات و البته اصلاح‌های بیش از پیش مشخص شوند که می‌بایست تنها نگرانی را این‌گونه مطرح کرد که حاکمیت یا هر نهاد دیگری می‌تواند در زمان مناسب این غافله را سامان دهد؟ و البته چالش‌های مهم‌تر به نام CBCD و البته نتورک آن نیز را می‌بایست جامع‌تر و با شتاب بیشتر حل و فصل کرد.

به فعالیت آن، به حیات خود ادامه دهد، گفت: «نامشخص بودن دستگاه متولی در این زمینه از مشکلات موجود در این حوزه است و تعدد متولی به سردرگمی موجود در این حوزه دامن زده است.»

به گفته او عدم گفت‌وگو مشترک در بین فعالان این اکوسیستم نقدی است که به این حوزه وارد است؛ چراکه وجود گفت‌وگو مشترک در این حوزه می‌تواند ما را به نتایج خوبی برساند. همچنین به دلیل اینکه تجربه تصمیم‌سازی در حوزه نوآوری در کشور ضعیف است و بر اساس تاریخچه کشور در برخورد با مسائل نوآوری به‌صورت سلسلی عمل شده، می‌توان تأکید کرد که انتقال دغدغه‌ها و محتوای درست به دستگاه‌های متولی با برقراری ارتباطی سازنده در جهت تشخیص تعارض منافع و برطرف کردن آن، می‌تواند سبب گره‌گشایی در این زمینه شود. او همچنین معتقد است که مسائل فقهی در حوزه رمزارزها یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش رو در این عرصه خواهد بود.

در نظر گرفتن چارچوبی اولیه برای حوزه‌های نوآورانه

بهزاد اسکندری، مدیرعامل اوکی اکسچنج با اشاره به مثالی از امکان عرضه خودروهای برقی قبل از خودروهای بنزینی و اقبالی که امروز به خودروهای الکتریکی در دنیا وجود دارد، بر این نکته تأکید کرد که تکنولوژی‌های نوظهور همواره در معرض اقبال یا عدم اقبال عمومی قرار دارند.

بلاکچین و رمزارزها با کاربرد‌های خود به‌عنوان تکنولوژی پای به عرصه وجود گذاشتند و در دنیا برخی کشورها برای آن چارچوب‌های اولیه‌ای را وضع کردند تا در ادامه مسیر بتوانند با به‌روزرسانی خود با چالش کمتری روبه‌رو شوند. به گفته او بلاکچین و رمزارزها طی دو سال گذشته در کشور مورد اقبال عمومی قرار گرفتند و فعالان این حوزه سعی کردند با اعمال خودتنظیم‌گری در استفاده بیشتر از این فناوری، برای عموم نقش آفرینی کنند. با وجود اینکه پرداخت آنلاین با چالش‌هایی روبه‌رو است، کامل‌ترین شیوه احراز هویت، بررسی رفتار و تراکنش‌های مالی کاربر در مقایسه با سایر کسب‌وکارها در حال انجام است، در حالی که فروشگاه‌های اینترنتی و صرافی‌های سنتی از چنین امکانی برخوردار نیستند. با این حال صرافی‌ها با امکانات موجود، بررسی رفتار کاربر، وضع محدودیت‌ها، تبعیت از قوانین بانکی و احراز هویت کامل سعی کردند دغدغه‌های دستگاه‌های اجرایی و نظارتی را در حد توان خود پوشش دهند.

عرضه نشده‌اند؛ عقب‌ماندگی کشور در این زمینه را بیشتر نشان می‌دهد.

سردرگمی فعالان حوزه رمزارز، به دلیل عدم قانون‌گذاری مشخص

به گفته او فعالیت در این حوزه همچنان قانونی نشده است، اما این بدان معنا نیست که فعالیت در این زمینه غیرقانونی است؛ این موضوع ضرورت ورود حاکمیت برای قانون‌گذاری را به دلیل فراگیری آن در بین جامعه نشان می‌دهد. بلاکچین تنها حوزه پول را به خود اختصاص نمی‌دهد و فرای این موضوع است و از آن به‌عنوان یک شیوه و ابزار جدید قانون‌گذاری به‌منظور کاهش کلاهبرداری‌ها استفاده می‌شود؛ بنابراین مهم‌تر از بحث رگولیشن، آگاهی‌بخشی در این زمینه است، چراکه می‌توان جلوی کلاهبرداری‌هایی را که به مردم خسارت وارد می‌کند، گرفت.

اقتصاد غیرمتمرکز با هدف نوع جدیدی از حاکمیت ایجاد شده است

امیرحسین مردانی، مدیرعامل بیت‌پین با اشاره به اینکه تمامی حاکمیت‌ها با مفهوم اقتصاد غیرمتمرکز یا Decentralized مشکل دارند، گفت: «این تکنولوژی با هدف کنار گذاشتن دولت مردان به شکل مرسوم و ایجاد نوع جدیدی از حاکمیت در جهت برچیدن سلطه دلار آمریکا، پای در این عرصه گذاشته است. با این حال نمی‌توان بیت‌کوین یا بلاکچین را به معنای قانون‌گذاری عامی که وجود دارد، رگوله کرد.» به گفته او برای اینکه بتوان از چنین تکنولوژی‌هایی استفاده کرد، باید آن را به حالت پذیرا بودن تبدیل کرد. به گفته او «در همین رابطه آمریکا هنگامی که با توکن‌های کریپتوکارنسی روبه‌رو شد، فعالیت آنها را تحت قوانین موجود مالی خود مجاز کرد؛ در حالی که در ایران قوانین حوزه فایننس امکان پوشش حوزه کریپتوکارنسی را ندارند. به همین دلیل برای قانون‌گذاری در این زمینه ناچار به تغییر قوانین مالی خود هستیم که فرصت خوبی را ایجاد می‌کند تا با بازبینی مجدد قوانین مالی بتوان مشکلاتی را که وجود دارد، در جهت استفاده بهتر از فناوری‌های جدید برطرف کرد.»

نامشخص بودن دستگاه متولی در حوزه بلاکچین و رمزارزها

محمد آنالویی، مدیرعامل والکس با بیان اینکه تاکنون اکوسیستم عملکرد مناسبی از خود نشان داده و این امر سبب شده با وجود تمایل حاکمیت برای پایان دادن



آموزش سیاست‌گذاران داخلی امری ضروری است

جوکار همچنین با تأکید بر اینکه سیاست‌گذاران داخلی باید آموزش لازم را در این حیطه ببینند؛ چراکه در غیر این صورت امکان قانون‌گذاری وجود نخواهد داشت، افزود: «همواره نوآوری با موانعی روبه‌رو بوده و یکی از عوامل مخالفت قانون‌گذار با این تکنولوژی می‌تواند چالش موجود در پذیرش ریسک‌ها و برخی مسئولیت‌های این حوزه باشد که می‌توان با استفاده از تجارب کشورهای دیگر با پیاده‌سازی روش خودتنظیم‌گری در شرکت‌های خصوصی این چالش را حل کنیم.»

نباید آزادی مالی را محدود کرد

روح‌اله جهنده، قائم‌مقام رمزینکس با بیان اینکه مأموریت‌های صرافی‌های جهانی مانند کوین‌بیس و بایننس بر اساس آزادی مالی پیش می‌روند، توضیح داد: «رگولیشن آزادی را محدود می‌کند و همچنین مانع آزادی افراطی می‌شود، با این حال باید در نظر داشت که نباید در این زمینه مردم دچار ضرر و زیان شوند.» او معتقد است که حوزه بلاکچین بسیار پویا و دارای ابعاد وسیعی است. اشاره او به اینکه کوین‌بیس به‌صورت IPO یا Initial Public Offering در بورس عرضه شده، در حالی که در ایران همچنان بسیاری از کسب‌وکارهایی که قدیمی‌تر از کسب‌وکارهای بلاکچینی هستند، در بورس

پرداختن به رمزارزها برای بدنه حاکمیت اهمیت پیدا کرده و در این باره مثالی زد: «علیرضا پیمان‌پاک، رئیس سازمان توسعه تجارت، چند روز پیش در توییتی پیشنهاد کرد که از رمزارزها در حوزه تجارت خارجی استفاده بشود. هرچند این مسئله به زیرساخت‌ها و قانون‌گذاری‌های اساسی نیاز دارد، اما همین که می‌بینیم حاکمیت به این فکر افتاده که از رمزارز استفاده جدی و عمقی داشته باشد، نقطه روشنی است و نشان می‌دهد که حرکت‌های جمعی ما در بخش خصوصی می‌تواند اثرگذار باشد.»

او در انتهای صحبت‌هایش به لزوم آگاهی‌بخشی برای مردم و حاکمیت اشاره کرد و گفت: «طبق فرمایش

می‌بینند و یکسری همچنان نمی‌بینند. خوب است به فناوری بلاکچین به‌عنوان یک حس جدید نگاه کنیم تا بتوانیم با آنها که نمی‌بینند یا خودشان را به ندیدن زده‌اند، تعامل کنیم.»

رئیس کمیسیون اقتصاد نوآوری اتاق بازرگانی تهران، به‌نام محمود واعظی که اردیبهشت امسال در ارتباط با عدم مسدودسازی درگاه‌های پرداخت اینترنتی به رئیس کل بانک مرکزی ابلاغ شد، اشاره کرد و گفت: «این دستور که توانست فضای جدیدی را ولو برای مدتی کوتاه در اکوسیستم بلاکچین و رمزارز کشور ایجاد کند، نتیجه همکاری و اتحاد بیش از ۶۰ هزار نفر از فعالان اکوسیستم بود. این نامه یکی از آن نقطه‌هایی بود که ما باور کردیم تلاش‌های جمعی ما، نتیجه‌ای اگرچه کوچک خواهد داد و به ما یاد داد که جمع ما قدرتمند است.»

فردیس در ادامه صحبت‌هایش به این موضوع اشاره کرد که



شماره ۵
۱۴۰۰ دی ۲۶
سال اول



آرش فروزان

Arashforouzanala@yahoo.com



فرصتی برای سرمایه‌گذارها و کسب‌وکارهای کریپتویی چینی هنگ‌کنگ؛ پناهگاه رمزارزی چین

با وجود ممنوعیت سراسری رمزارزها در کشور چین، به نظر می‌آید وضعیت ویژه شهر هنگ‌کنگ به‌عنوان یکی از سه منطقه مالی آزاد این کشور باعث شده تا بسیاری از سرمایه‌گذاران سابق رمزارزی این کشور در پس‌زمینه ممنوعیت رمزارزها برای ادامه فعالیت‌های خود به این ابرشهر پناه بیاورند. حالا مرجع مالی شهر آزاد هنگ‌کنگ (HKMA) در قالب یک مقاله عمومی تفکرات هیئت شهری خود را در مورد رویکرد نظارتی برای دارایی‌های رمزارزی، به‌ویژه استیبل‌کوین‌ها ارائه داد.

در مهم‌ترین بخش این اطلاعیه آمده است: «رویکرد ما و شهر هنگ‌کنگ با در نظر گرفتن توصیه‌های بین‌المللی، بازار و چشم‌انداز نظارتی در سطح محلی و سایر حوزه‌های قضایی کشور، در نهایت به نفع استفاده از رمزارزها از جمله استیبل‌کوین‌ها در این شهر آزاد است. ویژگی‌های استیبل‌کوین‌ها، به‌خصوص با دقت بالایی مورد ارزیابی قرار گرفت و نظر نهایی هیئت به‌آسانی مورد توافق قرار نگرفت.» برای سهولت ذی‌نفعان در به اشتراک گذاشتن نظرات خود، HKMA همچنین موضوعات خاصی را در قالب پرسش و پاسخ در مقاله برجسته کرده است. «ادی‌یو»، مدیر اجرایی HKMA در بیانیه‌ای گفت: «توسعه سریع دارایی‌های کریپتو، به‌ویژه استیبل‌کوین‌ها، موضوعی است که در جامعه نظارتی بین‌المللی مورد توجه قرار می‌گیرد، زیرا در عین ایجاد خطرات احتمالی در رابطه با ثبات پولی و مالی، جوانب مثبت بسیاری دارد. ما مشتاقانه منتظر شنیدن بازخورد از سوی ذی‌نفعان هستیم و یک رژیم نظارتی مبتنی بر ریسک و عمل‌گرایی را در این زمینه ایجاد خواهیم کرد.»



شماره ۵
۲۶ دی ۱۴۰۰
سال اول



آنها که می‌خواهند سهام داروب ۳ باشند!

از اندریسن هورویتز تا انویدیا؛ چرا همه به دنبال سرمایه‌گذاری روی دنیای تازه وب شده‌اند؟

گاهی برای حریم خصوصی ما در دسرساز است؟ برای پاسخ به این سؤال، اول باید بدانیم که شرکت‌های تجاری برای آنکه بتوانند به‌صورت هدفمند تبلیغ کنند، باید از علایق و سلیقه ما آگاه باشند. برای این آگاهی آنها نیاز دارند که درباره ما اطلاعات به دست بیاورند. آنها این اطلاعات را در شرکت‌ها و پلتفرم‌هایی دریافت می‌کنند که خود ما اطلاعات مان را در اختیارشان گذاشته‌ایم.

برای مثال وقتی ما در فیس‌بوک و اینستاگرام حساب کاربری می‌سازیم و در آنها درباره خودمان اطلاعات و محتوا به اشتراک می‌گذاریم، به آنها این امکان را می‌دهیم که از این اطلاعاتی که در اختیارشان گذاشته‌ایم، کسب درآمد کنند. شرکت‌هایی مانند فیس‌بوک و اینستاگرام که متکی بر سیستم وب ۲ کار می‌کنند، اطلاعات ما را به شرکت‌های تبلیغاتی می‌فروشند! فروش این اطلاعات در واقع نقض حریم خصوصی ماست.

برای مثال وقتی ما در اینستاگرام یک هشتگ را دنبال

وجود ندارد و وبسایت‌ها، برنامه‌ها و خدمات به دست کاربران اداره و کنترل می‌شوند. وب ۳ قرار است تغییرات مهمی را در سیستم‌های فناورانه، مدیریتی و اقتصادی جهان به وجود آورد. اما چگونه؟ در این مطلب قصد داریم به این سؤال پاسخ بدهیم.

کدام مشکلات وب ۲ در وب ۳ حل می‌شوند؟

وب ۳ برای رفع مشکلات و نواقصی که در وب ۲ وجود دارد، ابداع شد. از مسائل مهمی که در وب ۲ با آن روبه‌رو هستیم، عبارت‌اند از: تبلیغات هدفمند (Targeted advertising)، نبود حریم خصوصی (lack of privacy)، تمرکزگرایی (centralization) و همچنین سانسور (censorship). اولین سؤال این است که تبلیغات هدفمند چیست و چرا

داستان شبکه جهانی وب، از سال‌های گذشته تا امروز، سه مرحله مشخص دارد: وب ۱ (WEB1)، وب ۲ (WEB2) و وب ۳ (WEB3). وب ۱ از سال ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۵ که اولین سال‌های تولد اینترنت بود، ساختار غالب سیستم اطلاعات اینترنتی بود. در وب ۱ کاربران فقط در یافت‌کننده اطلاعات بودند. برای مثال وقتی شما به سایت یک خبرگزاری می‌روید، تنها اطلاعات دریافت می‌کنید و خودتان تولید محتوا نمی‌کنید.

وب ۲ در سال ۲۰۰۴ مطرح شد. وب ۲ در مقایسه با وب ۱ ساختار تعاملی دارد؛ یعنی کاربران علاوه بر دریافت اطلاعات، خودشان هم تولید محتوا می‌کنند و برای دیگران اطلاعات می‌فرستند. پلتفرم‌هایی مثل فیس‌بوک و اینستاگرام متکی بر شبکه وب ۲ هستند. وب ۳ نسل سوم شبکه جهان‌گستر وب است؛ در وب ۳ اینترنت یک مرحله تکامل پیدا می‌کند. در این شبکه تمرکز



سجاد باقری
تحلیلگر ارزهای دیجیتال
sajjadbagheriazar@gmail.com

«کلاهبرداری»؛ اصلی‌ترین تهدید برای سرمایه‌گذاران بهانه اصلی رگولاتورها

نبرد در برابر محبوبیت رمزارزها موضوع جدیدی نیست و از زمان همه‌گیر شدن جو این بازار، بهانه‌های گوناگون و مختلفی برای توجیه این اقدامات به کار گرفته شده است. نظرسنجی سالانه دفتر رگولاتورهای اوراق بهادار آمریکای شمالی (NASAA) از سرمایه‌گذاران خواسته تا قبل از ورود به بازارهای غیرقانونی رایج و پر نوسان، به‌ویژه سرمایه‌گذاری‌های مربوط به ارزها و دارایی‌های دیجیتال، احتیاط کنند.

«ملانی سنتر لوبین»، رئیس NASAA و کمیسر اوراق بهادار مریلند می‌گوید: «متداول‌ترین نشانه کلاهبرداری سرمایه‌گذاری، پیشنهاد بازدهی بالا بدون ریسک است. برای سرمایه‌گذاران مهم است که بدانند در چه چیزی و با چه

کسانی سرمایه‌گذاری می‌کنند. آموزش و اطلاعات بهترین دفاع سرمایه‌گذار در برابر تقلب در روند سرمایه‌گذاری است. این دارایی‌های دیجیتال به‌طور منظم در چارچوب نظارتی سرمایه‌گذار قرار نمی‌گیرند؛ بنابراین ممکن است برای مروجین این محصولات آسان‌تر باشد که «عموم» را با قصد کلاهبرداری جلب کنند.»

«جوزف روتوندا»، نایب‌رئیس کمیته بخش اجرایی می‌گوید: «قبل از اینکه جو رمزارزها شما را بگیرد، به خاطر داشته باشید که ارزهای دیجیتال و محصولات مالی مرتبط، ممکن است چیزی بیش از جبهه‌ای برای طرح‌های پونزی و سایر کلاهبرداری‌ها نباشد.»



آمادگی جمعی شرکت‌های رمزارزی برای رگولاتوری در ۲۰۲۲

استیبل کوین‌ها؛ اولویت رگولاتورها

← **استیبل کوین‌ها؛ اولویت رگولاتورها**
 جروم پاول، رئیس فدرال رزرو آمریکا به نظرات بسیار منفی خود درباره استیبل کوین‌ها شهره است. از نظرات او گرفته تا جلسات پرتنش کنگره آمریکا درباره این رمزارزها می‌توان برداشت کرد که استیبل کوین‌ها در خط مقدم دریافت خشم رگولاتورها قرار دارند.

«مایکل فسانولو»، دبیر آموزش و قانون گذاری هیئت شناخت بلاکچین دولت آمریکا در این باره می‌گوید: «اگر فدرال رزرو حقیقتاً به دنبال تولید یک رمزارز ملی تحت کنترل بانک مرکزی آمریکا باشد، به‌طور حتم درباره استیبل کوین‌ها تحقیقات فراگیری به راه خواهند انداخت تا نمونه‌های برای رژیم رگولاتوری رمزارز آینده خود پیدا کنند، اما این پایان کار نیست و قطعاً ارزهایی مانند تتر که رقیب مستقیم چنین پروژه‌های به‌شمار می‌آیند نیز مورد هدف قرار خواهند گرفت.»

خود پاول نیز در ماه ژوئن ۲۰۲۱ گفته بود که ساخت یک دلار دیجیتال تحت کنترل بانک مرکزی آمریکا که با علامت اختصاری CBDC نیز شناخته می‌شود، به‌طور غیرمستقیم تلاشی خواهد بود جهت از بین بردن تقاضا برای رمزارزهایی چون تتر که از نظر او تهدیدی برای مصرف‌کنندگان است.

← راه میان‌روی

فسانولو می‌گوید: «ارزهای دیجیتال بسیار گسترده‌تر از آن هستند که زیر چتر یک سازمان معین قرار بگیرند. قانون‌گذاران باید به ارزهای دیجیتال به‌عنوان یک ابزار امنیتی، کالا، فناوری و ارزی برای آینده نگاه کنند و در عین حال حمایت از مصرف‌کننده، مبارزه با پول شویی و تلاش‌های ضدتروریسم را نیز در نظر بگیرند. من معتقدم SEC و CFTC احتمالاً فعال‌ترین آژانس‌های ایالات متحده باشند که ما شاهد آنها خواهیم بود. فکر می‌کنم با وجود افکار فعلی رگولاتورها در خزانه‌داری، همچنین سازمان‌های بالقوه ایالتی و فدرال، در نهایت شاهد سست شدن این سرسختی و پذیرش بیشتر در طول زمان از سوی این نهادها خواهیم بود. در نهایت این راه میان‌روی و چندسازمانی است که به شکل غیرقابل اجتناب بر فضا حاکم می‌شود.»

در حالی که چارت بیشتر رمزارزها در آغاز سال ۲۰۲۲ قرمز مانده، ابر تیره دیگری نیز بر فراز بازار دیده می‌شود؛ رگولاتورها و قانون‌گذاران عزم خود را برای مقابله شدیدتر جزم کرده‌اند. در ماه‌های آخر سال ۲۰۲۱، سیاست‌مداران آمریکایی از هر دو حزب بارها به‌طور علنی یا غیرمستقیم سیگنال داده‌اند که بررسی دقیق‌تر و قانون‌گذاری سنگین‌تر برای کنترل فعالیت‌های قشری که حالا به «قشر رمزارزی» معروف شده، در سال ۲۰۲۲ محقق خواهد شد. کنگره تاکنون جلسات مکرری درباره استیبل کوین‌ها و آینده بازارهای مالی داشته و نظرات عموم قانون‌گذاران و دبیران سازمان‌های ناظر - خصوصاً بانک مرکزی و فدرال رزرو - در این موارد منفی بوده است. ۲۰۲۲ حالا اینجاست و این نظرات، آینده بازارهای رمزارزی را از همیشه نامعلوم‌تر کرده است.

← معنای «مرکزیت‌زدایی» برای رگولاتور

کمسیون تجارت کالای ایالات متحده یا CFTC در روز اول سال ۲۰۲۲ دستور تعطیلی پلی‌مارکت را صادر کرد. پلی‌مارکت یکی از معروف‌ترین سامانه‌های شرط‌بندی بر پایه رمزارزها بود. امری که به گفته بسیاری نشانه‌ای دقیق از چگونگی مقابله رگولاتورها با بازارهای مرکزیت‌زدایی شده است. با وجود اینکه پلی‌مارکت یک سامانه مرکزیت‌زدایی شده بود که از قراردادهای هوشمند برای پیشبرد سازوکار خود بهره می‌برد، همچنان افراد خاصی در پس‌زمینه آن حضور داشتند که مسئول مارکتینگ، مدیریت و به‌روزرسانی آن بودند. همان‌طور که درباره همه کسب‌وکارها افراد خاصی آنها را مدیریت می‌کنند. تلاش‌نهادهایی مانند CFTC دنباله‌روی از این افراد است، نه خود کسب‌وکارها. از این طریق، رگولاتورها عملاً ساختار مرکزیت‌زدایی شده این کسب‌وکارها را دور می‌زنند و از طریق محاکمه افراد از ریشه این کسب‌وکارها را منکوب می‌سازند. سخنگوی CFTC در بیانیه‌ای ذکر کرد که مسئولان پلی‌مارکت نهایت همکاری را با این نهاد در پروسه تعطیلی به ثمر رساندند و در شناسایی عوامل غیرقانونی نیز در تحقیقات کمک کردند؛ همکاری‌ای که حالا به نظر می‌آید شاید برای بقای بسیاری از کسب‌وکارهای رمزارزی یک اجبار باشد.

می‌کنیم. یا وقتی در سایت آمازون خرید می‌کنیم، در واقع آمازون را واسطه خودمان و فروشنده کرده‌ایم. آمازون ما را به فروشنندگان متصل می‌کند و برای قوانین میان‌ما تعیین تکلیف می‌کند. در وب ۳ این واسطه‌ها حذف شده‌اند.

← وب ۳ فرصتی برای درآمدزایی است

پروژه‌هایی که از آنها صحبت کردیم، مشکلات زیرساختی وب ۳ را رفع و رجوع می‌کنند، اما پروژه‌های جذاب دیگری هم در وب ۳ هستند که هم جایگزین برنامه‌ها و پروژه‌های وب ۲ هستند و همان امکانات را در اختیار ما می‌گذارند، هم از اطلاعات مادر برابر سوءاستفاده و سانسور محافظت می‌کنند و هم به ما این فرصت را می‌دهند که از اطلاعات خودمان پول دربیابیم. یعنی به جای آنکه یک شرکت دیگر مثل فیس‌بوک از اطلاعات ما کسب درآمد کند، این خودمان باشیم که در مقابل اطلاعاتی که می‌دهیم یا زمانی که صرف می‌کنیم، پول بگیریم.

برای مثال پروژه‌های مثل LBRY، یک پلتفرم ویدیویی متکی بر وب ۳ است که جایگزین یوتیوب شده است. کاربران در این پلتفرم ویدئو آپلود می‌کنند، ویدئوهای دیگران را تماشا و لایک می‌کنند و در ازای این کار درآمد کسب می‌کنند.

پروژه دیگری به نام Steemit وجود دارد که در وب ۳ جایگزین فیس‌بوک و ردیت (Reddit) شده است. این پروژه ویژگی‌های فیس‌بوک و ردیت را در خود گردآوری کرده و تفاوتش با آنها در امکان کسب درآمد است؛ یعنی کاربران از انتشار محتوا در این پلتفرم پول دریافت می‌کنند.

در وب ۳ برای گوگل کروم و فایرفاکس هم مرورگر جایگزین طراحی شده است. «بریو» (Brave) مرورگری است که در شبکه وب ۳ کار می‌کند و مسئله تبلیغات هدفمند در مرورگرهای وب ۲ را برطرف کرده است. بریو تا امروز ۳۳ هزار افزونه تبلیغاتی یا ads را بلاک کرده است. شما به ازای هر تبلیغی که در بریو تماشا کنید، پول دریافت می‌کنید.

← وب ۳ چشم‌انداز گسترده‌ای دارد

وب ۳ اهمیت زیادی دارد. این را می‌توانیم از رویکرد شرکت‌های بزرگ دنیا به این پدیده متوجه شویم. مثال بارز آن شرکت گوگل است که به‌صورت متمرکز در حال کار کردن روی وب ۳ است. شرکت خدمات مالی اندرپسن هورویوتز از جمله شرکت‌های بزرگ دیگری است که پروژه‌های خودش را به وب ۳ معطوف کرده است. نمونه دیگر شرکت گرافیکی انویدیا (Nvidia) است که در فهرست بورس نزدک با عنوان سهام وب ۳ (web3 stock) شناخته می‌شود.

در نهایت باید گفت که درک امروز ما از وب ۳ با درک مردم دو دهه پیش از اینترنت قابل مقایسه است. آنها به‌تازگی با اینترنت آشنا شده بودند و نمی‌توانستند به‌روشنی درباره‌اش توضیح بدهند. ما هم احتمالاً ۲۰ یا ۳۰ سال بعد بتوانیم درباره سازوکار وب ۳، محصولاتش و تأثیری که بر جهان می‌گذارد، توضیح دهیم.

کنیم و چندین مطلب یا پست مربوط به آن را مشاهده کنیم، دفعات بعدی که صفحه جست‌وجوی اینستاگرام را باز کنیم، اینستاگرام پست‌های مربوط به آن هشتک را به ما نشان می‌دهد. مثلاً فرض کنید که شما چندین بار پست‌های مربوط به یک نوع غذا، یا دکوراسیون، یا برندهای لباس را مشاهده کنید، پس از آن اینستاگرام مرتباً مطالب مربوط به این موضوعات را به شما نشان خواهد داد.

مثال دیگر وقتی است که ما لوکیشن گوشی خود را مرتباً فعال نگه داریم. وقتی ما هر روز در ساعت مشخصی (مثلاً ۸ صبح) به مکان مشخصی برویم و در روزهای آخر هفته این کار را انجام ندهیم، پلتفرم‌هایی مثل یوتیوب به‌صورت هوشمند متوجه می‌شوند که این دو روز احتمالاً تعطیلات آخر هفته ماست؛ پس در طول هفته وقتی به آن روزها نزدیک می‌شویم، به ما محتوای تبلیغاتی درباره چگونگی گذراندن اوقات فراغت در تعطیلات را نمایش می‌دهند.

مسئله مهم دیگری که در وب ۲ با آن سروکار داریم، تمرکزگرایی و سانسور است. احتمالاً خوب می‌دانید که دولت‌ها می‌توانند دسترسی ما را به اینترنت و اطلاعات محدود کنند. برای مثال در کره شمالی دسترسی مردم به اینترنت قطع شده است؛ یا در کشورهای زیادی بعضی سایت‌ها فیلتر شده‌اند و مردم به آسانی نمی‌توانند به آنها دسترسی داشته باشند؛ یا از آن جالب‌تر، شرکتی مانند توئیتر حتی می‌تواند حساب کاربری شخصی مانند رئیس‌جمهور آمریکا را ببندد.

بنابراین در فضای وب ۲ نهاد‌های متمرکزی مثل دولت یا حتی شرکت‌ها می‌توانند اختیار ما را تحت کنترل خودشان بگیرند، اطلاعات را سانسور کنند و برای دسترسی ما به اطلاعات تعیین تکلیف کنند؛ اینها مسائلی است که قرار است در وب ۳ حل و فصل شود.

← راه‌حل وب ۳ چیست؟

از اصول پایه‌ای وب ۳ اطمینان یا trust است. ما در وب ۳ مالک اطلاعات خودمان هستیم؛ و این ما هستیم که تعیین می‌کنیم چه کسی، کجا و با چه هدفی از آنها استفاده کند. این ما هستیم که به دیگران اجازه دسترسی به اطلاعاتمان را می‌دهیم.

اصل دیگر شبکه وب ۳ تمرکززدایی و مقاومت در برابر سانسور است. در فضای متمرکزی مانند وب ۲، یک نهاد مشخص بر فضا مسلط است، کاربران را کنترل و اطلاعات را سانسور می‌کند، اما در وب ۳ چنین نهادی بر فضای شبکه مسلط نیست و در نتیجه کنترل بر کاربران و اطلاعات وجود ندارد.

حالا سؤال این است که این عدم تمرکز چگونه ایجاد می‌شود؟ پاسخ «حذف واسطه‌ها» است. در وب ۲ واسطه‌ها حرف اول را می‌زنند. برای مثال ما برای تبادل اطلاعات در واتس‌اپ و اینستاگرام، از واسطه‌ای به نام فیس‌بوک استفاده

از افزایش دزدی و کلاهبرداری است. دفتر آمار رمزارزی از ChinaAnalysis می‌گوید که رشد چشم‌گیر فناوری دیفای دلیل اصلی فراگیرتر شدن کلاهبرداری، خصوصاً در مورد افراد تازه‌کارتر در این حوزه است.

دفتر رگولاتورهای اوراق بهادار آمریکایی شمالی خاطر نشان کرد که بسیاری از تهدیدات کلاهبرداری که امروزه سرمایه‌گذاران با آن مواجه هستند، شامل پیشنهادها و خصوصی در فضای رمزارزی است که از الزامات ثبت قانون فدرال مستثنی هستند. در نتیجه، دولت‌ها نیز، از نظر قانونی درباره پیگیری این کلاهبرداری‌ها به‌طور کلی محدود می‌شوند.

روتوندا افزود که سرمایه‌گذاری در برنامه‌های معاملات رمزارزی، مابین‌های استخراج کریپتو، حساب‌های سپرده ارزهای دیجیتال و توکن‌های اوراق بهادار از نظر او یک «سفته‌بازی بسیار مخاطره‌آمیز با ریسک ضرر بالا» شمرده می‌شوند.

طبق گفته شرکت Chainalysis، کلاهبرداران فعال در این حوزه در سال ۲۰۲۱ موفق شدند تنها از طریق سامانه‌های دیفای یا خدمات مالی غیرمتمرکز بیش از ۱۴ میلیارد دلار پول شویی و دزدی کنند. همچنین در سال ۲۰۲۱ ضرر و زیان ناشی از جرائم مربوط به رمزارزها نسبت به سال گذشته نزدیک به ۸۰ درصد افزایش یافته که بخش اعظم آن ناشی



شماره ۵
۱۴۰۰ دی ۲۶
سال اول





بازی موش و گربه تسلا و دوج کوین

تسلا مجدداً امکان استفاده از پرداخت با دوج کوین را راه اندازی کرد؛ موضوعی که باعث شد این کوین ۱۷ درصد رشد قیمت را تجربه کند.



آبرا و مدیریت دارایی

استارتاپ کریپتویی آبرا اعلام کرده وارد مدیریت دارایی سازمانی شده و این بخش از کسب و کار خود را توسعه داده است.



ورود یک شهر به اقتصاد کریپتو

شهردار ریودوژانیرو اعلام کرده این شهر یک درصد از دارایی‌های خود را به شکل رمزارز ذخیره و نگهداری خواهد کرد. شهردار ریودوژانیرو اعلام کرده این آغاز راه رمزارزی شدن این شهر است.



رشدی ۱۲ برابر پیش بینی‌ها

پلتفرم بازی اکسی اینفینیتی که قرار بود تا پایان ۲۰۲۱ حدود ۲۵۰ هزار کاربر بگیرد، اعلام کرده به رکورد ۲/۹ میلیون کاربر رسیده است. این پلتفرم روی بازی‌های NFT تمرکز دارد.



شماره ۵
دی ۲۶
سال اول



بنکمن و FTX سرمایه گذار استارتاپ‌های رمزارزی می شوند

با راه افتادن یک وی سی دو میلیارد دلاری

شرکت‌های کوچک‌تر و دیگر نوآوری‌های تجاری این صرافی را مدیریت کند.

بازی و وب ۳ برای سرمایه‌گذاران جذاب شده است

و گفته که این صندوق که FTX Ventures نام گرفته، به طور گسترده در حوزه کریپتو و وب ۳ سرمایه‌گذاری خواهد کرد و اشاره کرده در همین مدت کم که با تیم‌های مختلف این حوزه که نیازمند سرمایه بوده‌اند تعامل کرده، از تعداد تیم‌های مستعد در فضای بازی وب ۳ هیجان زده شده است.

FTX که یک صرافی غیرمتمرکز است، اعلام کرده یک صندوق سرمایه‌گذاری خطرپذیر دو میلیارد دلاری راه‌اندازی کرده که روی حمایت از تیم‌های فعال در اکوسیستم دارایی‌های دیجیتال متمرکز خواهد بود. این صرافی مطرح دنیای رمزارزها که با سبک کاری و زندگی بنیان‌گذارش و موفقیت‌های تحسین‌برانگیز برندش شناخته می‌شود، اعلام کرده روی پیشرفت بلاکچین و پذیرش وب ۳ در دنیای کسب و کارها متمرکز خواهد بود. «امی وو»، یکی از مدیران لایت اسپید ونچرز به همین منظور به صرافی FTX پیوسته تا سرمایه‌گذاری‌ها، توسعه بازی‌ها، خرید و همگرا کردن

به گفته وو؛ صنعت بازی بسیار بزرگ است، یک صنعت سالانه ۲۰۰ میلیارد دلاری که از نظر محتوا و نوآوری به سرعت در حال رشد است. همچنین FTX، گفته با همکاری لایت اسپید ونچرز و سولانا ونچرز یک سرمایه ۱۰۰ میلیون دلاری در زمینه توسعه بازی‌های مبتنی بر وب ۳ اختصاص داده‌اند.

سم بنکمن فرید، مدیرعامل FTX طی یک پست در نشست نوآوری مالی بلومبرگ در ماه گذشته گفته بود که ان اف تی‌های بازی می‌توانند نیروی محرکه‌ای برای آوردن ارزش‌های دیجیتال به جریان اصلی اقتصاد جهان باشند.

بنکمن در رابطه با وی سی جدیدی که این صرافی راه‌اندازی کرده هم گفته سرمایه‌گذاران آنها در FTX تأثیر عمیقی در حمایت از رشد و توسعه‌شان داشته‌اند و آنها تلاش می‌کنند همین نقش را در FTX Ventures ایفا کنند و برای یافتن باهوش‌ترین ذهن‌ها و نوآوری‌های تخریبگر در فناوری هیجان زده هستند.

سرازیر شدن سرمایه‌های خطرپذیر به سمت رمزارزها

در سال گذشته میلادی حجم سرمایه‌های زیادی به فضای کریپتو سرازیر شده و بیش از ۱۷ میلیارد دلار فقط در نیمه اول سال ۲۰۲۱ در پروژه‌هایی از این دست سرمایه‌گذاری شده است. اما به نظر می‌رسد با تشکیل صندوق‌هایی مشابه وی سی اف‌تی ایکس باید منتظر ورود سرمایه‌های بیشتری به صنعت رمزارزها، به ویژه در حوزه وب ۳ و بازی‌های مبتنی بر ان اف تی بود.

FTX در ماه‌های اخیر در دوره‌های تأمین مالی انواع استارتاپ‌های رمزارزی شرکت کرده است؛ از جمله روی استارتاپ Web3Auth که ارائه‌دهنده زیرساخت ارزش‌های دیجیتال است، سرمایه‌گذاری کرده؛ همچنین روی استارتاپ DriveWealth که در حوزه سلامت در وب ۳ تمرکز دارد.

از صندوق‌های مهم سرمایه‌گذاری در حوزه کسب و کارهای رمزارزی می‌توان به سیرکل اشاره کرد که در ماه نوامبر برنامه‌هایی را برای راه‌اندازی یک صندوق خطرپذیر جهت سرمایه‌گذاری در پروژه‌ها و شرکت‌های بلاکچینی آنها در مراحل اولیه اعلام کرده بود.

همین‌طور EJM Capital و Silvergate Capital برای راه‌اندازی یک صندوق خطرپذیر با یکدیگر همکاری کرده‌اند. نمونه آخر هم شرکت سرمایه‌گذاری Kraken Ventures است که از اولین صندوق خطرپذیر خود، پس از جذب ۶۵ میلیون دلار برای سرمایه‌گذاری در حوزه ارزش‌های دیجیتال و فین تک رونمایی کرد.

این کشور اخذ کرده است.

انتظار می‌رود که شرکت ادغام شده در ۲۰ ژانویه از طریق ASX تحت عنوان «SQ» معامله شود، در حالی که نماد بورسی «APT» متعلق به افترپی یک روز قبل از آن به حالت تعلیق درخواهد آمد. کارشناسان می‌گویند این یک تحول بزرگ در بورس استرالیاست که درهای خود را به روی شرکت‌های رمزارزی گشوده است.

طبق گزارش اخیر که به سهام‌داران اسکوتر

شرکت بلاک که همان اسکوتر سابق است به‌تازگی شرکت افترپی را که در زمینه پرداخت با تأخیر فعالیت می‌کند، خریده و در اواخر این ماه تجارت خود را در بورس اوراق بهادار استرالیا (ASX) آغاز خواهد کرد. این برای اولین بار در تاریخ بورس این کشور است که یک شرکت متمرکز بر ارز دیجیتال را پذیرش می‌کند. پس از تغییر نام از اسکوتر به بلاک در دسامبر سال گذشته میلادی، این شرکت خدمات مالی هفته گذشته اعلام کرد که شرکت افترپی استرالیا را خریداری کرده است. علاوه بر بورس استرالیا بلاک اعلام کرده تأیید بانک اسپانیا را هم برای فعالیت در

اسکوتر با خرید افترپی راهکارهای پرداخت کریپتویی بیشتری ارائه خواهد کرد

رمزارزها در بورس استرالیا



ورود وبه کارگیری رمزارزها در دنیای کسب و کار شتاب می گیرد مریتورس؛ رؤیای یک لینکدین رمزارز محور

قانون اساسی به شکل جمعی چه کنند. این داتو، با وجود رشد شدید و پوشش خبری گسترده در نهایت نتوانست در حراجی برنده باشد. با این وجود مفهوم انقلابی و عملکرد قابل توجه چنین ساختاری مفهوم ساختارهای حکومتی غیرمتمرکز را به طور گسترده در قانون توجه عموم و رسانه‌ها قرار داد.

«بوریس گوردت»، بنیان‌گذار دیگر مریتورس درباره نقش داتوها می‌گوید: «ایده ما اساساً این است که افرادی که در داتوها مشارکت دارند، عملاً در آینده دنیای کار، زندگی می‌کنند. ما بر این باوریم که اگر محصولی مانند مریتورس برای آنها بسازیم، بقیه جهان نیز به مرور وارد آن خواهند شد و در ۱۵ سال آینده عموم سازوکارهای کسب و کاری بر محور ساختارهایی چون داتوها پیش خواهند رفت.»

پستی و بلندی‌های مریتورس

بنیان‌گذاران مریتورس به خوبی با شکست آشنایی دارند. اولین پروژه مشترک بوریس گوردت و جیکوب کلیرهوت که «ویژینور» نام داشت، در کمتر از ۲۴ ساعت با شکستی سنگین مواجه و برای همیشه تعطیل شد.

ویژینور که به‌عنوان یک «بازی سرمایه‌گذاری فانتزی» در اواسط سال ۲۰۲۰ معرفی شده بود، به کاربران این امکان را می‌داد تا سهام مصنوعی شرکت‌های مجازی را به شکل ان‌اف‌تی خریداری کنند. این پروژه حتی قبل از شروع رسمی نیز از نظر قانونی بسیار بحث‌برانگیز شد و مورد انتقاد گسترده و پوشش رسانه‌ای وسیع قرار گرفت. انتقادات اصلی درباره ویژگی‌ها شامل ماهیت این ان‌اف‌تی‌ها به‌عنوان اوراق بهادار و همچنین سازوکار قمارگونه آن بود.

کلیرهوت درباره این تجربه می‌گوید: «به‌عنوان یک شرکت دوماهه، بیش از آنچه باید، مورد توجه رسانه‌های قرار داشتیم، و موانع قانونی را نیز دست‌کم گرفتیم. درباره اینکه ویژگی‌ها ایده اصلی بود و می‌توانست موفق باشد، شکی ندارم. فکر می‌کنم هنوز فضای قانونی حول رمزارزها بلوغ کافی برای برخی ایده‌های انقلابی‌تر را ندارد. تصمیم برای بستن ویژگی‌ها آسان نبود، ولی ضروری بود. آن تجربه و بالا و پایین‌های ما نشان داد که تیمی قوی داریم که دوست دارند در پستی و بلندی با هم کار کنند و نتیجه آن حالا در مریتورس خود را نشان خواهد داد.»

مریتورس نام یک شبکه اجتماعی جدید است که توسط سازندگان خود به‌عنوان «بخش حرفه‌ای و کسب و کاری متاورس» معرفی می‌شود. این شبکه که «جیکوب کلیرهوت» و «بوریس گوردت» به راه افتاده، می‌خواهد فضای حرفه‌ای لینکدین را با تمرکز بر رمزارزها بازسازی کند.

برای ثبت نام در این شبکه اجتماعی خلاقانه، کاربران باید آدرس والت‌های رمزارزی خود را وارد کنند تا از کار کردن آنها با رمزارزها اطمینان حاصل شود. مانند لینکدین، ارتباطات هر کاربر به شکل عمومی نمایش داده می‌شوند با این تفاوت که پروفایل‌ها و اطلاعات مربوط به آنها روی سرورهای مرکزیت‌زدایی شده خودمختار میزبانی می‌شود. کلیرهوت، یکی از بنیان‌گذاران در این مورد می‌گوید: «مانند لینکدین می‌توانید سابقه کاری افراد و ارتباطات آنها را ببینید. مردم می‌توانند از این اطلاعات برای برقراری ارتباط کاری استفاده کنند و فرایند استخدام را بسیار آسان‌تر از آن چه هست، پیش ببرند. برخلاف لینکدین اما، در مریتورس تجربه کاری و سوابق روی بلاکچین قرار می‌گیرد و احراز می‌شود. از این طریق کاربران می‌توانند به شکل مطمئن شخصیت حرفه‌ای خود، سوابق و استعدادها را خود را به دنیا ارائه دهند. این پلتفرم که به‌تازگی روی سامانه Product Hunt راه‌اندازی شده، به‌طور گسترده‌ای از فرایند داتو (DAO) بهره می‌برد. بر اساس داده‌های DeepDAO، بیش از ۱۸۰ سهام از این داتوها به ارزش بیش از ۱۰ میلیارد دلار تحت تملک نزدیک به دو میلیون مشارکت‌کننده قرار دارد.

داتو چیست؟

داتوها یک ساختار حکومتی جدید هستند که از طریق اینترنت و ارزهای دیجیتال امکان پذیر شده است. یک داتو را به‌عنوان یک جامعه آنلاین با یک حساب بانکی مشترک، یک چت گروهی و اغلب یک مأموریت متحدکننده در نظر بگیرید. یکی از اصلی‌ترین خبرهای اخیر مربوط به این داتوها وقتی بود که بنیادی به نام ConstitutionDAO از طریق مشارکت جمعی بیش از ۱۷ هزار سرمایه‌گذار تلاش کرد تا در حراجی از اولین نسخه‌های قانون اساسی آمریکا به رقابت بپردازد. به اعضای داتو در ازای مشارکت در این پروژه، توکن‌هایی داده شد که می‌شد در پایان حراج با آنها رأی داد که با این نسخه تاریخی از



لوکاهم یونیکورن شد!

با یک جذب سرمایه ۱۱۰ میلیون دلاری دیگر، استارت‌آپ کریپتویی تحلیل داده بزرگ تر شد

هم مشارکت داشته‌اند. از جمله سه سرمایه‌گذار قبلی لوکا که در دور جدید هم کنار این کسب و کار باقی مانده‌اند.

این سرمایه‌گذاری ۹ ماه پس از آخرین دور سرمایه‌گذاری ۵۳ میلیون دلاری این شرکت انجام شده و ماتراتزی گفته که در مجموع، این شرکت تاکنون حدود ۲۱۰ میلیون دلار جذب سرمایه کرده است.

نرم‌افزار Lukka داده‌های بیش از ۱۶ هزار دارایی رمزنگاری نقطه‌ای، ۷۰ هزار خدمت و محصول مرتبط با ارزهای دیجیتال، ۳۰۰ صرافی و حدود ۳۰ صرافی غیرمتمرکز را جمع‌آوری و تحلیل می‌کند.

لوکا مشتریان سازمانی بزرگی در میان شرکت‌های مالی سنتی دارد، اما بخش مهمی از مشتری‌های لوکا را شرکت‌های ارزهای دیجیتال از جمله Arca، Circle، State Street و eToro، S&P Dow Jones Indices تشکیل می‌دهند. ماتراتزی گفت: «ما به آنها کمک می‌کنیم پیچیده‌ترین چالش‌های داده در جهان را حل کنند و این چالش‌ها با تمام نوآوری‌هایی که در کریپتو وجود دارد، بیشتر و بیشتر می‌شود.»

رابرت ماتراتزی، مدیرعامل شرکت لوکا که یک شرکت نرم‌افزاری و ارائه‌دهنده داده‌های مرتبط با دارایی‌های کریپتو است، اعلام کرده با جذب سرمایه سری E خود با ارزش ۱۱۰ میلیون دلار، حالا این استارت‌آپ یونیکورن شده است؛ آن هم با ارزش ۱٫۳ میلیارد دلار.

او گفته در کل صنعت کریپتو شتاب زیادی وجود دارد و لوکا در مرکز آن قرار دارد.

قرار است این سرمایه برای تسریع تحقق استراتژی رشد و توسعه لوکا از طریق ایجاد دفاتر جدید در سطح بین‌المللی استفاده شود. ماتراتزی خاطر نشان کرده این شرکت در پایان سال ۲۰۲۱، دفاتر خود را در سوئیس و سنگاپور افتتاح کرده است.

او گفته تیم ما در سال گذشته تقریباً سه برابر شده است، اما این رشد کماکان ادامه خواهد داشت. افزایش سرمایه این استارت‌آپ کریپتویی توسط صندوق تأمین مالی Marshall Wace مستقر در لندن که در استراتژی‌های سرمایه‌گذاری جایگزین تخصص دارد، انجام شده است.

در این سرمایه‌گذاری هشت صندوق خطرپذیر دیگر



شماره
۱۴۰۰/۵۲۶
سال اول

می‌دهد که به جای پرداخت کامل بهای کالاها و خدمات، هزینه‌های آنها را به‌صورت اقساطی پرداخت کنند.



اعلام شده، درآمدی بیش از ۱٫۱ میلیارد دلار به‌عنوان سود ناخالص برای سه ماهه سوم ۲۰۲۱ این شرکت که حالا جک دورسی (بنیان‌گذار و مدیرعامل سابق توئیتر) را تمام‌وقت بالای سر خود دارد، ثبت شده است. اسکوتر مالک سرویس پرداخت همتابه‌همتای کریپتویی CashApp است و حالا با خرید اتریبی که شعارش «الان بخرید، بعداً پرداخت کنید» است، می‌خواهد گام‌های بلندتری در این بازار بردارد.

افتریبی در سال‌های اخیر در استرالیا به شهرت رسیده و به مشتریان این امکان را



رمزارز ۲۰



شاخص ترس و طمع در زمان نگارش این گزارش ۲۳ بود؛ با اینکه در هفته قبل این شاخص به عدد ۱۰ هم رسیده بود و اکنون شرایط ذهنی بازار کمی بهتر از قبل است، با این وجود هنوز هم ترس شدید بر ذهن معامله‌گران بازار رمزارزها حاکم است. با اینکه در مجموع هفته گذشته بازار مثبت بوده است، اما اصلاح سنگین هفته قبل تر هنوز از خاطر معامله‌گران بیرون نرفته است. در حالی که تحلیل‌های تکنیکال (میانگین‌های متحرک و نوسانگرها) در تایم‌فریم یک‌ماهه سیگنال خرید می‌دهند، اما یک هفته آینده از منظر تحلیلگران تکنیکال به نظر مثبت نمی‌رسد. سؤال اساسی این است که آیا روند نزولی بازار رمزارزها پس از دو ماه معکوس می‌شود؟ آیا بازار برمی‌گردد و ما شاهد آرامش در بازار رمزارزها خواهیم بود؟ آن‌طور که از شاخص‌های تکنیکال پیداست، در حال حاضر تا حدودی از فشار فروش بیت‌کوین در بازار کاسته شده است. با این حال، از آنجایی که شتاب صعودی قیمت رفته‌رفته کمتر می‌شود، شانس زیادی برای افزایش فشار خرید هم دیده نمی‌شود. نکته مهم؛ همه داده‌ها، متن‌ها و محتواهایی که در این صفحه می‌بینید، اطلاعات کلی از بازار هستند و به هیچ‌وجه توصیه‌ای برای سرمایه‌گذاری نیستند. همیشه به یاد داشته باشید که اطلاعات و شاخص‌های گذشته لزوماً در آینده هم همان مسیر را طی نمی‌کنند. ما در رمزارز ۲۰ مهم‌ترین دارایی‌های دیجیتال بازار کریپتوکارنسی‌ها را معرفی می‌کنیم. این دارایی‌ها حدود ۹۹ درصد حجم بازار رمزارزهای جهان را دربر می‌گیرند و در صرافی‌های رمزارز معتبر جهان و ایران هم فهرست شده‌اند. هدف این فهرست این است که از رتبه‌بندی‌های تک‌عاملی دوری کنیم و دارایی‌های دیجیتال ارزشمند جهان را بشناسیم و روندهای آنها را مدام رصد کنیم. ما هر فصل این فهرست را به‌روزرسانی می‌کنیم.



مکانیسم اجماع	ارزش	نوع	بازدهی (هفته گذشته)	ارزش بازار (میلیارد دلار)	قیمت (تومان)	توکن / کوین	دارایی	نماد	۱۰
اثبات کار	طلای دیجیتال	ارز	۲,۴۹٪	۸۱۴	۱.۲۱۱ میلیارد	BTC	بیت‌کوین	Bitcoin	۱
اثبات کار	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۳,۰۱٪	۳۹۵	۹۳ میلیون	ETH	اتریوم	Ethereum	۲
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۰,۰۳٪	۴۶	۴ میلیون	SOL	سولانا	Solana	۳
قابل سفارشی‌سازی	پرداخت	ارز	۰,۹۷٪	۴۰	۳۷ هزار	XRP	ریپل	Ripple	۴
	پول نقد دیجیتال	استیبل کوین	۰,۰۲٪	۷۸	۲۸ هزار	USDT	تتر	Tether	۵
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۲,۱۹٪	۴۴	۴۲ هزار	ADA	کاردانو	Cardano	۶
	پول نقد دیجیتال	استیبل کوین	۰,۰۷٪	۴۵	۲۸	USDC	یواس‌دی کوین	USD Coin	۷
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۷,۷۳٪	۲۷	۷۷۲ هزار	DOT	پولکادات	Polkadot	۸
قابل سفارشی‌سازی	پرداخت	ارز	۰,۲٪	۶,۵	۷,۳ هزار	XLM	استلار	Stellar	۹
اثبات کار	مم‌کوین	ارز	۲۱,۶۴٪	۲۵	۵,۳ هزار	DOGE	دوج‌کوین	Dogecoin	۱۰
اثبات سهام	شبکه لایه ۲	توکن کاربردی	۹,۵۹٪	۱۷	۶۶ هزار	MATIC	پلی‌گان	Matic	۱۱
	شبکه اوراکل	پلتفرم نرم‌افزاری	۳,۵۴٪	۱۲	۷۲۳ هزار	LINK	چین‌لینک	Chainlink	۱۲
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	ارز	۳,۳۸٪	۶,۳	۸۹۵ هزار	ICP	اینترنت کامپیوتر	Internet Computer	۱۳
اثبات کار	طلای دیجیتال	پلتفرم نرم‌افزاری	۱۱,۷۷٪	۱۰,۳	۴,۲ میلیون	LTC	لایت‌کوین	Litecoin	۱۴
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	ارز	۵,۰۱٪	۸,۹	۳۹ هزار	ALGO	آلگورند	Algorand	۱۵
اثبات کار	پول اینترنت	ارز	۰,۰۶٪	۷,۳	۱۰,۹ میلیون	BCH	بیت‌کوین کش	Bitcoin Cash	۱۶
اثبات سهام	اپلیکیشن‌های بین‌زنجیره‌ای	پلتفرم نرم‌افزاری	۲,۸۶٪	۹	۱,۱ میلیون	ATOM	کازموس	Cosmos	۱۷
قابل سفارشی‌سازی	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۰,۶٪	۴,۳	۸۳۸ هزار	ATOM	فایل‌کوین	Filecoin	۱۸
اثبات کار	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۷,۴۳٪	۴,۳	۹۲۵ هزار	ETC	اتریوم کلاسیک	Ethereum Classic	۱۹
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۰,۷۶٪	۲,۸	۸۱ هزار	ETC	ایاس	Etherbase	۲۰