



خبر
NEWS

نگاهی به چند
پلتفرم
تجارت
اجتماعی چین

۶

تحلیل
ANALYSIS

بی‌ثباتی عظیم
در پیش است؟
از کمبود غذا تا
اختلال گسترده در
زنجیره تأمین کالا

۱۰

گزارش
REPORT

شکایت از
استارت‌آپ‌ها
متوقف
می‌شود؟

۳

اینترنت پر شده
از استادان بی‌سواد

بستن درگاه سینکس و بلورین و... چه پیامی برای کسب‌وکارهای اینترنتی دارد؟
بی‌اعتمادی کسب‌وکارهای
نوآور به نماد اعتماد الکترونیک!



شبکه‌سازی زنان
متخصص
گفت‌وگو با سعیده عطایی



رؤیای کسب‌وکاری امیر حسین عبیری و شاهین شاهمیری
در یک بازار بزرگ، جذاب اما پر دردسر به کجا می‌رسد؟

نگاهی به هلدینگ کیان
و محصولات خودرویی آن

در ستایش ابزار؛ انقلابی که چرخ دوزندگی به پا کرد



بستن درگاه سیتکس و بلورین و...

چه پیامی به کسب و کارهای اینترنتی دارد؟

بی‌اعتمادی کسب و کارهای نوآور به نماد اعتماد الکترونیک!

امتیاز منفی برای نمادی است که داعیه‌دار شفافیت و بهبود وضعیت کسب و کار در این حوزه بوده است. حالا مشخص شده آنچه به عنوان ترس و وا همه اهالی کسب و کارهای دیجیتال در چندماه گذشته مطرح می‌شد و گاه متهم به این بود که با چاشنی اغراق و هراس‌انگیزی آمیخته است نه تنها به جا بوده بلکه اساسا اینماد و قدرت مسدودسازی آن دست کم هم گرفته شده است!

تسهیل‌گری و بهبود فضای کسب و کار را باید آخرین کلیدواژه دستمالي شده‌ای دانست که در سال ۱۴۰۰ دولتمردان جدید زیاد آن را خرج و مدام پیشینیان خود را سرکوفت کردند که سنگ پیش پای جوان‌ها و کارآفرینان کشور گذاشته‌اند و آن‌ها آمده‌اند تا راه‌ها را هموارتر و ایده‌ها و فکرهای بازدارنده و سرعتگیر را کمتر کنند. کارنامه اینماد در سال ۱۴۰۰ به خصوص در دو سه ماه اخیر نشان می‌دهد که وزارت صمت دولت ریسی نه تنها از مسیر نادرست قبلی بازنگشته بلکه برخوردهای سلبی آن با نوآوران عرصه دیجیتال شدت هم گرفته است.

نشانه‌ها و حمایت‌های مثبتی که در این مدت از مجلس و برخی نهادهای نظارتی دیگر هم دیده شده بود حالا با اتفاقات هفته گذشته بیش از همیشه بی‌اثر و الکن شده‌اند. این یک وضعیت آچمز برای همه ماست! به خصوص برای آن‌ها که فکر می‌کردند اینماد نه یک مجوز بلکه یک نماد اعتماد است.

بسته شدن درگاه‌های پرداخت کسب و کارهای اینترنتی توسط اینماد یا بهتر بگوییم با درخواست اینماد را باید فصل تازه چالش‌های این حوزه دانست. مرور اتفاقات چند هفته گذشته نشان می‌دهد که مسئولان اینماد قصد جدی کرده‌اند زعامت خود به عنوان یک گلوگاه مجوزی را به صاحبان و کارآفرینان این حوزه اثبات کنند. سیتکس، بلورین و احتمالا ده‌ها و شاید صدها کسب و کار نوآور دیگر این روزها با بسته شدن درگاه‌های پرداخت خود روبه‌رو شده‌اند بدون اینکه کسی از آن‌ها خبر دار شده باشد. ما رسانه‌های تنها مشتی می‌بینیم از خروارها مانعی که هر روز پیش پای لنگ کسب و کارهای نوآور در کشور گذاشته می‌شود. اینماد و وزارت صمت و همه آن‌ها که در چندماه گذشته مدافع سرسخت آن بوده‌اند باید امروز به میدان بیایند و از وعده‌ها و رویه‌های آسانی که سخن گفته بودند دوباره بگویند... اما این بار حقیقت را. آنچه روشن است اینکه اینماد تا اینجا با کسب و کارهای اینترنتی صادق نبوده است.

اینماد که قرار بود نماد اعتمادزایی برای کاربران شود حالا با مشخص شدن خلف وعده‌اش به کسب و کارهای اینترنتی خود به نماد بی‌اعتمادی در میان بخش خصوصی اقتصاد دیجیتال بدل شده است. این یک



رضا جمیلی

سردبیر



@rezajamili



شماره ۳۴
دی ۱۹۰۰
سال اول

اختلاف چند درصدی آمارهای آذری جهرمی وزارت پورا سهم اقتصاد دیجیتال واقعا چقدر است؟

سال ۹۹ بوده و تا پایان ۱۴۰۰ به ۷.۲ درصد می‌رسد. وزیر ارتباطات در این نشست درباره کارگروه ویژه اقتصاد دیجیتال، که به تازگی تشکیل آن به تصویب هیات دولت رسیده است، گفت: کارگروه ویژه اقتصاد دیجیتال با توجه به اصول ۱۲۷ و ۱۳۸ به ریاست وزارت ارتباطات تشکیل شده و تصمیمات این کارگروه در موضوع اقتصاد دیجیتال در حکم تصمیمات هیات دولت است. تشکیل این کارگروه ظرفیت خوبی است تا با همراهی وزرای محترم عضو و رفع موانع موجود، جهت‌گیرهای منطقه ویژه اقتصادی پیام را به سمت توسعه اقتصاد دیجیتالی هدایت کنیم.

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات سهم اقتصاد دیجیتال از تولید ناخالص داخلی را بین چهار تا پنج درصد ارزیابی کرد و از تلاش این وزارتخانه برای رسیدن به سهم ۱۰ درصدی سخن گفت.

عیسی زارع‌پور، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در جمع هیات عامل، مدیران و معاونان منطقه ویژه اقتصادی و فرودگاه بین‌المللی پیام از تلاش‌های وزارت ارتباطات دولت سیزدهم برای جهش سهم اقتصاد دیجیتال از پنج درصد به ۱۰ درصد خبر داد.

آذری جهرمی اما در آخرین هفته‌های تصدی وزارت ارتباطات دولت قبل اعلام کرده بود این سهم ۶.۴ درصدی



حضور در بازار روانشناسی و بازی

سرمایه گذاری اسمارت آپ روی سمف کیدز

سال می‌کنند. تیم سمف کیدز معتقد است بهترین راه برای یادگیری کودکان این است که در حین یادگیری سرگرم شوند (Edutainment) و خود تصمیم بگیرند که به چه چیزی علاقه دارند. استارت‌آپ سمف کیدز از اواسط سال ۱۳۹۹ شروع به کار کرده و قصد دارد با این جذب سرمایه، محصول خود را توسعه دهد.

شرکت سرمایه‌گذاری اسمارت آپ روی استارت‌آپ سمف کیدز سرمایه‌گذاری کرد. سمف کیدز یک استارت‌آپ در حوزه «طراحی و فروش پکیج‌های آموزشی، مهارت‌آموزی و تولید محتوای کودک» است. سمانه فضلعلی و مروارید اسکندری بنیان‌گذاران سمف کیدز با ادغام علم روانشناسی و صنعت بازی، سرگرمی و آموزش، اقدام به سنجش کودکان و معرفی بهترین و مناسب‌ترین محصولات به والدین کودکان ۲ تا ۱۲



شکایت از استارت‌آپ‌ها متوقف می‌شود؟

دستگاه‌های دولتی از اقدام حقوقی مستقیم علیه استارت‌آپ‌ها منع شدند

معاونت حقوقی ریاست جمهوری در بخشنامه‌ای خطاب به دستگاه‌های دولتی، آنان را از هر گونه اقدام حقوقی علیه صاحبان کسب و کارهای نوپا در فضای مجازی منع کرد.

در این بخشنامه به دستورالعملی که در دولت روحانی به منظور کاهش موانع کسب و کارهای نوپا مبتنی بر فضای مجازی کشور صادر شده بود اشاره شده است. در اصل این بخشنامه، مهر تاییدی است بر بخشنامه‌ای که دولت دوازدهم برای ممنوعیت شکایت قضایی دستگاه‌های ذیل قوه مجریه به صورت مستقیم از استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای نوپا در قوه قضائیه صادر کرده بود. در آن زمان معاونت حقوقی مقرر کرده بود که هیچکدام از دستگاه‌های اجرایی ذیل قوه مجریه به صورت مستقیم از استارت‌آپ‌ها شکایت نکنند و برای پیشبرد بررسی روند اختلاف نظرهای خود ابتدا شکایت خود را از طریق کارگروهی که ذیل معاونت حقوقی دولت تشکیل می‌شود

پیگیری کنند.

طبق شیوه‌نامه مصوب دولت، کارگروهی برای کاهش شکایت دستگاه‌های دولتی از کسب و کارهای نوپا تشکیل می‌شود، چنانچه موضوع از طریق کمیته تخصصی حل و فصل نمی‌شد هر کدام از دستگاه‌های دولتی که قصد شکایت از متصدیان کسب و کار و کارآفرینان را داشته باشند باید مراتب را در قالب تجویز شکایت حجت طرح بررسی در کارگروه به رئیس کارگروه اعلام کنند.

طبق این شیوه‌نامه هیچکدام از دستگاه‌ها اجازه ندارند بدون طرح موضوع در کمیته تخصصی و کارگروه و تجویز طرح شکایت، نسبت به طرح شکایت در خواست و پالایش یا پاسخ به هر استعلام به منظور پالایش اقدام نمایند، در غیر اینصورت اقدام مدیرانی که بدون گرفتن مجوز، شکایت را امضا کنند به هیات رسیدگی به تخلفات اداری حجت رسیدگی ارجاع خواهد شد.



علی‌عمیدی خبرداد:

در کارویا چه خبر است؟

برنامه تلویزیونی کارویا که از رسانه ملی پخش می‌شود، موجی از استقبال و توجه را نسبت به مفهوم تأمین مالی جمعی به وجود آورده است. این مفهوم که یکی از ابزارهای جدید در اکوسیستم فناوری جهانی است، توانسته رفته رفته در ایران نیز جایگاه عمومی خود را پیدا کند.

برنامه تلویزیونی کارویا با حمایت از کسب و کارهای نوپا تلاش دارد تا سرمایه‌گذاران را برای سرمایه‌گذاری در این طرح‌ها ترغیب کند. مبنای این سرمایه‌گذاری‌ها بر اساس تأمین مالی جمعی است و بنا به گفته علی‌عمیدی، مدیرعامل کارن کرد این برنامه می‌تواند آغازگر موجی از اقبال به سمت این ابزار تأمین مالی و سرمایه‌گذاری باشد و بازی برد-بردی برای کسب و کار و سرمایه‌گذار رقم بزند.

علی‌عمیدی، در ابتدا درباره رویکرد برنامه کارویا به کرادفاندینگ گفت: «آغاز ساخت مسابقه تلویزیونی کارویا، به فروردین ماه ۱۴۰۰ برمی‌گردد. این مسابقه به همت صندوق نوآوری و شکوفایی ریاست جمهوری تولید شده و دوشنبه‌ها و سه‌شنبه‌ها، ساعت ۲۳:۱۵ از شبکه یک سیما پخش می‌شود.

این مسابقه، با محوریت تأمین مالی جمعی با مدل مشارکت در درآمد برگزار می‌شود و سمت و سویی جدید به مسابقاتی از این دست داده است؛ اگرچه تا پیش از این و در جهت معرفی هرچه بیشتر اکوسیستم نوآوری و کسب و کارهای نوپا و دانش‌بنیان، برنامه‌های متفاوتی نظیر مسابقه میدان یا مسابقه صفر و یک تولید و پخش شده، اما نگاه مسابقه کارویا تفاوت اساسی با سایر برنامه‌های مشابه دارد؛ اصلی‌ترین این تفاوت‌ها را می‌توان نگاه «سرمایه‌گذاری و تأمین مالی» این برنامه و مشارکت فعال بینندگان در انجام آن دانست.

در مسابقه کارویا ۲۰ شرکت دانش‌بنیان نوآور کشور از میان ۱۰۰ شرکت حاضر در مسابقه، داوری و انتخاب می‌شوند و برای جذب سرمایه از عموم مردم و بالطبع به شرکت‌دادن سرمایه‌های مردمی در عایدات کسب و کارشان اقدام می‌کنند. افراد با داشتن کد سهام و ثبت نام در سکوی تأمین مالی جمعی، می‌توانند با حداقل ۵۰۰ هزار تومان در طرح‌های برگزیده سرمایه‌گذاری کنند. سقف سرمایه‌گذاری برای افراد حقیقی، پنج درصد کل مبلغ است و سرمایه‌گذاران حقوقی در این رابطه محدودیتی ندارند. در واقع می‌توان این مسابقه را جدی‌ترین برنامه عمومی در جهت تأمین مالی شرکت‌های نوپا، سودآور و در حال توسعه از طریق سرمایه‌های جمعی دانست.»



فناپ کارگاه بین‌المللی ERP/MES/PCS/PLM
برگزاری می‌کند

درباره سازمان‌های آینده

کارگاه بین‌المللی ERP / MES / PCS / PLM از تاریخ ۲۷ دی تا ۱۸ بهمن ۱۴۰۰ با مشارکت دانشگاه صنعتی شریف برگزار می‌شود. کارگاه بین‌المللی برنامه‌ریزی منابع سازمان، سیستم اجرایی تولید، سیستم کنترل فرایند، مدیریت چرخه عمر محصول، با ارائه دوره آموزشی رسمی استاندارد ANSI/ISA-88 (IEC 61512) در زمینه طراحی اتوماسیون برای سیستم‌های سایبر-فیزیکی در انقلاب صنعتی چهارم، از تاریخ ۲۷ دی تا ۱۸ بهمن ۱۴۰۰ برگزار می‌شود. این کارگاه تخصصی با مشارکت دانشکده مهندسی صنایع دانشگاه صنعتی شریف، انجمن جهانی اتوماسیون صنعتی - بخش فرانسه (ISA France) و شرکت فناوری اطلاعات و ارتباطات پاسارگاد آریان (فناپ) برگزار می‌شود.

فناپ
FANAP

انجمن جهانی اتوماسیون
ISA

کارگاه بین‌المللی ERP/MES/PCS/PLM
(برنامه‌ریزی منابع سازمان / سیستم اجرایی تولید / سیستم کنترل فرایند / مدیریت چرخه عمر محصول)

ANSI/ISA-88 (IEC 61512)
طراحی اتوماسیون برای سیستم‌های سایبر-فیزیکی در انقلاب صنعتی چهارم

مدرسین:

- ژان ویل، ISA France
- امید فناپ ویلانی، Jacobs University Bremen
- مهراب نصرت بخش، فناپ
- وحید حاجی‌پور، فناپ
- مرتضی یوسفی، فناپ
- آرمان باغی، INSA Lyon

با همکاری گواهی‌نامه
دانشگاه صنعتی شریف
و
ISA France

کمیته علمی:

- محسن‌زاده‌ای جواد، دانشگاه صنعتی شریف
- محمود هوشمند، دانشگاه صنعتی شریف
- شکریه مقدم، دانشگاه صنعتی شریف
- محمود ورمزبان، دانشگاه صنعتی شریف

اطلاعات و ثبت نام

دانشگاه صنعتی شریف، مرکز تحقیقات توسعه فناپ

۲۷ دی تا ۱۸ بهمن ۱۴۰۰

اطلاعات بیشتر ۰۹۸ ۹۳۸ ۳۵۸۳

https://pds.aisa.ir/events/details/2169

https://tln.in/ISA88

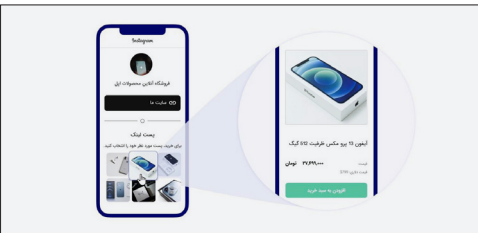
خبر NEWS



سومین جشنواره
3rd Fintech Awards Festival

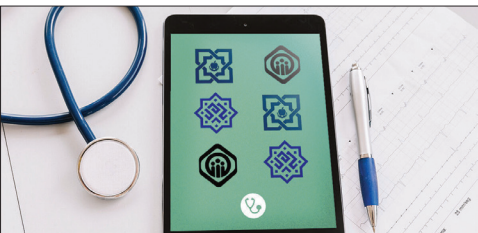
نهاد فین‌تک برگزار می‌شود

مراسم اختتامیه و معرفی برگزیده‌های سومین جشنواره نهاد فین‌تک ۵ اسفند ۱۴۰۰ به صورت هیبرید (ترکیب آنلاین و حضوری) و با حضور مهمانان ویژه برگزار خواهد شد.



رونمایی از یک لینک

یکتانت اعلام کرده از سرویس تازه‌ای به نام یک لینک رونمایی کرده که امکان قراردادن لینک پای پست‌های شبکه‌های اجتماعی را فراهم می‌کند.



ابهام‌های نسخه الکترونیک

دعوا بر سر نسخه الکترونیک و اجرای آن به دلیل مشکلات مردم با روند اجرای آن بالا گرفته. احتمالاً بحث دوباره به رییس جمهور کشیده خواهد شد.



رویداد استان آپ در سمنان برگزار شد

سومین دوره از سلسله رویدادهای «استان آپ: ۳۱ قدم تا شکوفایی» هشتم دی توسط صندوق نوآوری و شکوفایی و کارن کرد، در استان سمنان برگزار شد.



نظرها و خبرها

VIEWS
AND
NEWS

شماره ۳۴
دی ۱۹۰۰
سال اول



درباره جولی سوئیت،
مدیرعامل اکسنچر

قدم به قدم تا موفقیت

جولی سوئیت زنی سخت‌کوش است که برای پیشرفت شغلی از منشی‌گری تا مدیرعاملی یک شرکت بزرگ چندیملیتی، قدم به قدم پیش رفته است؛ مدیرعامل شرکت مشاوره اکسنچر (Accenture) که پس از سال‌ها درخشش و فعالیت موفق در این سمت، مدتی است که به عضویت هیئت‌مدیره درآمده است. سوئیت در سال ۱۹۶۶ در تاستین کالیفرنیا به دنیا آمد. در خانواده معتقد مسیحی زندگی کرد و از کودکی بسیار برون‌گرا و کنج‌کاو بود. جولی لیسانس خود را از کالج Claremont McKenna دریافت کرد و بعد از آن موفق شد دکتری حقوق را از دانشگاه کلمبیا کسب کند. او از میانه تحصیلات، شروع به کار کرد و در یک شرکت مشاوره حقوقی به نام Cravath, Swaine & Moore مشغول به کار شد. او طی هفت سال اول قدم به قدم مراحل پیشرفت را طی کرد و پس از این مدت توانست به هیئت‌مدیره راه یابد و یکی از شرکای اصلی شرکت شود. این اتفاق در میان شرکت‌های مشاوره حقوقی به‌ندرت رخ می‌داد به طوری که در طول فعالیت بلندمدت شرکت، تنها هشت زن قبل از او موفق شده بودند به هیئت‌مدیره راه یابند.

پس از ۱۷ سال کار در شرکت Cravath, Swaine & Moore یک پیشنهاد بسیار عالی از شرکت مشاوره چندملیتی اکسنچر دریافت کرد. او که همواره به دنبال چالش جدید و پیشرفت بیشتر بود، این پیشنهاد را پذیرفت، اگرچه در شرکت جدید خبری از سهام و کرسی هیئت‌مدیره نبود. جولی در سال ۲۰۱۰ به این شرکت رفت و به عنوان یک مشاور عمومی از پله‌های اول سازمان مشغول به کار شد. در سال ۲۰۱۹ هیئت‌مدیره این شرکت، وی را به سمت مدیرعاملی منصوب کردند. بدین ترتیب اولین مدیرعامل زن در این شرکت شروع به کار کرد.

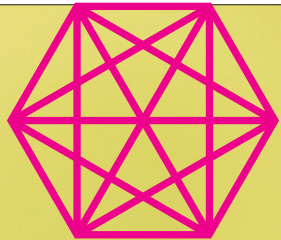
جولی سوئیت تا پنج ماه پیش مدیرعامل اکسنچر بود و در این مدت اقدامات بسیار مهمی در زمینه تنوع و برابری جنسیتی در سازمان انجام داد، به طوری که در زمان مدیریتش ۴۲ درصد کارمندان اکسنچر، خانم بودند.



شماره ۳۴
دی ۱۹۰۰
سال اول



گفتگو
INTERVIEW



عکس: پریا امیرحاجلو

شبکه سازی زنان متخصص

گفت‌وگو با سعیده عطایی که کسب و کار «کدبان» را برای کمک و آموزش به کسب و کارهای خانگی تأسیس کرده است

با شنیدن کلمه کسب و کار خانگی، چه چیزی به ذهن تان خطور می‌کند؟ آیا تاکنون فکر کرده‌اید که بسیاری از کارهای تولید محتوا، تبلیغات، حتی ورود اطلاعات سیستم‌های بزرگ سازمانی می‌تواند در دسته مشاغل خانگی قرار گیرد؟

سعیده عطایی، زنی است که تعریف متفاوتی از مشاغل خانگی ارائه کرده و همواره تلاش دارد تا به همه زنان پیامزد که خارج از چارچوب مشاغل سنتی خانگی بیندیشند. او مالک سایت و صفحه اینستاگرامی کدبان است. کدبان

مخفف کسب درآمد بانوان ایرانی است. او مهندسی کامپیوتر خوانده است و مادر سه فرزند ۱۵، ۲۵ و ۱۴ ساله. او که در سن ۱۵ سالگی به اجبار خانواده ازدواج کرده و در سن ۲۲ سالگی از همسرش جدا شده است، بعد از جدایی ادامه تحصیل می‌دهد و مدرک کارشناسی خود را می‌گیرد. در سن ۲۵ سالگی مجدداً ازدواج می‌کند و دوره‌های تخصصی مربوط به کسب و کار را در مؤسسات مختلف می‌گذراند. با او درباره کدبان و مسیری که او را به اینجا رسانده است، به گفت‌وگو پرداختیم.

چهار اتفاقی افتاد که مسیر کاری و شغلی شما به سمت تأسیس کدبان پیش رفت؟

من به دلیل شرایط خاص زندگی مجبور بودم از سنین پایین کار کنم و خیلی از مشاغل خانگی را امتحان کردم؛ از خیاطی و فروش لباس تا برس‌سازی و... اما همیشه احساس می‌کردم باید شغل بهتری داشته باشم و همین حس باعث شد تلاش کنم وارد دانشگاه شوم و در رشته کامپیوتر تحصیل کردم. با توجه به رشته تحصیلی ام، سعی کردم به کسب و کاری که حس می‌کنم به آن تعلق دارم روی بیاورم. از تایپ شروع کردم و از دفتر فنی‌های مختلف یا دفاتر دانشگاه، پروژه‌های تایپ می‌گرفتم و کتاب‌ها و جزوات را تایپ می‌کردم. این کار درآمد زیادی نداشت و من همیشه در پی این بودم که پروژه‌های بزرگ و پردرآمد بگیرم. بالاخره در سال ۸۶ موفق شدم از انجمن ریاضیدانان جوان یک پروژه بزرگ دریافت کنم، ولی نکته این بود که من تیمی نداشتیم و مجبور شدم فرایند تیم‌سازی را آغاز کنم. تیم را با زنانی که مثل خودم بودند، تشکیل دادم؛ کسانی که به کار احتیاج داشتند و شرایط انجام کار تمام‌وقت بیرون از خانه را نداشتند. این شد که مدل فعالیتیم با خانم‌ها و پروژه‌های ورود اطلاعات و داده‌محور آغاز شد و تا امروز هم ادامه دارد. همیشه تلاش داشتم تجربه خودم و تیم همراهم را در این مسیر پرفراز و نشیب در اختیار دیگران قرار دهم، به همین دلیل بخش آموزشی کدبان نیز در کنار گروه اجرایی انجام پروژه‌ها، آغاز به کار کرد.

از کدبان برایمان بگویید. چرا فکر کردید این کسب و کار مورد نیاز افراد جامعه است؟

ما پروژه‌های بزرگی را برای کسب و کارهای اینترنتی که نیاز بیشتری به ورود اطلاعات و تبلیغات و کنترل کیفیت داده‌ها دارند، انجام داده‌ایم و از سال ۸۶ تا سال ۹۶ حدوداً هزار نفر به صورت کوتاه‌مدت یا بلندمدت با تیم ما همکاری کردند و در این مسیر تلاش کردیم فعالیت اصلی را به سمت مارکتینگ و تبلیغات سوق دهیم. ایده بخش دیگر کدبان که در زمینه آموزش و مشاوره فعالیت می‌کند، دقیقاً طی همین فعالیت‌های پروژه‌ای خلق شد. زنان بسیار زیادی با

«من یک زن هستم. قدم یک متر و ۵۲ سانتی‌متر است. میان سال هستم و گذشته‌ای خیلی معمولی دارم.» آن بودن خودش را این گونه معرفی می‌کند. او در حالی که از سیستم مالی و بانکداری نابسامان بریتانیا خسته شده بود، متوجه شد تنها کاری که می‌تواند انجام دهد، راه‌اندازی بانکی است که به دلخواه خودش اداره شود. نام بانکی که او راه‌انداخت **استارلینگ** است؛ این روزها به بانک‌هایی مانند استارلینگ **نئوبانک** می‌گویند. نئوبانک‌ها آمده‌اند تا سیستم خسته مالی را در مان کنند و مردم را در قانون اصلی توجه قرار دهند. **کتاب «نئوبانک»** روایت شخصی آن بودن از مسیر ساختن استارلینگ است. شما را دعوت می‌کنیم به مطالعه کتابی به شدت جذاب و خواندنی که ارزش تبدیل شدن به یک فیلم و سریال دیدنی را هم دارد.





تبعیض جنسیتی بیش از آنکه تصور می کنیم درون ما ریشه دوانده است

خطر پنهان تبعیض درونی

منابع انسانی آن سازمان نهادینه شده است. به عنوان مثال، «زمان کار حضوری» یک معیار عملکرد کلیدی است که به کارکنانی که در دفتر هستند، بیشتر از آنهایی که نیستند پاداش می دهد. از آنجا که زنان به واسطه نقش های مراقبتی خانه، بیشتر از مردان از ساعات کاری انعطاف پذیر استفاده می کنند و مایل اند برخی از کارها را غیرحضوری انجام دهند، با جریمه های شغلی مواجه می شوند، زیرا در «زمان کار حضوری» امتیاز کمتری دارند و بدین گونه قوانین منابع انسانی در ارزیابی عملکرد می تواند به تبعیض جنسیتی دامن زند.

⬅️ اغراض شخصی در تصمیم گیری مرتبط با منابع انسانی

یکی از مهم ترین وظایف واحد منابع انسانی، تصمیم گیری مرتبط با افراد سازمان شامل شناخت اجتماعی است که در آن شایستگی و پتانسیل افراد توسط تصمیم گیرندگان سازمانی ارزیابی می شود. بنابراین مانند همه اشکال شناخت اجتماعی، درجه بزرگی برای سوگیری های شخصی باز است. اما تصمیمات مربوط به منابع انسانی بسیار مهم هستند، زیرا آنها حقوق و فرصت های ترفیع زنان را در محل کار تعیین می کنند و این سوگیری ها می تواند حال و آینده شغلی زنان را با چالش های جبران ناپذیری مواجه کند.

مطالعات با روش شناسی های مختلف نشان می دهد که زنان هنگام گذراندن فرایند انتخاب با تبعیض شخصی مواجه می شوند. داوطلبان زن در مشاغل همسان، نسبت به مردان، پایین تر ارزیابی می شوند و کمتر برای استخدام توصیه می شوند. متقاضی مرد برای استخدام به طور قابل توجهی شایسته تر و مناسب تر ارزیابی می شود و پیشنهاد حقوق اولیه بالاتری دریافت می کند. یک آنالیز دقیق مطالعات تجربی نشان می دهد که زنان در ارتقا به پست های رهبری نیز ارزیابی عملکرد کمتری نسبت به مردان همسان دریافت می کنند. این امر به قدری شایع است که حتی زنان از نظر شایستگی بیشتر از رقیب مرد خود ارزیابی می شوند، ولی امتیاز پایینی در گزینه هایی چون صمیمیت و قابل همکاری بودن به دست می آورند و به این ترتیب از استخدام یا ارتقا باز می مانند.

در مجموع، این سوگیری ها از سوی تصمیم گیرندگان سازمانی می تواند در هر مرحله از فرایند مرتبط با منابع انسانی رخ دهد و تحقیقات نشان می دهد که این تصمیمات مغرضانه منابع انسانی بر دستمزد و فرصت های شغلی زنان تأثیر منفی می گذارد.

تبعیض جنسیتی از آنچه در قوانین نوشته شده سازمان می بینیم، به ما نزدیک تر است. سازمان های زیادی معتقدند قوانین منابع انسانی آنان به دور از کلیشه های جنسیتی و دارای تعادل و برابری کامل برای زنان و مردان است، اما حقیقت این است که همه انسان های دنیا در دریایی از تبعیض جنسیتی زیسته اند و در بسیار از مواقع تشخیص اینکه رفتاری یا قانونی دارای تبعیض جنسیتی هست یا نه، برای همه بسیار سخت می شود.

در پژوهش بسیار مفصلی با عنوان «نابرابری های جنسیتی در محیط کار: اثرات در ساختار سازمانی، فرایندها، نحوه اجرا و تبعیض جنسیتی تصمیم گیرندگان» که از گروه روانشناسی دانشگاه گوتلف کانادا منتشر شده، موارد مهمی که یک سازمان برای گذر از این سندرم نامرئی باید شناسایی و اصلاح کند، مطرح شده است.

اولین و اصلی ترین بحث مطرح شده این است که رویکرد تصمیم گیران بخش منابع انسانی از دو وجه می تواند آسیب زا و مخرب باشد. رویکرد خصمانه و رویکرد خیرخواهانه. هر دو رویکرد به واسطه فاصله زیاد از واقعیت می تواند تعادل کلی سازمان را به هم بزند و در نتیجه گامی به سمت تبعیض جنسیتی باشد. البته شاید رویکرد خصمانه برای همه ما قابل درک باشد، اما نکته مهم اینجاست که رویکرد خیرخواهانه نیز وقتی موجب امتیازات مثبت زیادی می شود، فرایندهای ارزیابی و ارتقا و جذب را چنان مختل می کند که علاوه بر متضرر شدن سازمان، تفاوت ها میان کارمندان زن با کارایی بالا و کارمندان زن بی کیفیت نیز کم می شود.

به دلیل مفصل بودن این پژوهش، در این شماره تنها به خط مشی منابع انسانی، تصمیمات و اجرای قوانین در این تبعیض ها می پردازیم.

⬅️ تبعیض نهادی در سیاست منابع انسانی

سیاست های منابع انسانی که ذاتاً علیه گروهی از افراد هستند و صرف نظر از دانش، مهارت ها، توانایی ها و عملکرد مرتبط با شغل شان مغرضانه اند، می توان تبعیض نهادی نامید. تبعیض نهادی علیه زنان می تواند در هر نوع سیاست منابع انسانی از استخدام و انتخاب یک فرد در یک سازمان یا تعیین نقش، آموزش، پرداخت، ارزیابی عملکرد، ارتقا و اخراج رخ دهد. اگر معیارهای تصمیم گیرندگان سازمانی برای ارزیابی عملکرد شغلی به طور سیستماتیک به نفع مردان باشد، تبعیض جنسیتی در سیاست

متفاوت است. در ابتدا من به بخش آموزش کدبان به عنوان یک کار عام المنفعه و کارآفرینی اجتماعی می نگریستم. اما بعد از چندی تصمیم گرفتم این بخش از کسب و کارم را به صورت جدی ادامه دهم و از این بخش درآمد ماهانه بالای ۵۰ میلیون تومان داریم.

⬅️ چشم انداز شما برای این کسب و کار چیست؟

دوست دارم مرجعی برای خانم هایی باشیم که قصد دارند به صورت مستقل شغلی داشته باشند و منتظر حمایت ارگان ها و و افراد دیگر نیستند. می خواهم کدبان جایی باشد که با تکیه بر علم و تجربه، چراغ راه را برای این زنان روشن کند و علاوه بر کسب و کار موفق به بهبود و توسعه شخصی آنان نیز کمک کنیم. از سوی دیگر با ایجاد یک شبکه از زنان فریلنسر، فرصتی برای کارفرمایان فراهم کنیم تا بتوانند افراد باصلاحیت را از شبکه زنان متخصص کدبان انتخاب کنند.

⬅️ چه ناهمواری هایی در مسیر کاری خود تجربه کردید؟

مشکلات را می توانم به سه دسته تقسیم کنم. اول از همه مشکلات شخصی است و اینکه یک مادر شاغل که دفتر کارش درون خانه است، فعالیت هایش تداخل زیادی با فرزندان و مسئولیت های خانگی دارد. مشکلات قانونی نیز وجود دارد؛ به دلیل مدل کار و نیاز به برخی مجوزها یا ثبت های قانونی، برخی از پروژه ها از دست می رفتند یا پس از انجام، دستمزد تیم از طرف کارفرما پرداخت نمی شد. مشکلات نانوشته اجتماعی نیز وجود دارند. در برخی پروژه ها صرفاً به دلیل جنسیت، کار را به رقیب مرد واگذار می کنند یا وقتی به دلیل نوع نگرش یا برخورد غیر امن کارفرما مجبور می شوی کار را نپذیری یا رها کنی.

⬅️ توصیه تان به زنانی که می خواهند وارد این فضا شوند، چیست؟

توصیه اصلی تیم ما این است: «خود را بیافرین و کمک کن که دیگران نیز خود را بیافرینند.» شاید کلمه کسب و کار خانگی برای برخی از افراد همزمان معنی امنیت و آرامش خانه برای زنان را به همراه داشته باشد، اما فراموش نکنیم که کسب و کار خانگی نباید موجب محدود شدن ارتباطات و قطع رابطه با جامعه شود، چون ما برای پیشرفت همواره به شبکه سازی و ارتباط مؤثر با افراد دیگر نیاز داریم. به همه زنان توصیه می کنم از پيله خود بیرون بیایند و استعدادها و توانایی های خود را درک کنند و به منصفه ظهور برسانند.

من همراهی کردند که بسیاری از آنان تخصص بیشتری از من داشتند و برخی استعداد های فوق العاده ای داشتند اما هیچ کدام در یک کار مناسب مشغول به فعالیت نبودند. این سؤال در ذهن من به وجود آمد که دلیل این اتفاق چیست؟ دریافتم در بسیاری از ما زنان نقصانی که به شکلی درونی ما را از پیشرفت و ریسک کردن دور نگه می دارد. همین شد که بخش آموزش را راه اندازی کردیم. از سمت دیگر سایت کدبان را برای آشنایی زنان کارآفرین با یکدیگر و همچنین ارائه محصولات تولیدی خانگی یا معرفی تخصص های مورد نیاز کارفرمایان ایجاد کردیم.

⬅️ با چه سرمایه ای بخش های مختلف این کسب و کار جدید را پیش بردید؟

من کارم را قدم به قدم شروع کردم و بی شک زمان زیادی برای کسب تجربه و انجام پروژه ها و اخذ دستمزد در ابتدای مسیر کاری صرف شد. اما استمرار در کار و همچنین خرج نکردن همه درآمد، باعث شد تا امروز بتوانم هزینه های لازم برای ادامه مسیر را تأمین کنم. در کارهایی شبیه کدبان، مهارت اولیه شامل مطالعه و تحقیق و تجربه است و نکته بسیار مهم اینکه هرگز نباید در آموختن و تحقیق تعلل کرد و برای موفقیت، همیشه باید در حال آموزش دیدن و مطالعه کردن بود.

⬅️ چه نوآوری در کسب و کار خودتان می بینید؟

در ابتدای مسیر ما اقدامات نوآورانه زیادی از قبیل برگزاری برنامه ها و انتقال تجربه افراد به صورت حضوری برگزار کردیم که متأسفانه به دلیل همه گیری کرونا برخی از این فعالیت ها متوقف شد. ولی یک نوآوری ماندگار که به واسطه تجربه کاری تیم اجرایی در کدبان رخ می دهد، آموزش های پروژه محور است. ما برخلاف کسانی که در فضای مجازی و اینترنت فعالیت آموزشی صرف انجام می دهند و این آموزش صرف گفتن نکاتی است که گاهی خودمدرس نیز تجربه اجرایی آن را ندارد، آموزش های پروژه محور تعریف می کنیم و در حین آموزش با همراهان مان کارهای اجرایی واقعی را پیش می بریم. این روش می تواند یک راه کلی مناسب برای تقویت اعتماد به نفس و از بین بردن ترس در شروع کار بانوان نیز باشد.

⬅️ کدبان در حال حاضر چه وضعیتی دارد؟

ما در بخش پروژه ها یک تیم ثابت ۲۰ نفره داریم که با انجام پروژه های مختلف علاوه بر تأمین مالی کل تیم، سود مناسبی نیز برایمان با ارمغان می آورند. در بخش آموزش، مسیر کمی



شماره ۳۴
دی ۱۴۰۰
سال اول





تحقیقات نشان می‌دهد که تجارت اجتماعی در حال گسترش است اما با موانعی روبه‌روست

عنصر گم‌شده اعتماد

مسئلاً اکثر ما این روزها زمان زیادی را در رسانه‌های اجتماعی می‌گذرانیم. بنابراین جای تعجب نیست که یک مطالعه جدید که اکسنچر انجام داده، نشان می‌دهد که انتظار می‌رود صنعت تجارت اجتماعی ۴۹۲ میلیارد دلاری تا سال ۲۰۲۵ سه برابر سریع‌تر از تجارت الکترونیک سنتی رشد کند و به ۱/۲ تریلیون دلار برسد.

این شرکت فناوری اطلاعات پیش‌بینی کرد این رشد عمدتاً توسط کاربران رسانه‌های اجتماعی نسل زد (نسلی که بین سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۲ متولد شده‌اند) و میلنیال (نسلی که اوایل دهه ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۰ متولد شده‌اند) که ۶۲ درصد از هزینه تجارت اجتماعی جهانی را تا سال ۲۰۲۵ تشکیل می‌دهد، انجام شود.

طبق این گزارش با عنوان «چرا خرید به یک انقلاب اجتماعی تبدیل می‌شود»، تجارت اجتماعی به این معناست که کل تجربه خرید یک فرد - از کشف محصول تا فرایند تسویه حساب - در یک پلتفرم رسانه اجتماعی اتفاق می‌افتد. کمتر از دوسوم (۶۴ درصد) از کاربران رسانه‌های اجتماعی مورد بررسی گفتند که در سال گذشته یک خرید تجارت اجتماعی انجام داده‌اند که اکسنچر تخمین می‌زند منعکس‌کننده نزدیک به دو میلیارد خریدار اجتماعی در سراسر جهان است.

همه‌گیری نشان داد که مردم تا چه اندازه از پلتفرم‌های اجتماعی به عنوان نقطه ورود برای هر کاری که می‌شود آنلاین انجام داد - اخبار، سرگرمی و ارتباطات - استفاده می‌کنند. رابین مرداک، رهبر صنعت نرم‌افزار و پلتفرم جهانی در اکسنچر، در بیانیه‌ای گفت: «افزایش مداوم زمان صرف‌شده در رسانه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که چقدر این پلتفرم‌ها در زندگی روزمره ما ضروری هستند. آنها در حال تغییر شکل دادن به نحوه خرید و فروش مردم

هستند و به پلتفرم‌ها و برندها فرصت‌های جدیدی برای تجربیات کاربر و جریان‌های درآمد ارائه می‌دهد.»

این می‌تواند خبر خوبی برای خرده‌فروشان و برندها باشد. در حالی که این فرصت برای مشاغل بزرگ قابل توجه است، افراد و برندهای کوچک‌تر نیز می‌توانند از اکسنچر استفاده کنند. بیش از نیمی (۵۹ درصد) از خریداران اجتماعی مورد بررسی گفتند که احتمال بیشتری دارد که از طریق تجارت اجتماعی از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط حمایت کنند تا زمانی که از طریق وبسایت‌های تجارت الکترونیک خرید می‌کنند. علاوه بر این، طبق گفته اکسنچر، ۶۳ درصد گفتند که احتمال بیشتری دارد دوباره از همان فروشنده خرید کنند.

در حالی که این یک نکته مثبت است، برخی از کاربران نگران حریم خصوصی و حفاظت از داده‌ها هستند. نیمی از کاربران رسانه‌های اجتماعی که مورد بررسی قرار گرفتند، گفتند که خریدهای تجارت اجتماعی به درستی محافظت یا بازپرداخت نمی‌شوند و اعتماد بزرگ‌ترین مانع برای پذیرش آن است؛ همان مشکلی که تجارت الکترونیک در ابتدا درگیر آن بود.

الیور رایت، مدیر کالاهای و خدمات مصرفی جهانی در اکسنچر اضافه کرد: «کسانی که هنوز از تجارت اجتماعی استفاده نکرده‌اند، می‌گویند یکی از دلایل عقب ماندن آنها عدم اعتماد به اصالت فروشندگان اجتماعی است، در حالی که کاربران فعال تجارت اجتماعی به سیاست‌های ضعیف در زمینه بازگشت، بازپرداخت و مبادله به عنوان زمینه‌ای برای بهبود اشاره می‌کنند. اعتماد موضوعی است که غلبه بر آن به زمان نیاز دارد، اما فروشندگانی که بر این حوزه‌ها تمرکز می‌کنند موقعیت بهتری برای رشد سهم بازار خواهند داشت.»

SPONSORED BY
تضمین‌چی



شماره ۳۴
۱۴۰۰ دی
سال اول



رؤیای کشورهای دیگر در چین به حقیقت پیوست

نگاهی به چند پلتفرم تجارت اجتماعی در چین؛ کشوری که پیش‌تاز این حوزه است

می‌دهند. این امر در هیچ کجا به اندازه چین صادق نیست. ارزش بازار تجارت اجتماعی چین اکنون ۳۵۰ میلیارد دلار است، یعنی حدود ده برابر بیشتر از ایالات متحده. تقریباً ۳۵۰ میلیارد دلار در مقابل ۳۶ میلیارد دلار. میزان رشد بازار تجارت اجتماعی در چین بین سال‌های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۱، ۹۰ درصد بوده است و پیش‌بینی می‌شود امسال ۲۴ درصد دیگر نیز رشد کند.

تجارت اجتماعی - همپوشانی خرید و اجتماع آنلاین - در چند سال اخیر در سطح جهانی مطرح شده است. افراد بیشتر و بیشتری خرید کالاهای آنلاین را انتخاب می‌کنند تا حدی به این دلیل که بیرون رفتن، خرید کردن و معاشرت فیزیکی برای اکثر مردم به معنای واقعی کلمه غیرممکن است و تا حدودی هم به دلیل تغییر چشم‌انداز رسانه‌های دیجیتال. مردم این کار را از طریق رسانه‌های اجتماعی انجام

تجارت اجتماعی با پتانسیل‌ها و همزمان با مشکلات زیادی همراه است. خرده‌فروشان با ۲۰۰ میلیارد دلار کالای مرجوعی از خرید تعطیلات روبه‌رو هستند. اقتصاد «تحویل‌بده» (تحویل کالا و خدمات خریداری‌شده به مشتری) در حال تغییر شکل بخش خرده‌فروشی است. با افزایش محبوبیت خرید آنلاین ناشی از همه‌گیری کووید-۱۹، وضعیت مرجوعات خرده‌فروشی‌ها دلهره‌آورتر شده است. امسال مرجوعات خرده‌فروشی‌ها تنها در ایالات متحده می‌تواند ۲۰۰ میلیارد دلار یا بیشتر برای بازگاران هزینه داشته باشد. توبین مور، یکی از بنیان‌گذاران و مدیرعامل شرکت مدیریت مرجوعات اوپن‌تور گفت

تجارت اجتماعی در
حال تغییر با نیازهای
مصرف‌کنندگان است

سرعت تحویل
عاملی مهم است





«اسپیس» و تجارت در متاورس

تعامل به علاوه خرید

متاورس در حال تغییر نحوه تعامل ما با یکدیگر است. دنیای دو بعدی اینترنت را به دنیایی سه بعدی تبدیل می کند که در آن می توانیم با هم ملاقات کنیم، ارتباط برقرار کنیم، مشغول شویم و حتی بازی کنیم. اسپیس یک قدم جلوتر رفته است و با دنیای مجازی مختص به خود، کاربر را به محیط های رنگارنگ و دوستانه برای ملاقات، نمایش آثار هنری و برگزاری کنفرانس جهانی سوق می دهد. اسپیس با جمع آوری آخرین دور تأمین مالی قرار است به یکی از بزرگ ترین نام ها در فناوری متاورس تبدیل شود. نسخه آلفای دسترسی زودهنگام اسپیس در حال حاضر بیش از ۱۰ هزار کاربر اولیه را جذب کرده است و با بیش از ۱۰۰ شرکت پیشرو مختلف از دنیای هنر، مد و موسیقی ادغام شده است.

اسپیس مقصدی برای جهان های مجازی جدید خواهد بود که بازدیدکنندگان را درگیر فعالیت های اجتماعی و کاری می کند، منطقه ای برای ترکیب و همکاری برندها و کاربران با نمایشگاه ها، شوروم ها، فروشگاه ها و دوره های.

باتیس صمدیان، بنیان گذار اسپیس گفت: «از آنجا که متاورس به صورت گسترده مورد پذیرش قرار می گیرد و به مکانی برای معاشرت افراد با یکدیگر تبدیل می شود، تجارت نیز بخشی طبیعی از تکامل آن است. کاربران دوست دارند بتوانند نمایش ها را مشاهده کنند، خرید و فروش کنند و در متاورس تعامل داشته باشند. اسپیس در حال ساخت شاپیفای برای متاورس است تا سازندگان را قادر سازد اقلام دیجیتال خود را به صورت آماده برای مصرف بفرشند و به کاربران اجازه دهند آن را خریداری کنند.»

استودیو پلیگون مشتاق حمایت از پروژه هایی مانند اسپیس است. بنیان گذار پلیگون، سندپ نیلوال گفت: «مسابقه برای محدود بازیکنانی که آینده کار و تجارت را به وب ۳ خواهند آورد، در جریان است و تیم اسپیس یکی از امیدوارکننده ترین تیم هایی است که در ساختن دنیای مجازی تجارت پیشرو هستند.»



SPONSORED BY

تضمین چی

تجارت اجتماعی
SOCIAL
COMMERCEشماره ۳۴
دی ۱۹۰۰
سال اول

کار در آن وجود دارد.

- تقریباً همه در چین به صورت روزانه از آن استفاده می کنند.

- ویژگی جدید «کانال ها» ی پخش زنده و وبلاگ نویسی ویدئویی را فعال می کند.

- طیف وسیعی از مینی برنامه های قابل تنظیم در وی چت وجود دارد که می توانند به کانال ها و حساب های رسمی به سبک میکرووبلاگ مرتبط شوند.

- ادغام با وی چت پی، دومین روش پرداخت آنلاین پرکاربرد در چین.

تائو بائو / تی مال (گوانگ گوانگ)

غول های تجارت الکترونیک که هر دو متعلق به علی بابا هستند، از زمان شروع همه گیری کووید ۱۹ به طور کامل وارد عرصه تجارت اجتماعی شدند. محصول ترکیبی تجارت اجتماعی آنها با نام گوانگ گوانگ شناخته می شود و به طور یکپارچه در هر دو برنامه قابل استفاده است.

مزیت های کلیدی:

- سهم بازار بزرگ؛ برای مثال لی جیاکی، پادشاه رژ لب، به لطف تجارت اجتماعی در تائو بائو به فردی مشهور تبدیل شده است.

- پلتفرم مخصوص خرده فروشی؛ کاربران به قصد خرید آنجا هستند، نه صرفاً معاشرت.

- یک تقویم کامل از رویدادهای فروش ویژه.

پیندودو

پیندودو خرید گروهی بین دوستان و آشنایان را تسهیل می کند. بیش از ۵۰۰ میلیون خریدار آن با خرید به عنوان بخشی از یک تیم، به تخفیف های ویژه دسترسی پیدا می کنند.

مزیت های کلیدی:

- دارای پاداش ورود روزانه برای کاربران.

- برندهای بین المللی محبوب در آن هستند.

- از طریق محدودیت های زمانی برای ایجاد تیم، تا حدودی بازی سازی شده است.

- دارای مینی گیم های داخلی برای حفظ بقا

ویبو

ویبو دیناسوری است که حاضر به مردن نیست. در کمال تعجب تحلیلگران، حتی با ظهور پلتفرم های جدید و خلاقانه رسانه های اجتماعی، مزیت رقابتی خود را حفظ کرده است. در سال ۲۰۲۰، ویبو با راه اندازی عملکرد مدیریت تجارت الکترونیک خود، به یک پلتفرم تجارت اجتماعی واقعی تبدیل شد.

مزیت های کلیدی:

- طول عمر؛ بارها و بارها ثابت شده است که اینجاست تا بماند.

- کاربران از هر جمعیتی و در سراسر کشور.

- ارتباط آسان برند و مشتری.

برنامه های زنده، سازنده ویدئوهای کوتاه و میکرو بلاگ هایی هستند که ظاهراً مصرف کنندگان عادی هستند، نه افراد مشهور. فقط افراد عادی به جای فروش یک سبک زندگی و محصولات همراه آن - کاری که KOL ها می کنند - به طور خاص بر بازنمایی یا بررسی محصولات از نقطه نظر غیر وابسته و عینی تمرکز می کنند.

مخاطبان آنها اغلب بسیار کمتر از مخاطبان KOL ها هستند و تا حدی شامل آشنایان و دوستان واقعی می شود. آنها تجارت اجتماعی را در سطح جامعه هدایت می کنند و طرفداران برند محلی برای عصر دیجیتال هستند. با افزایش مداوم آنها در سال ۲۰۲۲، KOC ها فرصتی برای دستیابی به عمق بیشتر (نه وسعت) به کمپین ها ارائه می دهند.

پنج کانال برتر برای تجارت اجتماعی در سال ۲۰۲۲

ژیاهونگشو (قرمز)

«قرمز» شاید مهم ترین بازیگر در بازار تجارت الکترونیک چین در پنج سال گذشته، به عنوان یک پیشگام در تجارت اجتماعی وارد صحنه شد. برای اولین بار به دلیل بررسی های قابل اعتماد و معتبر محصولاتی که مخاطب آنها زنان بود، شهرت پیدا کرد؛ لوازم آرایشی، مد و زیبایی. قرمز اکنون با بیش از ۳۰۰ میلیون کاربر که ۸۰ درصد آنها زن هستند، اما تعداد کاربران مرد نیز به سرعت در حال افزایش است، یک شاهکار گسترده از ادغام رسانه های اجتماعی و خرده فروشی است. نوامبر امسال، پس از ارزیابی ۲۰ میلیارد دلاری، ۵۰۰ میلیارد دلار سرمایه جذب کرد.

مزیت های کلیدی:

- یکی از محبوب ترین پلتفرم های پخش زنده و وی لاگینگ (vlogging).

- معیارهای تعاملی بالا؛ کاربران به طور متوسط ۴۰ دقیقه از روز را در برنامه صرف می کنند.

- سرمایه گذاری مشترک توسط تنسنت و علی بابا، یکپارچگی با وی چت و علی پی.

- به برندها اجازه می دهد تا علاقه کاربران را با محتوا جلب کنند.

- پخش زنده با تائو بائو یکپارچه شده است.

وی چت

«وی چت» ابر برنامه ای که هر کسی که چیزی در مورد چین می داند، با آن آشناست، در دو سال گذشته به سرعت تجارت اجتماعی خود را گسترش داده است و اکنون بستری از تجارت اجتماعی کاملاً یکپارچه را ارائه می دهد.

مزیت های کلیدی:

- اول و مهم تر از همه یک برنامه اجتماعی است، به این معنی که سطح بالایی از اتحاد با دوستان، خانواده و محل

سهم کل فروش تجارت الکترونیک از طریق تجارت اجتماعی در چین ۷ درصد است. این رقم در حال حاضر در ایالات متحده ۴ درصد است.

چرا چین در تجارت اجتماعی پیشتاز جهان است؟

دلایل زیادی برای این امر وجود دارد. در اینجا دو مورد را شرح می دهیم.

یک؛ زیر ساخت دیجیتال و شرکتی

دو شرکت تنسنت و علی بابا اکوسیستم های دیجیتالی ایجاد کرده اند که ۹۰ درصد تجارت الکترونیک، ۸۵ درصد استفاده از رسانه های

اجتماعی و ۸۵ درصد از بازار پرداخت آنلاین در چین را در اختیار دارند. این خدمات در سطحی یکپارچه شده اند که سازمان هایی مانند فیس بوک، آمازون و پی پل فقط می توانند رؤیای آن را داشته باشند. این امکان کاملاً وجود دارد که در یک فید اجتماعی خصوصی بچرخید، یک محصول جذاب ببینید و ظرف چند لحظه آن را سفارش دهید، پرداخت کنید و در راه تحویل باشد.

دو؛ فرهنگ

پخش زنده و برنامه های ویدئویی موبایل در چین بسیار سریع تر از جاهای دیگر محبوبیت پیدا کردند. کاربران در چین از ابتدا به منظور سرگرمی، بازی، برقراری تماس اجتماعی و صرفاً کشتن زمان بعد از کار (طبق تحقیقات ارائه شده توسط دانشگاه هنگ کنگ) با پخش زنده / لایو استریم در تعامل هستند؛ امری که اخیراً توسط برندها مورد استفاده قرار گرفته است. پلتفرم هایی مانند ایژی بو، یینگکه و وی وای به طور خاص در هسته خود برای تعامل بین مخاطب و میزبان طراحی شده اند، در حالی که این مورد اخیراً در پلتفرم های رسانه های اجتماعی بین المللی رواج یافته است. این امر مهم است، زیرا یک پایه فرهنگی قوی ایجاد کرده که تجارت اجتماعی می تواند بر آن بنا شود.

تجارت اجتماعی در سال ۲۰۲۲ به کجا می رود؟

در چند سال گذشته (Key Opinion Leaders) KOL در دنیای تجارت اجتماعی حکمرانی کرده اند. در حالی که آنها هنوز نفوذ قابل توجهی دارند، همه چیز بوی تغییر می دهد.

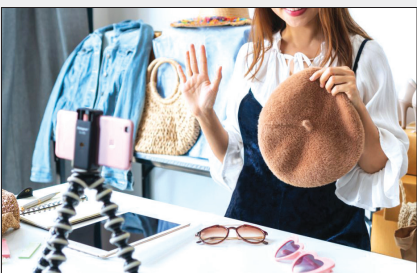
ظهور KOC

رونق در زمان صرف شده برای پلتفرم های پخش زنده، اکنون با تمایل دیرینه مصرف کنندگان چینی به تحقیق کامل درباره محصولات و توصیه های بسیار ارزشمند محصولات از سوی سایر خریداران تلاقی می کند. تحقیقات نشان می دهد که مورد دوم به طور قابل توجهی بیشتر از توصیه های KOL ها ارزش دارد.

KOC ها (Key Opinion Customer) پخش کننده های

که شرکت ها باید به خوبی با این وضعیت برخورد کنند و خاطرنشان کرد که ۸۹ درصد از مشتریان که تجربه مرجوعی داشته اند، می گویند دیگر از یک خرده فروش آنلاین خرید نخواهند کرد. نیازی نیست کسی به خرده فروشان بگوید که مصرف کنندگان خواهان تجربه بهتری هستند، به این معنی که فاصله زمانی بین ثبت سفارش آنلاین تا زمانی که خرید خود را در اختیار دارند، کوتاه تر شود. به بیان دقیق تر، سال ۲۰۲۱ را می توان به عنوان زمانی به یاد آورد که سرعت دلیل تمایز خرده فروشی در جامعه آنلاین وسواسی نسبت به تحویل بود. امسال مواردی را از در بخش خرده فروشی می توان آموخت؛ ذهنیت «الان تحویلم بده»

مصرف کنندگان باعث می شود خرده فروشان بخواهند سریع تر باشند و خدمات اشتراک مستقیم به مصرف کننده با تجربیات منحصر به فرد، مشتریان را جذب می کند. رسانه های اجتماعی و خرده فروشی به طور جدایی ناپذیری در آینده ای قابل پیش بینی به هم مرتبط هستند، اما مسئله دیگر لایک کردن یک پست نیست، بلکه چیزی بسیار ضروری تر و فوری تر است. تبلیغات پخش زنده (لایو استریم) نیز به تغییر شکل تجارت اجتماعی ادامه خواهد داد و می تواند برگ برنده بزرگی برای خرده فروشی باشد که این کار را به خوبی انجام می دهند. متاورس در حال حاضر بخشی از وعده های مارک زا کر برگ هنگام تغییر نام شرکت خود به





پاسخ مدیرعامل آیتول به
اتهامات

دسترسی غیرمجاز نداریم

امیرحسین عبیری درباره ابهاماتی که در زمینه دسترسی آیتول به اطلاعات کاربران وجود دارد، گفته است:

آیتول در ابتدای سال ۱۳۹۸ در بحبوحه راه‌اندازی عوارض الکترونیک آزادراهی کارش را شروع کرد. کاربران با ورود به سایت ما می‌توانستند عوارض آزادراهی را پرداخت کنند. همزمان با آیتول، در داخل اپلیکیشن‌های دیگر هم این امکان پرداخت وجود داشت. ولی آیتول مکانیسم متفاوتی داشت؛ وب‌سایت بود و نیاز به ثبت‌نام و ورود نداشت و بدون اجبار کردن کاربر به ورود شماره موبایل، امکان پرداخت عوارض آزادراهی را مهیا کرد. تمام دسترسی‌هایی که آیتول از آغاز فعالیتش داشته، موارد عجیبی نیستند که فقط مختص سامانه آیتول باشد و هر شرکتی می‌تواند با شرکت سپندار که مجری عوارض آزادراه‌هاست، تعامل کرده و دسترسی‌های لازم را برای پذیرندگی پرداخت عوارض دریافت کند.

در مورد عوارض شهرداری و دسترسی به سامانه بیمه برخط هم همین اتفاق می‌تواند بیفتد. اما تجمیع اینها به‌عنوان خدمات خودرویی ابداع آیتول بوده و هنوز هم مزیت این شرکت است. اما استفاده از شماره همراه مشتری برای اطلاع‌رسانی در مورد محصولات دیگر آیتول کار درستی بوده است؟ در بحث ارائه سرویس جدید به کاربر، این مسئله مشکلی ندارد و کسب‌وکارهای حوزه فناوری اطلاعات باید این مسیر را طی کرده و از مشتریان سابق‌شان برای کسب درآمد از سرویس‌های جدیدشان استفاده کنند. اگر شما به‌صورت حضوری به یک دفتر بیمه مراجعه کنید و شماره پلاک خودرویتان را ارائه بدهید، کارگزار بیمه می‌تواند با استفاده از این شماره به سوابق بیمه خودروی شما دسترسی پیدا کرده و بیمه‌نامه جدید صادر کند. در حقیقت همان کاری را که آیتول به‌صورت آنلاین انجام می‌دهد، به شکل آفلاین و حضوری انجام می‌دهد و به همان اطلاعات دسترسی دارد. آن چیزی که نماینده محلی بیمه ندارد، مشتریان آیتول هستند که قبلاً آن سرویس گرفته‌اند. در تمام وب‌سایت‌های فروش بیمه که کارگزار بیمه مرکزی هستند هم با وارد کردن شماره پلاک می‌توانید سوابق بیمه را استعلام کنید. در نتیجه دسترسی برای همه یکسان است.

رویای کسب‌وکاری امیرحسین عبیری و شاهین شاهمیر در یک بازار بزرگ، جذاب
اما پر در دسر به کجای می‌رسد؟

سوپر اپ خودرو



آیتول با موضوع پرداخت الکترونیک عوارض بزرگراهی بر سر زبان‌ها افتاد. اما بنیان‌گذاران آن با تجربه‌ای که در سال‌های گذشته در بازارهای مختلف آنلاین به دست آورده‌اند به این نیچ مارکت بسنده نکرده‌اند و حالا در هلدینگ کیان خدمات مختلفی را در حوزه خودرو به کاربران میلیونی خود ارائه می‌دهند. از کارواش و بیمه خودرو گرفته تا کارشناسی و خرید و فروش. پس بیراه نیست اگر بگوییم کسب‌وکار شاهین شاهمیر و امیرحسین عبیری رقیب زیاد داشته باشد، و البته رگولاتورهای سرسخت و متنوع! با آن‌ها در یک گفت‌وگوی مفصل درباره مسیری که آمده‌اند، مشکلاتشان با بیمه مرکزی و چشم‌انداز کیان و خدمات مختلف آن صحبت کرده‌ایم.

می‌شود. اولین خرید بیمه روی آیتول پنجم فروردین ۹۹ انجام شد. از این اتفاق خوشحال بودیم و داشتیم سرویس را توسعه می‌دادیم و با نمایندگان بیمه عملیات صدور بیمه را انجام می‌دادیم و رشد چشمگیری داشتیم. این روند تا دهم اردیبهشت ۹۹ ادامه داشت تا اینکه بیمه

باید به شکل اینترنتی پرداخت کند، در حال افزایش است، مثل پرداخت خلافی به پلیس، عوارض سالیانه شهرداری، عوارض طرح ترافیک و زوج و فرد و... آزادراه هم اضافه شده بود که باید به یک شرکت خصوصی از طریق درگاه‌های خاصی پرداخت می‌شد. همه اینها مجموعه‌ای از بدهی‌های یک خودرو را تشکیل می‌دادند. اولین محصول آیتول را تحت عنوان محصولی که بدهی‌های خودرو را بتوان به وسیله آن پرداخت کرد، طراحی کردیم. اردیبهشت و خرداد با یک‌سری شرکت‌ها و سازمان‌های دیگر که به هر عنوانی برای خودرو بدهی ثبت می‌کردند، تعامل کردیم. اولین مجموعه‌ای که با آن به نتیجه رسیدیم، شهرداری تهران بود و این اتفاق همزمان با دوره جدید شهرداری بود. رویکرد شهرداری هم به این قضیه مثبت بود و فضای API بود و API.tehran.ir به‌تازگی راه افتاده بود و شهرداری از هر ایده‌ای که در عملیات پرداخت به آنها کمک کند، استقبال می‌کرد. اواخر اردیبهشت و اوایل خردادماه ۹۸ سرویس پرداخت طرح ترافیک ما راه افتاد. یکی، دو ماه بعد برای عوارض سالیانه خودرو به نتیجه رسیدیم و این گزینه به آیتول اضافه شد. عوارض سالیانه چیزی بود که کاربران چندان با آن آشنا نبودند و تنها زمان خرید و فروش خودرو با مسئله پرداخت آن مواجه می‌شدند. به همین دلیل معمولاً به کاربران جریمه دیرکرد تعلق می‌گرفت، زیرا اصلاً نمی‌دانستند که باید این عوارض سالیانه را پرداخت کنند. تقریباً برای اولین بار کاری کردیم که کاربران متوجه این آیتم پرداختی شوند. همزمان با پلیس هم تعامل می‌کردیم که گزینه پرداخت خلافی را نیز به آیتول اضافه کنیم.

اتفاق ویژه‌ای بود. از این جهت که در سال ۹۸، در مجموع بیش از دو میلیون صاحب خودرو به صورت مستقیم با آیتول تعامل داشتند و این از مجموع ۲۰ میلیون خودروی فعال در کشور بود. ما یک سطح بالاتر آمدیم و گفتیم سرویس‌های دیگری را نیز باید به مجموعه اضافه کنیم. اولین سرویسی که برایش تحقیق و بررسی کردیم، سرویس بیمه شخص ثالث بود. تا آن زمان صاحب دو میلیون خودرو با ما تعامل داشتند که به انحای مختلف شماره پلاک خود را به آیتول وارد کرده بودند و پرداخت خود را از طریق سرویس‌های ما انجام داده بودند. اینها به ما اعتماد داشتند و می‌شد تشویق‌شان کرد که باقی پرداخت‌ها مربوط به خودروی خود را از طریق آیتول انجام دهند. از ابتدای فروردین ۹۹ سرویس پرداخت بیمه شخص ثالث را لانچ کردیم. روزهای اول خودمان هم برآوردی نداشتیم که چقدر از آن استقبال

◀◀ شما قبل از آیتول کجا بودید و این کسب‌وکار چطور راه افتاده است؟

امیرحسین عبیری: من سابقاً فنی بودم و کسب‌وکاری نداشتم و از جمله افرادی هستم که از مسیر تخصص فنی به مدیریت کسب‌وکار آیتول رسیده‌ام. به‌نظرم ریشه مسیری که تا امروز طی کرده‌ام به روزهای دبیرستانم برمی‌گردد. آن دوران برایم بسیار مؤثر بود. در همین دوره بود که با المپیاد کامپیوتر آشنا شدم و به‌واسطه همین المپیاد تهران آمدم. بعد از آن سال ۹۳ در دانشگاه تهران در رشته مهندسی کامپیوتر ادامه تحصیل دادم. در این دانشگاه خصوصاً در سال‌هایی که من مشغول به تحصیل بودم، دوره اوج کسب‌وکارهای آنلاین بود. در آن زمان تازه تحریم‌ها برداشته شده بود و همه امیدوار بودند و فضای سرمایه‌گذاری روی کسب‌وکارهای حوزه آی‌تی رونق یافته بود. بعد از آن در رشته هوش مصنوعی از دانشگاه شریف مدرک فوق‌لیسانس را دریافت کردم. علت اینکه برای لیسانس دانشگاه تهران را انتخاب کردم، این بود که دانشگاهم تنها فنی نباشد و بتوانم با افرادی که در رشته‌های مختلف تحصیل می‌کنند، در تعامل باشم. سال‌های دوم و سوم دانشگاه با یکی از دوستان آشنا شدم که شرکتی داشت. پیشنهادی به آنها دادم که شرکت را در زمینه گردشگری توسعه دهند. همین به ایده ایجاد یک استارت‌آپ روی پایه‌های شرکتی که ۲۰ سال در همین زمینه فعال بود، منجر شد. اسم این استارت‌آپ هرمینا بود که سال ۹۵ نهایی شد و من مدیریت فنی را بر عهده داشتم. هرمینا موفق شد از مجموعه فناپ جذب سرمایه کند.

◀◀ هم‌بنیان‌گذاران چه کسانی بودند؟

عبیری: سعید حاج‌هاشمی قبلاً به عنوان سرمایه‌گذار ما در فناپ در میان ما بود. شاهین شاهمیر و کیوان خانی نیز تیم راهبری و اجرایی بودند. در تیم فنی نیز من و مهران میدانی و محمد بیات بودیم. با ترکیب این شش نفر استارت آیتول خورد.

آیتول در ۱۳ روز تعطیلات عید رشدی فراتر از انتظار را تجربه کرد. سفرهای نوروزی در حال انجام بود، مردم سرچ می‌کردند و آیتول خیلی سریع به جایگاه اول و دوم در کلمات کلیدی مختلف رسید. پرداخت داخل سایت انجام می‌شد و جریان مالی به‌سرعت در آن شکل گرفت. بعد از ده روز کار به جایی رسید که روزانه بیش از هزار نفر در آن پرداخت را انجام می‌دادند. طبیعتاً برای ما بسیار جذاب بود که از محصول مان استقبال شد. راهکار ما ساده بود و نتیجه‌اش این بود که مخاطبان بسیاری را جذب کردیم. سپس کسب‌وکارمان را توسعه دادیم، چون تنها قصدمان این نبود که کسب‌وکارمان را در همین حد نگه داریم. دیدیم مواردی که کاربر برای خودرو



شماره ۳۴
دی ۱۹۰۰
سال اول

مرکزی ما را صدا کرد و از نحوه کار و فعالیت مان پرسش هایی داشت. تعامل ما با بیمه مرکزی از اینجا کلید خورد. آن زمان بیمه مرکزی تازه داشت سرویس های آنلاین را ساماندهی و آیین نامه تدوین می کرد. کانسپتی را تحت عنوان کارگزار برخط بیمه تعریف کرده بود؛ هنوز این مفهوم به بلوغ کافی نرسیده بود و آیین نامه هایش مشخص نبود. به ما گفتند که باید کارگزار برخط بیمه شوید. از ا ردیبهشت که ما این تعامل را با بیمه داشتیم، به شکل خودخواسته و در همکاری با بیمه مرکزی، سرویس بیمه مان را متوقف کردیم و وارد پروسه اخذ مجوز کارگزاری بیمه شدیم. در ابتدا فکر می کردیم می توانیم این مجوز را طی یکی، دو ماه بگیریم. ولی هم به علت پروسه طولانی گرفتن مجوزها در کشور و هم به علت اینکه مجوز جدیدی بود، بیش از آنکه فکر می کردیم، کار طول کشید و تا ابتدای سال ۱۴۰۰ هم نشد که این مجوز را بگیریم. ابتدای سال با توجه به اینکه تعامل ما با بیمه مرکزی پیش رفته بود و بسیاری از مدارک و پیش نیازها و الزامات کارگزاری را رعایت کرده بودیم، با هماهنگی بیمه مرکزی شروع به کار کردیم و تالیستان ۱۴۰۰ مجوز کارگزاری برخط بیمه مان هم به دستمان رسید.

طی این مدت سرویس های دیگر خود را نیز توسعه دادیم و سعی کردیم آیتول را که در اذهان به عنوان یک سرویس پرداخت خودرو شناخته می شد، به سرویسی تبدیل



کنیم که کل آیتم های خدماتی مربوط به خودرو را پوشش می دهد. تست سرویس های در محل را آغاز کردیم که شامل کارواش و تعویض روغن در محل بود. ذهنیت مان هم این بود که هر جا که ارائه دهنده سرویس خوبی در بازار هست، ما می توانیم آن سرویس را بگیریم و به کاربر ارائه کنیم. الزاماً به معنی این نبود که خودمان آن سرویس را انجام دهیم. در پروسه تحقیق و توسعه مان چند کار را به شکل همزمان پیش بردیم، مثل موضوع خریدوفروش خودرو یا خدمات در محل مان. کاربران از اینکه سایر سرویس های خود را از طریق ما در یافت کنند، استقبال کردند. در این میان این را هم اضافه کنم که تمرکز آیتول تا اواسط ۹۹ روی وب سایت بود و بعد اپلیکیشن آیتول را توسعه دادیم و انتهای ۹۹ نسخه نهایی اپ آماده شد و خیلی سریع توانست به ۲۰۰ هزار نصب برسد و الان نزدیک به ۵۰۰ هزار نصب در یافت کرده است.

در حال حاضر اپ و سایت شما در مجموع چند کاربر دارد؟

شاهین شاهمیر: تا الان ۴/۵ میلیون خودرو با ما تعامل داشتند که جنس این تعامل متفاوت بوده است. بعضی ها تنها از ما استعلام پرداخت در یافت کرده اند، بدون اینکه ثبت نام کنند و کاربرمان شوند. عده ای هم ثبت نام کرده اند و اپلیکیشن را نصب کرده یا نکرده اند. کاربرانی که وفادار به حساب می آیند و با آیتول تعامل دارند، ۲/۵ میلیون نفر هستند. اما ۴/۵ میلیون کاربر حداقل یک بار از آیتول سرویسی را در یافت کرده اند.

ماجرای هرمینا چه بود؟ شکست خورد یا واگذار کردید؟ چرا؟

عبیری: هرمینا شکست نخورد و هنوز هم در حال فعالیت است، اما رشدی که مدنظرمان بود در آن اتفاق نیفتاد. ما در هرمینا تجربه خوبی به دست آوردیم. در یافتیم بعضی مسائل را دست کم و بعضی مسائل را دست بالا گرفته بودیم. ما چالش منابع انسانی را در شرکتی که سرویس B2B می دهد، دست کم گرفته بودیم، به خصوص در سال هایی که سرویس های B2C رشدهای عجیب و غریب و جذابی داشتند. ما احساس می کردیم از دوستان خود و شبکه ای که از بچه های فنی و غیر فنی داشتیم، می توانیم یک شرکت نوپای استارتا پی شکل دهیم. اما چالش اصلی این بود که کسب و کار B2B هیچ وقت اسمش در خیابان ها و روی بیلبوردها نیست و زیاد شنیده نمی شود. با توجه به اینکه اکثر افرادی که در شبکه ما و از دوستان ما بودند، به خاطر شرایط سنی و اولویت هایی که داشتند، مایل بودند در شرکت های معروف تر کار کنند، به چالش منابع انسانی برخوردیم. مهاجرت هم مزید بر علت شد. برای هرمینا در سال ۹۷ که ما از آن خارج شدیم، چند اتفاق پشت سر هم افتاد؛ موج مهاجرت شروع شد، در حالی که ما به دنبال همکاری بودیم که حداقل دو سال در شرکت بمانند، زیرا نرم افزار بسیار بزرگ و توسعه آن بسیار سخت بود و کسی که وارد شرکت می شد، شش ماه طول می کشید تا متوجه فرایندها شود. بعد از شش ماه هم مهاجرت می کرد و می رفت. سال ۹۸ هم که کرونا شیوع پیدا کرد، گردشگری کشور دچار افت شد و عملاً هتل ها توان پرداخت

نداشتند و رزرواسیون بسیار کم شده بود. محصول ادامه پیدا کرد. حتی ما از جایی تصمیم گرفتیم که ادامه ندهیم، اما در خواست از سمت هتل ها بود که می خواستند از این نرم افزار استفاده کنند اما شیب رشد کمتر از چیزی بود که ما بتوانیم آن را ادامه دهیم. چالش های کسب و کاری دیگری هم وجود داشت. ما حدود ۱۰۰۰ تا ۱۵۰۰ هتل فعال در کشور داریم و با توجه به اینکه مدل فروش سازمانی است و هتل ها در وضعیتی نبودند که بتوانند پرداخت های جدی داشته باشند، نمی توانستیم به درستی از آنها مبلغ سرویس ها را دریافت کنیم. در نهایت رشدی که مدنظرمان بود، اتفاق نیفتاد.

خروج شما به چه شکل بود؟ شرکت را به فناپ واگذار کردید؟

عبیری: محصول هرمینا در فناپ ادغام شد و شرکت لاماسو که اسپیناف شده بود، در قالب شرکت لاماسو ادامه کار داد، زیرا فضای فعالیتش نسبت به هرمینا متفاوت بود.

شما هلدینگی هستید که روی خدمات مربوط به حوزه خودرو تمرکز کرده است و یکی از شرکت ها آیتول است. کمی درباره مدل این هلدینگ و فعالیت هایی که در آن انجام می شود، توضیح می دهید؟

شاهمیر: سال های ۹۷ و ۹۸ استارت کیان را زدیم. آیتول اولین محصولی بود که راه افتاد اما تنها محصول نبود. دومین محصولی که از کیان لانچ شد و هردو تحت عنوان یک شرکت داشتند فعالیت می کردند، محصولی به نام کاربیل بود که پلتفرم B2B در حوزه خودرو بود. تصورمان این بود که خدماتی که با تلاش زیاد آنها را ایجاد کرده ایم، نباید تنها در آیتول ارائه شود و اپلیکیشن های دیگر نیز می توانند از این سرویس ها استفاده کنند. یعنی اگر کاربر استقبال می کند که خلاfi خودرویش را به جای مراکز پلیس + ۱۰ در اپ ما پرداخت کند، چرا فقط آیتول؟ خب بهتر است که بتواند در اپلیکیشن هایی که کاربر از کار با آنها لذت می برد نیز همین پرداخت را انجام دهد. به همین خاطر محصولی را ایجاد کردیم که پلتفرم B2B خودروست و در قالب API اپ ها خدمات می دهد و بیش از ۳۰ اپلیکیشن به آن متصل هستند.

معروف ترین هایشان کدام ها هستند؟

شاهمیر: آسان پرداخت، تاپ، دیجی پی و... بعضی ها هم غیرمستقیم به ما وصل هستند. مثلاً اپلیکیشن «ست» متعلق به سیمرغ تجارت از کاربری سرویس می گیرد و همان را به عده دیگری ارائه می دهد.

یعنی اگر من از طریق اپلیکیشن آپ می توانم عوارض خودرویم را استعلام بگیرم، این سرویس را در اصل شما به آپ داده اید؟

عبیری: بعضی از سرویس ها را بله. با این فرمول اگر حساب کنید، بیشتر از ۲۰ میلیون کاربر به شکل غیرمستقیم، کاربر کیان بوده اند. محصول سوم ما پلتفرم ایرپرداز یا ایرپیشه بود که یک سامانه کرادسورسینگ است و کارش تشخیص پلاک است. همیشه پلاک خوانی که انجام می شود، درصدی از پلاک ها که دقت خوانش شان پایین است، وارد پروسه دستی می شود و اپراتور آنها را وارد می کند. همین موضوع در مورد عوارض آزادراه ها هم داشت اتفاق می افتاد. چهار، پنج میلیون پلاک مانده بود که یا باید قید پول گرفتن از اینها زده می شد یا باید پلاک ها وارد پروسه اپراتوری می شدند. این پروسه هزینه زیادی دارد. باید یک سالن گرفته شود و با کامپیوتر تجهیز شود و افرادی برای این کار استخدام شوند. ما در اینجا یک پلتفرم طراحی کردیم که کارش کرادسورس کردن اینها بود، یعنی کاربر در خانه اش می نشست و پلاک می زد و مبلغ کمی بابت هر پلاک در یافت می کرد. در آن زمان

۵۰ هزار کاربر جذب این پلتفرم شدند که تا امروز تعدادشان به ۸۰ هزار کاربر رسیده است. این کاربران کار پلاک خوانی را انجام می دادند. ما دیدیم ظرفیت این کاربران بیشتر از آن است که فقط بخواهند کار ورود پلاک را انجام دهند. این پلتفرم شروع کرد به توسعه پیدا کردن تا کارهای دیگری انجام شود. تولید دیتاست های فارسی (چون این کاربران از همه شهرها و استان های کشور بودند)، لیبل زدن عکس، آماده سازی دیتا برای شرکت هایی که کار هوش مصنوعی انجام می دهند و... در کل پلتفرم کرادسورسینگ در دنیا امتحانش را پس داده و تست شده است. معروف ترینش آمازون ترک است. این اولین محصولی بود که کاملاً از کیان جدا شد و به عنوان یک شرکت دیگر مسیر خود را ادامه داد. کیان هم در فضای خودرویی سرویس هایش را توسعه داد و به هلدینگ خودرویی تبدیل شد. ذهنیت ما در کیان این بود که هر کدام از محصولات به یک اهداف مشخصی - یا از نظر درآمد یا از لحاظ تعداد مشتری و حتی منابع انسانی - برسند، شرکت مستقل شوند. اولین محصولی که به این مرحله رسید، آیتول بود که به شرکت مستقلی ذیل کیان تبدیل شد. آذرماه ۹۹ دومین شرکتی که ذیل کیان تشکیل شد و از این مجموعه جدا شد، شرکت همپاد کیان بود که کارگزاری بیمه ما بود. به واسطه تعاملی که با بیمه مرکزی داشتیم، نیاز بود که یک شرکت تخصصی بیمه داشته باشیم و عملیات صدور بیمه نامه را در آن شرکت انجام دهیم.

در راستای دیدگاه مان که توسعه سرویس در فضای خودرویی بود، متوجه شدیم که توان ما الزاماً کافی نیست و می توانیم از ظرفیت شرکت های دیگر استفاده کنیم. اینجا بود که یک فضای استارتا پ استودیو هم در حوزه خودرو و آی تی شکل دادیم. به عنوان شرکتی که بازوهای رشد خدمات خودرویی را دارد. اولین مجموعه ای که در این فضا در کیان شکل گرفت و همچنان هم در حال کار است، مجموعه کارپرداز بود که به عنوان یک استارتا پ در کیان ایجاد و به بازوی عملیاتی ما تبدیل شد. کارش این است که خودرو را از مخاطب تحویل می گیرد و یکسری خدمات برایش انجام می دهد، خدماتی که برای کاربر دردرس دارد مثل گرفتن معاینه فنی یا تعویض پلاک و ... در آینده شاید تعمیرات خودرویی یا حتی سفیر تصادفات هم به مجموعه اضافه شود. سفیر ما کارها را انجام می دهد و خودرو را به کاربر برمی گرداند.

ساختمانی که ما در آن مستقر هستیم، ساختمان کیان است و همه کسانی که اینجا کار می کنند، مستقیم یا غیرمستقیم به حوزه خودرو مربوط می شوند. هم سرویس هایی داخل این مجموعه ها تولید می شود و هم سرویس های در مجموعه های بیرونی بدون رد و بدل کردن سهام اینجا به فروش می رسد و هم سرویس هایی هستند که ما به عنوان سرمایه گذار به آنها ورود می کنیم.

در مجموع در حوزه خودرو چه تعداد سرویس دارید؟

شاهمیر: همه سرویس هایمان را در چند گروه دسته بندی می کنیم. دسته اول بدهی خودروست که خود بخش بدهی، مجموعه ای از چند سرویس است که از جاهای مختلف تجمیع شده است. دسته دوم بیمه خودروست که آن هم زیرمجموعه هایی دارد و گروه های تخصصی روی آن کار می کنند؛ بیمه شخص ثالث، بدنه و بیمه های خاص مسافرت حول خودرو. سومین محصول ما کارپرداز است که داخل آیتول و بعضی از اپلیکیشن هایی که به کاربری وصل هستند، به فروش می رسد. چهارمین محصول ما تعمیرگاه هاست. به این معنی که ما یکسری مراکز خدمات به صورت فیزیکی داریم و یکسری مراکز خدمات داریم که در محل به کاربر سرویس ارائه می دهند و مجموعه اینها را سرویس سنتر آیتول می نامیم. پنجمین محصول که هنوز در مرحله تحقیق و توسعه قرار دارد، خریدوفروش و آگهی خودرو است.

ادامه در صفحه ۱۰



کمبود اوره، چه بر سر
زنجیره تأمین کالاهای
دیگر می آورد؟

چین؛ یک قدم جلوتر از بقیه

چین یکی از محورهای اصلی تولید اوره در جهان است. ۱۵ درصد کل اوره جهان در این کشور تولید می شود. همزمان با شروع رشد قیمت سوخت و کود کشاورزی، دولت چین در ماه ژوئن امسال تصمیم گرفت با میلیاردها دلار سوبسید به کمک کشاورزان خود برود. وقتی که کمبود اوره و عواقب آن برای چینی ها مشهود شد، در ماه اکتبر با حکم حکومتی صادرات این ماده را ممنوع اعلام کردند.

از وقتی که همه گیری کرونا گریبان گیر این کشور شد، حجم و بهداشت غذا تبدیل به دغدغه اصلی دولت چین شده و از آن زمان تاکنون از طریق سرمایه گذاری دقیق، سوبسیدهای حساب شده و سهم بندی منابع، این کشور توانسته از باقی رقبا در تولید و بازار غذا و خوراک جلوتر بماند و حالا در حالی که بسیاری از کشورهای دیگر در آستانه بحران تغذیه هستند، به نظر می آید جایگاه چین طی فصول آینده کشاورزی از همیشه امن تر باشد. این امر به خودی خود می تواند رشد اقتصادی چین را نسبت به رقبای اصلی خود بهبود ببخشد و زمینه ساز تصاحب سهم

بازارهای مختلف توسط این کشور شود. شاید حتی مهم تر از تأثیر کمبود اوره بر صنعت کشاورزی، اثرگذاری آن بر نرخ کاری راننده های کامیون و ضعف بیش از پیش زنجیره تأمین کالا باشد. این روزها یکی از پدیده های غالب بر بازارها، کار مرتبط با زنجیره های تأمین کالا، عرضه گسترده و تقاضای ناچیز است. امری که به مرور باعث شده تا شرکت ها پیش رو در این زمینه وادار به بهتر کردن مداوم پیشنهادهای کاری خود شوند. کمبود اوره اما، یک مشکل با ریشه های اجتماعی نیست که بتوان با پیشنهادهای بهتر زمینه برای حل کردن آن فراهم کرد و تأثیرات آن بر تمامی اقشار در سال ۲۰۲۲ حس خواهد شد. ضعف عمیق تر زنجیره های تأمین کالا منجر به کمبود کالا و افزایش قیمت دیگر اجناس نیز می شود و می تواند در درازمدت به افزایش بیشتر قیمت سوخت نیز منجر شود. این پدیده ظرفیت این را دارد که طی سال های آینده خرده فروشی و همچنین عرضه عمده را تحت تأثیر قرار دهد و حتی در صورت مدیریت ضعیف منجر به ابرتورم شود.



شماره ۳۴
دی ۱۴۰۰
سال اول



بی ثباتی عظیم درپیش است

کمبود یک ماده شیمیایی و موج در دسرهای به دنبال آن؛ از کمبود غذا تا اختلال گسترده در زنجیره تأمین کالا

این روزها یکی از روندهای غالب در بازار غذا، کمبود مواد اولیه و ضعف زنجیره های تأمین کالای این حوزه است. افزایش قیمت ها، بی ثباتی اقتصادی و ضعف زنجیره های تأمین کالا همگی در میان عواقب مستقیم همه گیری دو سال و نیم گذشته هستند. در این بین

افزایش جهانی قیمت غذا و خوراکی یکی از اصلی ترین نتایج کلی وضع جاری بود. حالا اما به نظر می رسد کمبود یک ماده شیمیایی ساده زمینه ساز افزایش بیش از پیش قیمت ها نیز خواهد شد.

اوره یکی از موادی است که شهرت آنچنانی ندارد و کسی آن را به عنوان محور صنعت در نظر نمی گیرد. با این حال اوره (که به وفور در ادار یافت می شود)، یکی از نیروهای خاموشی است که تمدن مدرن را به آرامی جلو می برد. قیمت اوره در طول ماه گذشته رکورد تاریخی خود را شکسته و از هر زمان دیگری گران تر شده است. اما چرا کمبود اوره نگران کننده است و عواقب درازمدت این کمبود چه خواهد بود؟

اوره یکی از مواد اصلی مورد استفاده در کود کشاورزی و همچنین سوخت دیزلی است. دو عاملی که به طور مستقیم در تولید و عرضه مواد غذایی نقش دارند. مردم و صنایع مختلف حالا شوک کمبود اوره را بر زندگی شخصی خود احساس می کنند. در هند، کمبود

اوره باعث شده تا کشاورزان برای امرار معاش خود دچار نگرانی شوند. در کره جنوبی، بسیاری از راننده های کامیون سوخت کافی برای انجام سفرهای کاری ندارند و به نظر می رسد این تنها شروع ماجرا باشد.

شاخص قیمت غذا در دفتر غذا و کشاورزی سازمان ملل، پیش از کمبود اوره نیز در بالاترین سطح از سال ۲۰۱۱ تاکنون بود. حالا با کمبود اوره، ضعف کشاورزی مؤثر، کمبود سوخت و فشار مضاعف بر زنجیره تأمین کالایی که از قبل توسط عوامل دیگر نیز ضربه خورده است، حالا می تواند شاخص گرستگی جهانی را به حدی برساند که از دهه ۵۰ میلادی به این سو نظیر آن را ندیده ایم.

یکی دیگر از دلایل برای گرانی و کمبود اوره، افزایش چشمگیر قیمت زغال و گاز طبیعی در ماه های اخیر است. در حالی که کبد انسان به راحتی می تواند اوره تولید کند، نوع صنعتی و قابل استفاده آن تنها از طریق واکنش شیمیایی بین گاز طبیعی یا زغال با آمونیاک به دست می آید. در این بین، چین و روسیه که دو تولیدکننده اول اوره در دنیا هستند، تصمیم گرفته اند تا عرضه گسترده اوره را متوقف کنند و کشاورزان این کشورها را بی نصیب بگذارند. همزمان با این اتفاقات، توفان موسوم به «اید» بسیاری از کارخانه های شیمیایی آمریکا را در



پارسا خاک نژاد



Parsa.khaknezhad@gmail.com

ساحل شرقی این کشور به مدت چند ماه از کار بی کار کرد و حالا به نظر می رسد این کمبود تولید داخلی اوره بر تولید و کسب و کار کشاورزان این کشور در فصل بعد تأثیر بگذارد. جان بافس، یکی از مقامات ارشد بانک جهانی، درباره افزایش جهانی قیمت غذا می گوید: «برای فصل پیش رو، عموم کشاورزان در مناطق کلیدی جهان به سهم مورد نیاز خود از اوره دست پیدا کرده اند. ولی از آغاز فصل بعد تأثیرات کمبود واضح تر خواهد بود و بسیاری از مناطق با بازدهی کاهش یافته کشاورزی روبه رو خواهند شد. معمولاً گزارش هایی مانند قیمت اوره برای همه خسته کننده است و کسی زحمت خواندن آن ها را به خود نمی دهد. این بار این گونه نیست. اگر قیمت گاز طبیعی و زغال در سطح فعلی بماند، بدون هیچ شک می توانیم افزایش جهانی ۱۵ تا ۲۰ درصدی را در قیمت غذا و خوراک شاهد باشیم. افزایش قیمت پیش رو، به خوبی اهمیت چنین گزارش هایی را نمایان خواهد کرد.»

در هند بسیاری از کشاورزان در مراکز توزیع کود کشاورزی دست به اعتراضات گسترده و درگیری با نیروهای امنیتی زده اند. هر چند برای بسیاری از کشورها فصل پیش رو همراه با چنین صحنه هایی را نخواهد بود، اما حوادث جاری در هند می تواند نمونه ای دقیق از بحرانی باشد که در کمین کشاورزان سراسر دنیا است.

سوپر اپ خودرو

در هر کدام از این مجموعه‌ها، بازیگران دیگری هم هستند که فعالیت دارند. از همراه مکانیک گرفته تا دیوار و سرویس کارنامه‌اش. کسب‌وکارهایی مثل پدال و رگلاژ... هم داشتیم که پلتفرم تعمیرگاه‌ها بودند و این روزها بازیگران جدیدی هم وارد شده‌اند. در هر حوزه مهم‌ترین رقبایمان، هم در میان کسب‌وکارهای آنلاین و هم در میان سنتی‌ها که هستند؟

شاهمیر: اولاً ما اینها را رقیب نمی‌نامیم و همکار می‌دانیم، زیرا واقعاً رویکردمان این است که با این کسب‌وکارها همکاری کنیم. اما در بحث پرداخت، همکارانی داریم که روی حوزه پرداخت تمرکز دارند اما نه الزاماً پرداخت خودرو. مثل آسان پرداخت، تاپ، پی‌پاد، دیجی‌پی و... تعدادشان هم کم نیست. در حوزه بیمه نیز سرویس‌های تخصصی بیمه داریم مثل ازکی، بیمه دات کام، بیمه بازار و... اما در اینها بزرگ‌ترین سرویس مربوط به ازکی است. در حوزه خریدوفروش خودرو نیز بخش خوبی از بازار در دست دیوار و مجموعه کارنامه است و ما با آنها همکاری خوبی داریم. در قسمت خدمات تعمیرگاهی ماجرا پیچیده‌تر است، یعنی بازیگران سنتی جدی وجود دارند و بازیگران آنلاین عملاً در این مورد چندان موفق نبوده‌اند، البته به جز کسب‌وکارهایی که وارد بخش محتوایی این حوزه شده‌اند. یک دلیل اینکه بخش آنلاین این حوزه جدی نشده، موضوع تواتر استفاده و زمان نامشخص استفاده است، زیرا ما نمی‌توانیم پیش‌بینی کنیم که خودرومان کی نیاز به تعمیرات دارد. به همین علت هم هیچ‌وقت یک آپ روی گوشی‌مان نمی‌ریزیم، برای روزی که خودرومان خراب می‌شود. عملاً نوآوری آیتول و چیزی که رویش تمرکز کرده، همین است که تمام سرویس‌های خودرو را یکجا جمع کند تا کاربر به عنوان مرجع خودرو آن را داشته باشد. حالا ممکن است یک روز از خدمات تعمیرگاهی‌اش استفاده کند و زمانی دیگر برای بیمه و برخی اوقات هم برای چک کردن خلافی‌اش. اگر از این منظر به ماجرا نگاه کنیم و اتفاقاً معتقدیم که کاربران ما این موضوع را درک می‌کنند، نتیجه‌اش این می‌شود که با اینکه تعداد کاربران مادر برخی موارد بسیار کمتر از برخی آپ‌هاست، ولی حتی در حوزه پرداخت خودرو، ما حجم تراکنش بیشتری داریم. این اتفاق هم یک دلیل بیشتر ندارد و آن اینکه کاربر، ما را به عنوان سرویس خودرویی می‌شناسد.

خیلی‌ها به‌خصوص در نسل اول اکوسیستم استارت‌آپی، روی بازار سرویس ارائه می‌کردند. بازار بیمه و سلامت و... را بررسی می‌کردند و بر اساس حجم آن سرویس ارائه می‌دادند. بازار خودرو بسیار بزرگ است اما پیش از شما داستان موفقیت (Success Story) در آن نداشته‌ایم. الان چه درصدی از این بازار تبدیل به بازار آنلاین شده است؟ چه چشم‌اندازی پیش روی آیتول است که سهم بیشتری از آن بگیرد؟

عبیری: من این سؤال را می‌توانم به تفکیک درباره‌اش توضیح دهم، مخصوصاً در آن پنج حوزه‌ای که گفتم. ولی اجازه بدهید این‌طور جواب بدهم که ما در کشور حدود ۲۴ میلیون خودرو داریم که بیشتر از ۲۰ میلیون آن در دسترس هستند. تعدادی از آنها به دلیل اینکه یا در روستاهای دورافتاده قرار دارند یا شرایط خاصی دارند و استفاده نمی‌شوند، در دسترس نیستند. بازار خودرو در سال‌های اخیر نشان داده است که

رشد بزرگی را تجربه می‌کند؛ هم از نظر خدمات و هم از حیث تعداد خودرو. در ده سال اخیر، به طور میانگین سالی بیش از ده درصد، تعداد خودرو در کشور افزایش داشته است. به علاوه تعداد خدمات از جنس پرداخت و سرویس‌های متنوع بیمه و... زیاد شده است. در نتیجه بازار خدمات خودرو از دید ما بیش از ۱۵ تا ۲۰ درصد در سال رشد می‌کند. این عدد برای رشد سالیانه کل یک صنعت چشمگیر است. این رشد را در کنار این حقیقت بگذاریم که در بسیاری از این سرویس‌ها هنوز بخش آنلاین رشد جدی نکرده است. مثلاً در صنعت بیمه که ما در حوزه بیمه خودروی آن وارد شده‌ایم، ارزش بازار را ۴۰ تا ۵۰ هزار میلیارد تومان برآورد می‌کنند که تنها کمتر از ۳ درصد آن آنلاین شده است. این یعنی بازار هنوز شکل نگرفته و بازیگر بزرگی در فضای آنلاین بیمه نداریم. عده‌ای فکر می‌کنند که ما با ازکی و بیمه‌بازار و بیمه دات کام رقیب هستیم، در حالی که همه ما داریم درباره ۳ درصد این بازار صحبت می‌کنیم و این بازار آن قدر بزرگ هست که برای همه ما جا داشته باشد. بنابراین مجموع بازار خودرو که حداقل آیتول امروز برای آن هدف‌گذاری کرده است، بیشتر از سالی صد هزار میلیارد تومان گردش مالی دارد که البته ما با درصد کارمزدهای متفاوتی در آن طرف هستیم. سرویس‌هایی داریم که آیتول هیچ کارمزدی از آن دریافت نمی‌کند و فقط برای این هست که مشتری بتواند آن خدمت را خوب دریافت کند. از طرفی سرویس‌هایی نیز داریم که حاشیه سود بهتری دارند. ولی مجموع گردش مالی که آیتول حداقل در فاز اول کارش هدف‌گذاری کرده، این عددی است که گفتم.

این عدد، عدد کلی صنعت خودروست، یعنی خریدوفروش هم در همین دسته قرار می‌گیرد؟
عبیری: این عدد اهداف محصولاتی هستند که امروز در آیتول روی آنها تمرکز کرده‌ایم. پرداخت، بیمه و خدمات تعمیرگاهی. خریدوفروش خودرو جزء آن نیست.

آخرین وضعیت‌تان با بیمه مرکزی چیست؟ سرویسی متوقف شده است یا خواسته‌اند لاینی را فعلاً معلق کنید؟

عبیری: ما از ابتدای ۹۹ تا به امروز که نزدیک به دو سال می‌گذرد، چالش‌ها و تعاملات بسیاری با بیمه مرکزی داشتیم. ما یک سرمایه‌گذاری جدی روی محصول بیمه در همان ابتدای کار انجام دادیم، آن هم به عنوان یک شرکت نوپا نه یک شرکت بزرگ که بخشی از سرمایه‌اش را در این بخش صرف کرده است. در آن زمان تیم ما کمتر از ۵۰ نفر بود و تازه شکل گرفته بود و نیمی از سرمایه‌مان را در چنین شرایطی روی این گذاشتیم که محصولی به نام بیمه را توسعه دهیم. زمانی این محصول را لانچ کرده و به خاطر ایرادهای مجوزی که به این کسب‌وکار گرفتند، یک سال راه‌اندازی سرویس را به تعویق انداختیم. همه می‌دانیم یک سال رشد در فضای استارت‌آپی را از دست دادن چقدر برای یک استارت‌آپ هزینه سنگینی دارد. اما امروز که اینجا هستیم، همه اینها را پشت سر گذاشته‌ایم. از اواسط امسال که رسماً کارگزار برخط بیمه مرکزی شدیم، دیگر از این چالش‌ها گذر کرده بودیم و عملاً داشتیم فرایند صدور و فروش بیمه‌مان را بدون مشکل طی می‌کردیم. در این چند ماه بیمه مرکزی هم شروع کرده و تلاش دارد این فضا را بزرگ کند و نوآوری می‌کند و سرویس‌ها را توسعه می‌دهد. واقعاً هم در این فضا همراهی کرده، هر چند در یک فضای بوروکراتیک، اما این طور نبوده که بگویم نهادی مثل بیمه مرکزی همیشه مانع استارت‌آپ‌ها بوده است.

اگر واقع‌بین باشیم، در فضای سنتی بیمه ۸۰ هزار نماینده بیمه داریم که داشتند در این فضا کار می‌کردند. ۳ درصد از بازار بیمه خودرو، از دست نماینده‌های بیمه خارج شده و به سرویس‌های آنلاین اضافه شده است. هر چند سرویس‌های آنلاین هم عملاً پشت سرشان نماینده‌های بیمه هستند و باز هم اتفاق چندان ویژه‌ای نیفتاده است. شاید نقطه غایی این باشد که سرویس‌های آنلاین مستقیم به هسته شرکت‌های بیمه وصل باشند، اما حداقل امروز که در حال صحبت هستیم و تا چند سال آینده، چشم‌انداز ما و همه شرکت‌های بیمه این است که این صدور از طریق نمایندگان انجام شود. طبیعی است که در این فضا نمایندگان ناراضی هستند و سعی می‌کنند مشکلاتی را برای سرویس‌های آنلاین از طرق مختلف ایجاد کنند، مثل فشار وارد کردن به بیمه مرکزی، انجام کارها و اعتراضات صنفی و... این مسیری است که در صنایع مختلف هم دیده‌ایم. وقتی شکل تاکسی داشت به سرویس اینترنتی تغییر می‌کرد، کمابیش ما این فضا را از سمت سنتی تاکسیرانی نیز دیدیم. اما نهادناظر بیمه مرکزی با مثالی که زدم متفاوت است. بیمه مرکزی در این سال‌ها از یک طرف خواسته مانع رشد کسب‌وکارهای آنلاین نشود و از طرفی هم تحت فشار نمایندگان سنتی بیمه بوده است.

اتفاقی که در آیتول افتاده، جدید است و همه کسب‌وکارهای بیمه آنلاین دیگری که دارند در این فضا کار می‌کنند، تحت عنوان بیمه فعال هستند و هیچ‌کس ادعای سرویس دیگری ندارد. اما فضای آیتول متفاوت است و آیتول از منظر خودرو به مسئله بیمه نگاه می‌کند. در نهایت رویکردمان این است که کاربرانی که در سرویس‌های دیگر داشتیم، در سرویس بیمه خودرویشان هم مشتری ما باشند. این در فضای بیمه مرکزی و نمایندگان بیمه سوءبرداشت‌هایی ایجاد کرده و می‌گویند چرا اطلاعاتی را که در زمینه‌های دیگر هست، در حوزه بیمه استفاده می‌کنید. در حالی که از دید ما این اطلاعات در زمینه دیگری نیست و همه این اطلاعات حول خودروست و کاربر خودش آنها را وارد کرده و ما هم مثل هر کسب‌وکار آی‌تی دیگری وقتی یک سرویس جدید تولید می‌کنیم، اولین گروهی که مخاطب قرار می‌دهیم، مشتریان سرویس‌های قبلی‌مان هستند. این را بگذارید در کنار اینکه آیتول نسبت به باقی بازیگران حوزه بیمه حضور کمرنگ‌تر و سروصدای کمتری هم داشته است. در نتیجه فشار نهادهای نظارتی روی آیتول بیشتر بوده است. ما حاصل این اتفاق این بود که به شکل عجیبی در هفته گذشته پروانه بیمه ما تعلیق شد و در جست‌وجوهایی که داشتیم، هیچ مورد تعلیق دیگری را در فضای بیمه ندیدیم که این همه مصاحبه و فضای رسانه‌ای حول آن شکل گرفته باشد. این اتفاق برای کارگزاری‌ها، نماینده‌ها و حتی شرکت‌های بیمه بسیاری رخ می‌دهد که به علتی بیمه مرکزی تا زمانی آنها را تعلیق کند. اما حداقل ما ندیدیم که با جاهای مختلف هم مصاحبه شود و موضوع را عمومی اعلام کنند. اما این اتفاق برای آیتول افتاده و حتی زمان پایان تعلیق هم تا امروز به ما اعلام نشده است. آیتول برای اینکه حسن نیتش را به بیمه مرکزی نشان دهد، از زمانی که این تعلیق اتفاق افتاده، سرویس بیمه را متوقف کرده است و این فشار بسیار زیادی را به شرکت وارد می‌کند. از مجموع ۱۰۰ نفری که در کیان فعالیت می‌کنند، بیش از نیمی از آنها به نوعی به سرویس بیمه مرتبط می‌شوند. وقتی که سرویس پایین است، عملاً خیلی از این دوستان علاوه بر اینکه کاری برای انجام‌دادن ندارند، فشار روانی به آنها وارد شود و احساس ناامنی نسبت به کسب‌وکار پیدای می‌کنند که در حوزه منابع انسانی هم ما را دچار چالش می‌کند.

در مورد ترکیب سرمایه‌گذاران بگویید و اینکه تا امروز چقدر جذب سرمایه داشته‌اید؟

شاهمیر: آیتول تا امروز به شکل بوت‌استرپ پیش رفته و هیچ جذب سرمایه‌ای برایش اتفاق نیفتاده است. به جز یک سال اولی که خود هم‌بنیان‌گذاران مجموعه بدون داشتن عایدی در شرکت فعالیت کردند و شخصی در شرکت هزینه کردند.



درباره سیاست‌گذاری نوآوری

کفش شما، پای ما را می‌زند

تلویزیون مدتی است اصرار دارد خانوادگی کفشی را بخیریم که ادعا می‌کند کیفیت فوق‌العاده‌ای دارد. سایزبندی ۳۰ تا ۴۶ یک مدل کفش با سه رنگ گرفته و ناراحت‌کننده را به عنوان نقطه قوت کار معرفی می‌کند و توضیحاتی درباره زیره و رویه کفش به ما می‌دهد که بگوید با کفشی راحت‌تر سروکار داریم ولی ما به عنوان مخاطب معمولی چیزی از آن نمی‌فهمیم. کار به جایی رسیده که به اندازه سایز پایمان جایزه میلیونی در نظر گرفته است. اما به نظرم تماشای خانواده‌ای که از نو هفت ساله تا پدر بزرگ و مادر بزرگ ۷۰ ساله یک مدل کفش به پا می‌کنند، غم‌انگیز است. رد این سبک رویکرد و نگاه را می‌توان در سیاست‌گذاری در ایران که سیاست‌گذاری نوآوری هم زیرمجموعه‌ای از آن است، دنبال کرد. رگولاتور سیاست‌هایش را می‌چیند و بدون توجه به بی‌میلی مخاطب، روی آن اصرار دارد و در بوق و کرنا می‌کند که شما متوجه نیستید! اتفاقاً این سیاست‌ها برای شما خوب است. سیاست‌گذار نوآوری مثل همان تولیدکننده کفش، نه توجهی به قالب‌ها و مدل‌های جذاب جهانی دارد، نه به نیازی که مخاطبان متفاوت دارند. یک مدل کفش پیش روی کسب‌وکارهای نوآور قرار داده و می‌گوید اگر می‌خواهی اینجا بمانی، باید با کفش‌هایی راه بروی که ما برایت دوخته‌ایم. کفش‌های ناراحت و بدقواره‌ای که کسب‌وکارهای نوآور اگر گزینهای پیش رویشان بود، احتمالاً ترجیح می‌دادند پابرهنه راه بروند و سنگ و خارهای مسیر را به جان بخرند ولی با آن کفش‌ها قدم برندارند.

چه آن تولیدکننده کفش، چه سیاست‌گذار نوآوری که محصولاتشان توی ذوقمان می‌زند، یک مشکل اساسی دارند. آن‌ها از سال‌هایی که جامعه از سر گذرانده است، عقب مانده‌اند. جامعه‌ای که بسیار دیده، خوانده و دیگر به مدل‌های قدیمی راضی نمی‌شود. شاید سیاست‌گذار با مجبور کردنشان به پوشیدن این کفش‌ها در اجرای خواسته خود موفق شود ولی خوب است متوجه باشد که مرور زمان در این بی‌میلی تأثیری ندارد؛ مردم و کسب‌وکارها تا ابد از این کفش‌ها ناراضی خواهند بود و در اولین فرصت آن را از پادرمی آورند.



شماره ۳۴
دی ۱۹۰۰
سال اول



نگاهی به وضعیت صنعت کوچینگ و اینکه چرا کسب و کارها به مربی نیاز دارند؟

مسیر سبز کوچینگ

افراد دیگری نیاز دارند تا سازنده‌تر و موفق‌تر عمل کنند، از راهنمایی‌های مربی‌ها و مشاوران مختلف استفاده می‌کنند.

افزایش تقاضای مربیان در دنیای شرکت‌ها

اندازه تخمینی بازار صنعت کوچینگ در سال ۲۰۱۹ نزدیک به ۱۵ میلیارد دلار بوده است و تقریباً نصف این مبلغ سهم ایالات متحده است؛ یعنی ۷/۵ میلیارد دلار. با روندی که این صنعت تاکنون طی کرده انتظار می‌رود ارزش بازار تا سال آینده یعنی ۲۰۲۲ با نرخ رشد متوسط ۶/۷ درصدی سالانه، به ۲۰ میلیارد دلار برسد. این آمار نشان می‌دهد صنعت مربیگری روز به روز در حال افزایش است و افراد زیادی به حضور در این حرفه علاقه نشان می‌دهند. دهه گذشته میلادی شاهد تغییر حرفه افراد بسیاری به سمت کوچینگ بود و امروز هم تعداد زیادی از افراد در آموزش رسمی مربیگری شرکت می‌کنند. البته این بین یک تفاوت کوچک به وجود آمده است؛ اینکه افراد برخلاف دیروز تنها برای مربی شدن آموزش نمی‌بینند بلکه بسیاری از مردم برای یادگیری مهارت‌هایی مثل بلاکچین و متا جهت تقویت حرفه فعلی خود به این سمت حرکت می‌کنند. کوچینگ دیگر به عنوان یک هزینه تلقی نمی‌شود، بلکه سرمایه‌گذاری برای توسعه و رشد شخصی است.

مشکلات پیش روی صنعت کوچینگ

بزرگ‌ترین چالشی که امروزه مربیان با آن روبرو هستند، این است که مربیان آموزش ندیده به اعتبار صنعت لطمه می‌زنند. رشته مربیگری بی‌نظم است، برای حضور در شبکه‌های اجتماعی به عنوان یک مربی و مشاور هیچ مجوزی لازم نیست و در نتیجه، هر کسی می‌تواند خود را یک مربی بنامد. مربیگری نادرست باعث بد جلوه دادن این حرفه می‌شود و از طرف دیگر حضور یک مربی حرفه‌ای می‌تواند هم اعتبار بیشتری به این صنعت بدهد و هم چراغ راه افراد و کسب و کارها باشد.

کوچینگ یا مربی‌گری کسب و کار و زندگی تقریباً از ۲۰ سال پیش برای اولین بار ظاهر شد. در دهه گذشته میلادی محبوبیت قابل توجهی به دست آورد و امروز به جایی رسیده است که اکثر سازمان‌ها، به ویژه برای افراد با استعداد خود به آن نیاز دارند. افراد برای بهبود عملکرد در زندگی شخصی یا مسیر کسب و کارشان، به مشاوره‌های تخصصی و دقیق نیاز دارند و این نیاز از زمان پیچیده‌تر شدن حرفه‌های بشر خصوصاً بعد از تولد اینترنت جدی‌تر شده است؛ چراکه هم شغل‌های جدیدی وارد بازار شده‌اند و هم مهارت‌های بیشتری برای انجام این شغل‌ها لازم است. برای پاسخگویی به این نیاز روبه‌رشد، کوچ‌ها خدماتی را در زمینه‌های مختلف مانند مربیگری شغلی، مربیگری سلامت، مربیگری رهبری، مربیگری شادی و غیره ارائه می‌دهند. حضور یک مربی در لحظات تصمیم‌گیری برای یک موقعیت شخصی و حرفه‌ای باعث می‌شود با نگاهی ریزبینانه‌تر به مسائل نگاه کنید و ابعاد بیشتری را بسنجید و در نهایت تصمیم بهتری بگیرید. لحظه انتخاب بین دو مهارت برای یادگیری، انتخاب بین ادامه تحصیل در مقطع بالاتر یا ورود به بازار کار، انتخاب نحوه سرمایه‌گذاری در یک بازار، انتخاب شیوه تأمین مالی و سازوکار آینده شرکت و... همگی از لحظات حساسی هستند که حضور فردی باتجربه و در عین حال باسواد را طلب می‌کند. البته همه این‌ها زمانی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند که هزینه‌دار بودن هر تجربه ناموفق را در نظر بگیریم. یعنی وقتی که فرد بداند به ازای هر یک تصمیم اشتباه، زمان، انرژی و مبلغ مالی به همان اندازه و حتی بیشتر از دست می‌دهد، سعی می‌کند که عاقلانه‌تر قدم بردارد. بنابراین منطقی به نظر می‌رسد که افراد و کسب و کارها از یک مربی و متخصص استفاده کنند تا بتوانند منابع بیشتری را حفظ کنند و در نتیجه رشد بهتری داشته باشند. در چند سال اخیر از مربیگری برای پرورش افرادی که در حال تغییر نقش و تغییر شغل هستند، استفاده شده است. خصوصاً رهبران مختلف به دلیل اینکه می‌دانند برای درک الگوهای فکری و محرک‌های فکری خود به حمایت



شماره ۳۴
۱۹ دی ۱۴۰۰
سال اول



اینترنت پر شده از استادان بی‌سواد و پرمدعا!

گفت و گو با امیرحسام حیدریان، مؤسس حس ورک که معتقد است **بلاگرهای آموزش کسب و کار** رابطه لازم با بدنه بازار را ندارند و به همین دلیل واقع‌نگر نیستند

برای آشنایی بیشتر با وضعیت بلاگری حوزه آموزش کسب و کار با امیرحسام حیدریان، مؤسس حس ورک که در همین زمینه فعالیت می‌کند، گفت و گو کردیم و از چالش‌ها و مسیر آینده این حوزه پرسیدیم.

❄️ وضعیت بلاگری آموزش کسب و کار چگونه است؟

آموزش کسب و کار را در ابتدا باید به دو قسمت تقسیم کنیم؛ بخش اول کسانی هستند که صرفاً بحث انگیزشی می‌کنند و کارشان انگیزه‌بخشی برای کسب درآمد است و بخش دوم آموزش‌های مربوط به حوزه کسب درآمد است. حوزه مربوط به انگیزشی رونق خوبی دارد و افراد زیادی هستند که در آن فعالیت می‌کنند و عمده این فعالیت‌ها هم بیشتر به سمت رؤیافروشی

تنوع بازار کار و گسترده شدن ابعاد مدیریتی و اجرایی یک کسب و کار نیاز به آموزش‌های بیشتر در این حوزه را تقویت کرده است. به همین دلیل تقریباً نزدیک به یک دهه است که پلتفرم‌های مختلف میزبان بلاگرهای حوزه آموزش شده‌اند و این افراد تلاش می‌کنند که با ارائه آموزش اصولی به صاحبان ایده یا کسانی که کسب و کار خود را راه انداخته‌اند، مسیرشان را هموارتر کنند.

به همین ترتیب که بازار آموزش کسب و کار داغ‌تر می‌شود و حجم محتوای تولیدی روز به روز افزایش می‌یابد، باید توجه داشت که آیا این صنعت نوپا، مسیر درستی را طی می‌کند یا خیر و آیا فعالان این حوزه از صلاحیت آموزشی لازم برخوردار هستند و محتوای مناسبی تولید می‌کنند که برای مخاطبان قابلیت استفاده داشته باشد؟

عکس: پریا امیرحاجلو



کدام پلتفرم برای
اینفلوئنسر مارکتینگ
بہتر است؟

اینستاگرام در برابر یوتیوب

اینستاگرام یا یوتیوب؟ بازار یاب‌ها مدت‌هاست که با این سؤال مواجه هستند و تا اینجای کار هم به نظر واحدی نرسیده‌اند اما با این حال گویا وزنه اینستاگرام در موضوع اینفلوئنسر مارکتینگ کمی سنگین‌تر از یوتیوب است. بر اساس گزارش‌هایی که در خصوص بازار یابی در یوتیوب و اینستاگرام در سال ۲۰۲۱ منتشر شده است، بیشتر بازار یابان قصد دارند در سال جدید بیشتر هزینه‌های بازار یابی اینفلوئنسر خود را به اینستاگرام اختصاص دهند. همین مسئله باید به معضل اینستاگرام و یوتیوب پایان دهد، درست است؟ نه دقیقاً! برای اینکه به این سؤال پاسخ دقیق‌تری بدهیم، باید نگاهی به آمارها بیندازیم. اینستاگرام بیش از یک میلیارد نفر کاربر دارد و میانگین نرخ تعامل در آن ۵ درصد است. میانگین نرخ پست در اینفلوئنسر ها ۱۰ دلار به ازای هر هزار فالوئر است و میانگین تعداد لایک‌ها در حساب‌های تأثیرگذار، ۱۷۷۵ است. در یوتیوب نیز تعداد کاربران بیش از دو میلیارد نفر است و میانگین نرخ تعامل ۲۰ درصد است. میانگین نرخ پست اینفلوئنسر، ۲۰ دلار به ازای هر هزار فالوئر است و میانگین تعداد بازدید برای ویدئوهای اینفلوئنسر ها، ۲۵۸۶۷ یوتیوب امکان دسترسی به دو میلیارد کاربر را می‌دهد، محتواهای یوتیوب معمولاً همیشه سبز، جست‌وجوگر پسند و دارای طول عمر طولانی است. بنابراین، یک ویدئوی حمایت‌شده از یوتیوب می‌تواند برای یک برند معجزه کند. البته این کار بیشتر از تولید محتوا برای رسانه‌هایی مانند استوری اینستاگرام هزینه خواهد داشت. با این حال، استوری‌های اینستاگرام گذرا هستند، حتی اگر تولید محتوا بسیار مقرون به صرفه‌تر از یوتیوب باشد. بیش از یک میلیارد کاربر هر ماه در اینستاگرام فعال هستند، چراکه یک پلتفرم اینفلوئنسر مارکتینگ همه‌کاره است و در انتخاب قالب‌های محتوا آزادی بیشتری می‌دهد. هایلایت‌ها و IGTV جذابیت اینستاگرام را به عنوان یک پلتفرم بازار یابی تأثیرگذار افزایش داده است. در نتیجه انتخاب میان این دو پلتفرم وابستگی مستقیم به هدف کسب‌وکار دارد.

اگر بخواهیم واقعی به این موضوع نگاه کنیم، به نظر من عرصه آموزش و مشاوره الان به جایی رسیده که دیگر نباید به بزرگ شدن کار فکر کنیم و باید به تخصصی شدن آن بیندیشیم. مادر کشور لازم داریم که مؤسسات و سازمان‌هایی که مشاوره آموزش می‌دهند، بتوانند، به موضوعات با دقت بیشتری نگاه بکنند، چراکه کشتی کسب‌وکار ایران سوراخ است و دارد از بین می‌رود. کاری که ما در حس‌ورک می‌کنیم این است که مقدمات کسب‌وکارها و حرفه‌ها را آموزش می‌دهیم. دقیقاً مانند یک پزشک عمومی. وقتی که حال ما بد است به یک پزشک مراجعه می‌کنیم و سپس او ما را به سمت یک متخصص هدایت می‌کند تا به صورت بهتری درمان شویم. حس‌ورک، همان پزشک عمومی است و معتقدیم که برای درمان یک بیمار به پزشک متخصص نیاز است، نه لزوماً یک بیمارستان بزرگ‌تر.

محتوا و کسب‌وکار محتوا در شبکه‌های اجتماعی در چه وضعیتی است و چقدر جای رشد و سرمایه‌گذاری دارد؟

سرمایه همیشه به سمتی حرکت می‌کند که بفهمد جای امنی برای آن وجود دارد و در کنار پذیرش ریسک می‌تواند بازدهی خودش را هم داشته باشد. چون شرایط اینترنت کشور ما متلاطم است و آینده پایداری برای آن متصور نیست و مشکلات دیگری نیز در سمت رگولاتوری و قانون‌گذاری وجود دارد، باعث می‌شود سرمایه‌گذارها دلسرد شوند. افراد می‌خواهند سرمایه‌گذاری بکنند اما مشکلاتی از جمله اینماد، رگولاتوری ضعیف و... آنها را به شک می‌اندازد.

در کشور ما جا برای کار کردن وجود دارد اما به شرطی که امنیت اقتصادی وجود سرمایه، دانش فنی و زمان خود را در این زمینه صرف کنند. شرایطی که الان در آن قرار داریم، تقریباً ۱۰ درصد پتانسیلی است که جامعه ما دارد.

اگر بخواهیم به صورت واقع‌نگرانه شرایط را ببینیم، فکر می‌کنید آینده آموزش کسب‌وکار به چه سمتی می‌رود؟

آموزش کسب‌وکار روز به روز در حال گسترش است و این بسیار مطلوب است، چراکه هم شبکه‌سازی بیشتر می‌شود و هم گردش مالی بهتری در این بازار اتفاق می‌افتد؛ اما به همان میزان که کمیت افزایش پیدا می‌کند، کیفیت هم باید رشد کند. از آنجا که کیفیت ثابت می‌ماند و پایین هم می‌رود، در آینده باید به یک رنسانس در صنعت آموزش دل ببندیم. اگر با همین فرمان پیش برویم، دیگر فردا فرق بین دانشجویی که به تازگی یک مطلب را فرا گرفته با استادی که ارتباط کاملی بین صنعت تولید و صنعت آموزش دارد را تشخیص نمی‌دهیم و نمی‌توانیم بفهمیم کدام استاد است و کدام دانشجو. اینکه هر دانشجویی می‌تواند یک مدرس شود، بسیار خطرناک است، چراکه در این شرایط فقط بحث تدریس مطرح است و بحث انتقال تجربه در میان نیست. این در آینده می‌تواند هم برای صنعت آموزش و هم برای کسب‌وکارها خطرناک باشد. با این حال از حضور افراد جدید و کاربلد در فضای آموزش کسب‌وکار استقبال می‌کنیم و همان‌طور که اشاره کردم، این اتفاق به نفع مجموعه فعالان این حوزه است.

اینکه باید کاری کنیم که عرصه برای کسانی که می‌خواهند وارد این فضا شوند بازتر شود، چراکه حضور آنها در این فضا خالی است و دومین موضوع این است که ما بتوانیم به فراهم کردن شیوه‌های خروج برخی افراد هم فکر کنیم. یعنی عده‌ای را فیلتر کنیم که حضور آنها باعث نشود که مخاطبان یا صاحبان ایده برای شروع کاری ناامید شوند. مثلاً ما الان پلتفرم‌های بسیاری را داریم که به بحث آموزش آنلاین کمک می‌کنند، اما هیچ‌گونه نظارتی بر کیفیت کار وجود ندارد. یعنی نهاد یا نیروهایی وجود ندارند که بر محتوای این آموزش‌ها نظارت داشته باشد که آیا فرد آموزش دهنده محتوایی را که ارائه می‌دهد، خودش تولید کرده یا صرفاً از جایی کپی کرده است یا اینکه اصلاً فرد آموزش دهنده چه سابقه‌ای دارد و آیا صلاحیت تدریس دارد یا خیر؟ خیلی از افراد پکیج‌هایی را حتی برای یک درس خاص می‌خرند و هزینه زیادی هم می‌کنند و اتفاقاً ممکن است از چند مدرس هم بخرند، ولی در نهایت می‌بینند که چیزی یاد نگرفته‌اند. دلیل این موضوع این است که هیچ نظارتی وجود ندارد.

از طرف دیگر مدرسه‌هایی که با تجربه و باسواد هستند، عرصه آموزش آنلاین را مختص جوان‌ها می‌دانند، بنابراین تمایلی برای ورود به این فضا نشان نمی‌دهند. به نظر من متولیان و کسانی که خودشان تدریس می‌کنند، می‌توانند دست این افراد را بگیرند و آنها را وارد این عرصه کنند تا فضا غنی‌تر شود.

آموزش دهنده‌ها در مسیر حرفه‌ای خود معمولاً چه اشتباهاتی دارند یا چه خطاهایی مرتکب می‌شوند؟

خوش‌بینی و بدبینی بلایی است که خیلی از آموزش دهنده‌ها درگیر آن هستند. به نظر من ما هنر شفاف‌اندیشیدن و یا اصولی اندیشیدن را نداریم و به همین جهت معتقدم در کنار بحث مالی و حرفه‌ای، باید بحث روان‌شناسی هم به همان اندازه لحاظ شود.

شما حس‌ورک را از چه سالی و با چه رویکردی شروع کردید؟

همان‌طور که از اسم حس‌ورک مشخص است، کاملاً یک کسب‌وکار حسی و دلی بود. یعنی زمانی که با دانشجویها و هنرآموزان خودمان صحبت می‌کردیم، به دنبال یکسری کانال‌ها و راه‌های ارتباطی بودیم که بتوانیم تعداد آموزش‌ها را بیشتر کنیم و کار خود را گسترش دهیم. آن زمان کرونا وجود نداشت و بیشتر دانشجویهای ما از شهرستان می‌آمدند و زمانی هم که می‌رفتند، دیگر هیچ راه ارتباطی قوی وجود نداشت. در ابتدا با پلتفرم‌هایی مثل اینستاگرام و تلگرام شروع کردیم، سپس سایت خود را شکل دادیم و در ادامه برنامه داریم که کارگروه‌هایی شکل بدهیم که در هر کدام از استان‌ها به صورت جداگانه بتوانند یکسری از آموزش‌ها و مشاوره‌ها را بدهند و به قول معروف برای کشور مفیدتر باشد.

با توجه به روندی که تا امروز طی کردید و در ادامه پیش رو دارید، به نظر شما حس‌ورک یا کسب‌وکارهای مشابه آن قابلیت تبدیل شدن به کسب‌وکارهای بزرگ و مقیاس‌پذیر را دارند؟

می‌رود، اما حوزه‌ای که به تخصص‌های مربوط به آموزش برمی‌گردد خیلی اوضاع خوبی ندارد. به عقیده من این مسئله دو دلیل مهم دارد؛ ابتدا اینکه مردم تمایل و انگیزه کمتری برای یادگیری و آموزش دارند و از سمت دیگر کسانی که آموزش می‌دهند به سبک و سیاق قدیم کار می‌کنند و درصدد به‌روز نگه داشتن خودشان نیستند و نمی‌خواهند بپذیرند که ذهن‌ها مثل گذشته آماده و پذیرای آموزش و تعلیم نیست و باید سبک خود را عوض کنند و مقداری تفریح را هم در سبک آموزشی جدید بگنجانند. به این دو علت این سمت بازار یعنی آموزش تخصصی، ضعیف عمل می‌کند.

بخش اول بازار که به گفته

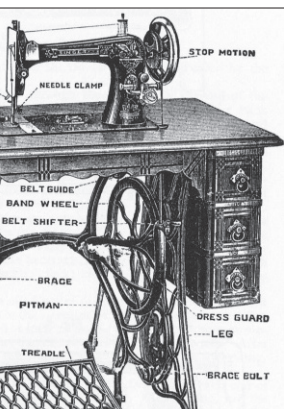
شماره ۱۰ فروشان یا کسانی که صرفاً می‌خواهند انگیزه بدهند هستند، چه آسیبی به بخش دوم وارد می‌کنند؟ به عبارت دیگر آموزش اصولی و حرفه‌ای حوزه کسب‌وکار چه لطمه‌ای از فعالیت افراد غیرمتخصص می‌بیند؟

به نظر من کسانی که انگیزه خالی و بدون پشتوانه دانش می‌دهند، به دو طریق به بخش حرفه‌ای بازار لطمه می‌زنند. ابتدا اینکه باعث می‌شوند بسیاری از سرمایه‌های انسانی و نیروهای متخصص وارد بازار شوند و بعد از شکست‌های اولیه ناامید شوند و از کار دست بکشند و بعداً هم نتوانند عملکرد خوبی داشته باشند و از طرف دیگر کسانی که به سبک قدیمی آموزش می‌دهند، باعث می‌شوند اندک انگیزه باقیمانده مردم هم از بین برود و دیگر نخواهند در کسب‌وکار خود آموزش ببینند. این مسئله باعث می‌شود که هم دچار کمبود نیروی متخصص بشویم و هم انگیزه ایجاد کسب‌وکار را از دست بدهیم. در نتیجه با اقتصاد بد و مریض روبه‌رو می‌شویم و بعد از مدتی می‌بینیم که دیگر چیزی به نام کسب‌وکار پویا وجود ندارد.

غیر از این مشکل، یعنی وجود افراد غیرمتخصص چه مشکلات دیگری پیش روی آموزش اصولی کسب‌وکار قرار دارد؟

مهم‌ترین مشکلی که می‌توانم به آن اشاره کنم، ارتباط کم افراد فعال در حوزه آموزش با بدنه بازار است. یعنی افراد یکسری دانش کسب کرده‌اند، آموزش‌هایی دیده‌اند و با شیوه تولید محتوا و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی هم آشنا شده‌اند و این موارد را باهم ترکیب کرده‌اند و در نهایت محصولی را به وجود آورده‌اند که دلچسب است. اما آیا این محصول می‌تواند اثربخش باشد؟ می‌تواند نتیجه‌ای را هم حاصل بکند؟ خیر! به این خاطر که تعالیمی که این افراد ارائه می‌دهند، همان متن کتاب‌هایی است که در آکادمی‌ها آموزش داده می‌شود و آن‌ها فقط این محتوای آماده و از پیش تولیدشده را کمی تغییر ظاهری می‌دهند و خوشگل‌تر می‌کنند و به دست مخاطب می‌رسانند. به همین خاطر است که وقتی مخاطب این آموزش‌ها را می‌بیند و بعد متوجه می‌شود که نمی‌تواند آن‌ها را به مرحله عمل برساند، با خود می‌گوید که دانستن این موضوع با دانستن آن هیچ فرقی ندارد، چون هیچ سودی برای من نداشته است.

پس به نظر شما یکی از مشکلات مهم، عدم تجربه فضای کاری آموزش دهنده‌هاست. از طرف دیگر می‌شود این مشکل را نوعی شرط لازم برای ورود به این بازار هم دانست. دیگر چه شرایطی لازم است که افراد علاقه‌مند به آموزش باید در زمان ورود به این بازار به آن توجه کنند؟ در این مورد ما با دو مورد روبه‌رو هستیم. اول از همه



درستایش ابزار: انقلابی که چرخ دوزندگی به پا کرد

با اختراع چرخ دوزندگی، لباس که زمانی یک محصول اختصاصی برای هرفرد بود، به کالایی با قابلیت تولید انبوه تبدیل شد که می توانست در هر محل تولید شده و برای مصرف در اختیار مشتری نهایی قرار گیرد

همکار به نام های «توماس استون» و «جمیز هندرسون» انگلیسی و تقریباً همزمان با «جان دانکن» اسکاتلندی برای گلدوزی عرضه شد. چند سال پس از آن یک خیاط اتریشی به نام «جوزف مادرسپرگر» کار روی ماشین دوخت خود را آغاز و نخستین نسخه آن را در سال ۱۸۱۴ عرضه کرد و با دریافت حمایت مالی از دولت اتریش نسخه های دیگری را تا سال ۱۸۳۹ تولید کرد که روش دوخت زنجیره ای را مانند آنچه در بافت رخ می دهد، تقلید می کرد.

نخستین کاربری دگرگون ساز در این زمینه را یک دوزنده فرانسوی به نام «بارتلمی تیمونی» انجام داد. او با استفاده از روش دوخت زنجیره ای که «سنت» پایه گذاری کرده بود، دستگاهی کاربردی ساخت و گواهی اختراع خود را با همکاری یک مهندس معدن آلمانی در سال ۱۸۳۰ به ثبت رساند و نخستین شرکت تولید لباس با استفاده از چرخ دوزندگی را در همان سال ایجاد کرد تا برای ارتش فرانسه لباس بدوزد. در همین سال ها مخترعانی در آمریکا نیز وارد رقابت شدند و بهسازی هایی در شیوه کار دستگاه ایجاد کردند و نخستین گواهی اختراع در این زمینه در سال ۱۸۳۲ ثبت شد. در همین زمان بارتلمی نتوانست به کار مرکز تولید پوشاک خود ادامه دهد و کارگرانی که نگران مشاغل خود بودند، موجب

چرخ های دوزندگی به همان اندازه که امروز وسیله ای معمولی هستند، در نیمه دوم قرن هجدهم پدیده ای انقلابی بودند. انقلاب صنعتی و تلاش گسترده برای ماشینینی کردن کارهای دشواری که تقاضای زیادی برای آنها بود، موضوع دوخت و دوز را هم در فهرست کارهایی قرار داده بود که به نظر می رسید بهتر است با ماشین انجام شود و دستگاهی که گفته می شود «توماس سنت» انگلیسی در سال ۱۷۹۰ ساخت، همین نیاز را پاسخ می گفت.

چرخ های دوزندگی نخستین بار نه با هدف تولید پوشاک، بلکه برای دوخت محصولات چرمی و بادبان کشتی به کار گرفته شد. آنچه توماس سنت ساخت، گرچه وسیله ای کاربردی و پیشرفته در زمان خودش بود، اما نیاز به بهینه سازی بسیاری داشت که در سال های پس از آن به وسیله دیگران دنبال شد. اما شیوه کار توماس سنت در ایجاد ساختاری که بتواند دو رشته نخ را از زیر و روی آنچه باید دوخته شود، در هم تنیده و قفل کند، مبنای کار سازندگان پس از وی قرار گرفت.

◀ «سینگر» وارد می شود

نزدیک به دو دهه پس از عرضه نخستین ماشین دوزندگی، نمونه دیگری از آن در سال ۱۸۰۴ توسط دو



شماره ۳۴
۱۹۰۰ دی
سال اول

۹۰ درصد شرکت های موفق دنیا چگونه کار می کنند؟

الگوی مدل کسب و کار

الیور گاسمن، کارولین فرانکن برگر، میکلاسیک مترجمان: مازیار نوربخش، محمدرضا درخشان



فروش کتاب الگوی مدل کسب و کار شروع شد

چرا شرکت های قدرتمندی مانند آگفا، آگ، لمان برادرز، دی ای سی، موتورولا، نوکیا و کداک ناگهان پس از موفقیت تجاری در چند دهه، سرانجام ناپدید شدند. چه چیزی اشتباه پیش رفت؟ پاسخ، اگرچه دردناک اما ساده است. این شرکت ها نتوانستند مدل های کسب و کار خود را با محیط در حال تغییر اطراف خود مطابقت دهند. هدف این کتاب این است که یک روش شناسی به شما معرفی و در ایجاد مدل کسب و کار به روش ساختاری کمک تان کند. نوآوری مدل کسب و کار مبتنی بر ۶ الگوی تکراری است. کتاب سعی کرده به سه سؤال پاسخ دهد: چگونه شرکت من می تواند بازی را تغییر دهد؟ چگونه می توان آن را به یک الگو برای صنعت تبدیل کرد؟ در یک کلام، چگونه می توانم در مدل کسب و کار نوآوری کنم؟



تولید لباس برای سایرین در زمانی رونق گرفت که نیازهای جدیدی در سبک زندگی جوامع خلق شده بود

چرخ دوزندگی و دگرگونی مناسبات اجتماعی در ایران

نجس شدن پارچه می شود و دوختن لباس با آن را جایز نمی دانستند.

نخستین چرخ های دوزندگی که قرار بود در اختیار همگان قرار گیرد، نشان گلفینگر داشت و در خیابان لاله زار به فروش می رسید. فروشنده برای گسترش بازار خود و جلب مشتریان یک برنامه آموزشی نیز ترتیب داده بود. به تدریج نه تنها خیاط های شاغل در بازار، بلکه زنان خانه دار نیز به این محصول فرنگی توجه کردند و چرخ خیاطی به یکی از اقلام مهم درجهیزیه دختران تبدیل شد. ادامه دگرگونی های سیاسی و اجتماعی در کشور توجه به این وسیله را افزایش داد و باز شدن دروازه ها برای کالای ساخته شده خارجی، شرکت های بزرگ را میدان دار این حوزه کرد.

تا پیش از انقلاب بازار چرخ خیاطی خانگی و صنعتی در انحصار شرکت های خارجی بود، اما در سال ۱۳۵۸ نخستین شرکت ایرانی تولیدکننده چرخ خیاطی پایه گذاری شد و سال های طولانی با تبلیغات گسترده و محصولات گوناگون بازار خوبی را در داخل ایجاد کرده و وارد بازارهای خارجی نیز شد. ورود چرخ دوزندگی اما کارکرد دگرگون کننده ای در صنعت پوشاک داخلی نداشت و نه صنعت مد و نه پوشاک، قابلیت ویژه ای ابراز نداشتند. ورود چرخ دوزندگی همانند بسیاری از ابزارهای وارداتی دیگر به تدریج و در روندی مشابه با سایر حوزه ها خود را نمایان کرد. به این ترتیب در صنعت پوشاک صرف نظر از برخی نمونه های کم شمار، هرگز جریان دگرگون سازی شکل نگرفت و حتی کارخانه موفق کاجیران که امیدهای بسیاری را برانگیخته بود، در فرازونشیب های دوران جنگ تحمیلی و پس از آن درگیر تلاش برای زنده ماندن شد.

با عرضه نخستین چرخ های دوزندگی در اروپا، افرادی که به کار خیاطی اشتغال داشتند، احساس خطر کرده و نخستین کارخانه تولید پوشاک را که «بارتلومی تیمونی» ساخته بود، از بین بردند. اما ورود این ماشین به ایران با مقاومت هایی از جنسی دیگر روبه رو بود. از سابقه دوزندگی به عنوان یک شغل، اطلاعات اندکی در اختیار است، اما شواهد تاریخی نشان از کاربرد دیرینه آنها دارد. در بخش های قدیمی شوش سوزن های سوراخ دار یافت شده، نشانه هایی از دستگاه های ریسندگی و بافندگی در هفت هزار سال پیش در بهشهر پیدا شده و ابتکار سپاهیان نادرشاه در تولید لباس هایی برای استتار نظامیان از نمونه های شناخته شده در تاریخ است. دوخت و دوز به عنوان یک شغل به ویژه برای لشکریان سابقه دیرینه دارد.

گرچه در دوره صفویه و قاجار اشتغال به دوزندگی پررنگ تر می شود و در دوره قاجار آنها بخش مشخصی از بازار را به خود اختصاص دادند، اما ورود ماشین های دوزندگی آنها را کمتر آشفته کرد. به نظر می رسد تولید لباس برای سایرین در زمانی رونق گرفت که نیازهای جدیدی خلق شده بود و دسترسی به لباس بیشتر متناسب با موقعیت های گوناگون تقاضاهای جدیدی را ایجاد کرده بود.

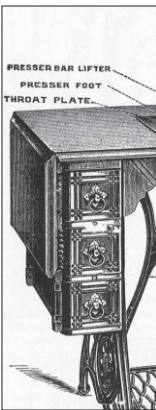
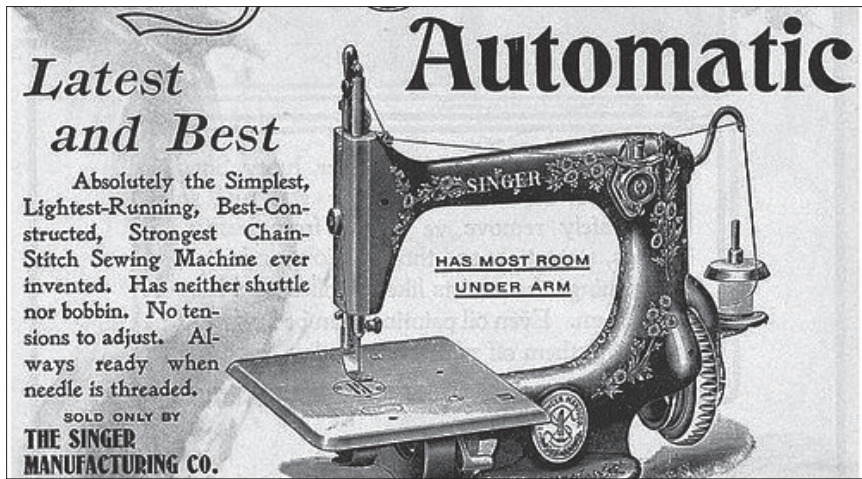
چرخ خیاطی را نخستین بار مظفرالدین شاه پس از سفر به فرنگ همراه با یک خیاط قفقازی با خود به ایران آورد و قرار بود برای دوخت لباس درباریان به کار گرفته شود. اما مردم که تصور می کردند پارچه توسط دستگاه جویده می شود از آن استقبال نکردند. از سوی دیگر برخی بر این باور بودند که دوختن لباس با وسیله ساخت دست فرنگی ها، موجب



کارنگ

تاریخ نوآوری
HISTORY OF INNOVATION

شماره ۳۴
دی ۱۴۰۰
سال اول



بوده است. در همین حال بخش بزرگ نیازهای دوخت و دوز پوشاک افراد توسط زنان در خانه انجام می شد و در شرایط مناسب انتظار می رفت افراد تنها دو دست لباس داشته باشند، یکی برای کار و دیگری برای برنامه های رسمی. اما ورود ماشین های دوزندگی بازی را به شکلی بنیادین دگرگون کرد. زمان لازم برای تولید یک پیراهن به ۱۵ دقیقه و زمان دوخت لباس به یک ساعت کاهش یافت. گفته می شود کاهش زمان تأمین نیازهای پوشاک خانواده، به زنان فرصت بیشتری برای اوقات فراغت و تلاش برای کسب توانایی های جدید و یافتن شغل داد.



مهران امیری



mehranamiri@gmail.com

❖ خیاطی، کسب و کار می شود

ظهور ماشین های دوزندگی، صنعت پنبه و تولید پارچه را به حرکت واداشت. پاسخگویی به تقاضای روزافزون برای پارچه به افزایش کشت این محصول در زمین هایی منجر شد که پیش از آن زیر کشت نمی رفت؛ در همین حال برای نخستین بار شیوه خرید لباس های از پیش دوخته شده مورد توجه قرار گرفت. با تولید انبوه ماشین های دوزندگی، افرادی به فکر تولید لباس افتادند و خدمات خیاطی از خانه ها خارج شده و به یک کسب و کار تبدیل شد. پس از آن و به دنبال تلاش برای گسترش کسب و کار، موضوع تولید انبوه لباس در دستور کار افراد نوآور قرار گرفت. لباس که تا آن زمان یک محصول اختصاصی برای هر فرد بود، به کالایی با قابلیت تولید انبوه تبدیل شد که می توانست در هر محلی تولید شده و برای مصرف در اختیار مشتری نهایی قرار گیرد. همین ابتکار بود که مد را از حوزه ویژه اشراف به پدیده ای فراگیر تبدیل کرد.

افزایش تولید و همراه شدن مد با آن، نیاز به دگرگونی در شیوه های عرضه را هم ایجاد کرد. فروشگاه های بزرگ و زنجیره ای بخش بزرگ و رو به گسترش خود را به پوشاک اختصاص دادند و تولید پوشاک که تا سال های پایانی قرن نوزدهم در محدوده خانه ها انجام می شد، حتی مرزهای ملی کشورها را پشت سر گذاشت و به پدیده ای فرامرزی تبدیل شد.

تعطیلی کارخانه شدند. تا اینکه در سال ۱۸۴۴ نسخه پیشرفته تری از یک ماشین دوخت توسط «جان فیشر» مخترع انگلیسی ساخته شد و چندی پس از آن در سال ۱۸۵۱ «ایزاک مریت سینگر» نمونه ای بسیار شبیه به آن را وارد بازار کرد. در این میان سینگر توانست دستگاه خود را زودتر از فیشر به ثبت برساند و از مزایای قانونی آن بهره مند شود.

❖ جنگ ماشین ها

سینگر با ترکیب تعدادی از ابتکارات سایرین توانست نسخه خود از چرخ دوزندگی را تهیه و عرضه کند و در این مسیر درگیر دعوی حقوقی با مخترع دیگری به نام «هووی» شد و طبق حکم دادگاه مجبور شد در برابر هر دستگاه ساخته شده مبلغ ۱/۵ دلار به هووی بپردازد.

در این دوره تعداد زیادی شرکت های سازنده سر برآورده بودند که به دنبال اقامه دعوی حقوقی علیه یکدیگر در دادگاه ها بودند که در تاریخ ثبت گواهی های حق اختراع به جنگ ماشین های دوزندگی موسوم شد و همین شرایط آنها را به فکر ایجاد تراست سازندگان ماشین های دوزندگی انداخت که در سال ۱۸۵۶ با حضور سینگر، هووی، ویلر، ویلسون، گروور و بیکر تشکیل شد. سازندگان ماشین های دوزندگی به درستی می دانستند که این صنعت موجب دگرگونی های بزرگی خواهد شد. ساخت این ماشین ها نه تنها دروازه های تازه ای به روی برخی رشته های صنعتی باز کرد، بلکه تولید پوشاک را از یک وظیفه خانگی یا شغل محدود، در آستانه تبدیل شدن به یک صنعت بزرگ قرار داد. کارخانجات تولید انبوه پوشاک، صنعت مد و فروشگاه های بزرگ و سراسری عرضه پوشاک آماده نتیجه دگرگونی در ابزار و شیوه دوخت هستند. اسناد و مدارک نشان می دهد تولید لباس برای اعضای خانواده یکی از مشغله های بزرگ زنان خانه دار بوده و این وضعیت حتی در خانواده های متوسط که کارگرانی را برای دوخت لباس به کار می گرفتند هم برقرار بوده است. برآوردها نشان می دهد زمان لازم برای تولید یک دست پیراهن مردانه ۱۰ ساعت و لباس زنانه ۱۴ ساعت



دوره‌های کسب و کارهای رمزارزی و بلاکچین ایران

یکشنبه نوزدهم دی ماه، نهم ژانویه، با حضور ۲۰۰ فعال کسب و کاری حوزه تبادل

با سخنرانی و ارائه‌هایی از:



رضا قربانی
عضو هیئت مدیره
سازمان نظام صنفی
رایانه‌ای تهران



فرزین فردیس
رئیس کمیسیون
اقتصاد نوآوری اتاق
بازرگانی تهران



مجتبی توانگر
رئیس کمیته
اقتصاد دیجیتال
مجلس



رضا باقری اصل
دبیر شورای اجرایی
فناوری اطلاعات

پنل فرصت‌های کسب و کاری تبادل رمزارزها برای ایران



رضا جمیلی
سردبیر
هفته‌نامه کارنگ



نریمان امانی
مدیرعامل
سیتکس



بنیامین عباسی
مدیرعامل
بیت مکس



احسان قاضی زاده
مدیرعامل
اکسیر



امیرحسین راد
مدیرعامل
نوبیتکس



محمد قاسمی
مدیرعامل
مزدکس

پنل تنظیم‌گری رمزارز و استراتژی بلاکچینی ایران



رسول قربانی
سردبیر
راه‌پرداخت



محمد آنالویی
مدیرعامل
والکس



بهزاد اسکندری
مدیرعامل
اوکی اکسچنج



امیرحسین مردانی
مدیرعامل
بیت پین



روح اله جهنده
قائم مقام
رمزینکس



افشار جوکار
مدیرعامل
کوین نیک مارکت

برای حضور آنلاین در این رویداد از ساعت ۱۵:۳۰ تا ۲۰:۰۰ روز یکشنبه ۱۹ دی ماه شبکه‌های اجتماعی ما را دنبال کنید

عصر تراکتس

کارنگ

رمزارز

راه‌پرداخت

به میزبانی:



رئیس کل سازمان توسعه تجارت
ایران گفته رمزارزها می توانند به
کمک تجار ایرانی بیایند

رمزارزها تضمین کننده تهاتر می شوند

درگاه پرداخت سیتکس بسته
شد... ادامه شرایط فعلی
یعنی از بین رفتن اقتصاد
دیجیتال کشور
**اینماد به مسیر
عقلانیت برگردد**



**بایدپذیریم
بلاکچین و رمزارز
یک پدیده نوظهور و
منحصر به فرد در طول
تاریخ است**



مدیرعامل صرافی اکسیر از پیش بینی خود هم درباره قیمت
بیت کوین و هم ورود کاربران جدید به این بازار می گوید

بازار در مسیر بلوغ

امیر موسویان مدیرعامل
کسب و کار «بلاکچین بلورین»
از ماجرای بسته شدن درگاه این
کسب و کار می گوید
**راه رفتن روی
لبه معلق فناوری!**



۲۰۲۲؛ سال تثبیت رمزارزها

۱۳

وی سی ها ۳۳ میلیارد دلار به بازار رمزارز آوردند

۸

رئیس سابق SEC؛ مدافع امروز رمزارزها!

۱۲

بازار در هفته گذشته: زمستان در راه است؟



انکار یک روند جهانی به سود چه کسی است؟

رمزارها و فرصتی که نباید بگذاریم به تهدید تبدیل شود

این روزها برخی تلاش می‌کنند به هر طریق ممکن فضا را متشنج کنند و با راه‌انداختن جو سنگین علیه اقتصاد نوآوری زمینه‌های رشد را از ایران بگیرند. مثلاً عده‌ای تلاش می‌کنند با تحریک روحانیت آنها را علیه رمزارها و فقه و شرع را به مانعی بر سر راه رمزارها تبدیل کنند. فقه شیعه همیشه نشان داده که نسبت به مسائل روز آگاهانه رفتار می‌کند؛ منتها برخی در شرایطی که آب گل آلود است، سعی بر این دارند که نهنگ شکار کنند و به همین خاطر مدام آب را گل آلود می‌کنند! در کشورهای اسلامی به غیر از ایران هم موضوع دارایی‌های دیجیتال به موضوع بحث جدی تبدیل شده و روحانیون پیشرو سعی می‌کنند ابعاد گوناگون فقهی و شرعی پدیده‌های جدید را بررسی کنند.

از آن سو عده‌ای تلاش می‌کنند نگاه به رمزارها را امنیتی کنند. ما در سال‌های گذشته از این نگاه آسیب‌های زیادی دیده‌ایم؛ امنیت با گسترش نگاه امنیتی ایجاد نمی‌شود. برای اینکه بتوانیم امنیت ایجاد کنیم باید تلاش کنیم به‌صورت پویا پدیده‌های جدید را بشناسیم و مدام روش‌هایمان را تغییر دهیم. اگر بخواهیم با برچسب امنیتی زدن به هر پدیده جدیدی آنها را

مدیریت کنیم، در نهایت نه تنها قادر به کنترل نخواهیم بود، بلکه زمینه رشد بیشتر اقتصاد زیرزمینی را فراهم می‌کنیم. رمزارها را معادل مواد مخدر، قمار و شرط‌بندی گرفتن، ظلم به خودمان است. رمزارها طلیعه تکنولوژی‌ای هستند که هر چند هنوز نابالغ است، ولی در سال‌های آینده شاهد بلوغ این فناوری و کسب‌وکارهای مرتبط با آن خواهیم بود. معلوم نیست انگیزه افرادی که تلاش می‌کنند همه چیز را ممنوع کنند، چیست. برخی به‌دروغ می‌گویند چین و آمریکا رمزارها را غیرقانونی اعلام کرده‌اند؛ آنها نمی‌گویند که دولت چین مهم‌ترین مدعی در عرصه رمزارز بانک مرکزی است و در حوزه‌های گوناگون رمزارز یکی از بازیگران جدی بازار است. چین مورد خاصی است و مدیریت تکنولوژی در این کشور ابعاد ناشناخته زیادی دارد و نمی‌توانیم با در نظر گرفتن یک عامل یا یک رفتار، نسخه‌ای برای ایران تجویز کنیم. کشورهای اروپایی و نهادهای رگولاتوری متعدد هم در حال مقررات‌گذاری هستند و تا همین امروز نیز نهادهای ناظر مالی دستورالعمل‌های متعددی در زمینه رمزارها تهیه کرده‌اند.

آنچه نباید در میان این بحث‌ها به فراموشی

سپرده شود، فلسفه رمزارهاست. همان‌گونه که پول و دنیای مالی فلسفه خودشان را دارند، بیت‌کوین و رمزارها هم فلسفه‌ای دارند که باعث شده تا این حد برای مردم جهان جذاب باشند. ممکن است بخش‌هایی از این فلسفه را دوست نداشته باشیم، ولی انکار روندی که جهان را درنوردیده، در نهایت منجر به این می‌شود که ما اقتصاد ایران را از فرصت‌هایی که می‌توانسته کمک حال مردم باشد، محروم کنیم.

این در حالی است که کشورهای اطراف مانند امارات تأکید زیادی بر این دارند که می‌خواهند هاب رمزارزی جهان باشند و با ایجاد مشوق‌هایی تلاش می‌کنند کارآفرینی از همه نقاط جهان را جذب دبی کنند؛ در این شرایط رقابتی عده‌ای تلاش می‌کنند به هر شکل ممکن کارآفرینان را از ایران برانند!

اگر بخواهیم پدیده‌ای را که فلسفه قابل توجهی دارد، رد کنیم و چشم‌مان را ببندیم و کسب‌وکارهای ایرانی را که تلاش می‌کنند شفاف فعالیت کنند و مدام از مقررات‌گذاری می‌گویند، محدود کنیم؛ بدانیم که این رفتارها به مثابه انداختن فرش قرمز زیر پای خارجی‌هاست.

بر خلاف تصور عده‌ای، ایجاد محدودیت، مصونیت نمی‌آورد و صرفاً محرومیت از رشد به ارمغان می‌آورد. بیت‌کوین و رمزارها ممکن است در سال‌های آینده دستخوش تحولات ریز و درشت بسیاری شوند، ولی پدیده و فلسفه پشت این رمزارها خبر از آینده‌ای ناگزیر می‌دهد. ما نمی‌توانیم به بهانه کنترل با روش‌های قدیمی به سراغ این پدیده‌های جدید برویم.

برای این موضوع لازم است که گفت‌وگوهای جدی بین قانون‌گذاران، رگولاتورها، کسب‌وکارها و فعالان اقتصادی و کاربران این فضا، مجریان قانون و همه آنهایی که تلاش می‌کنند مردم در امنیت زندگی کنند، شروع شود. اگر این گفت‌وگوها انجام نشود، در سال‌های آینده زبان جبران‌ناپذیری به خودمان وارد می‌کنیم. پدیده رمزارها در جهان با اما و اگرهای بسیاری روبه‌روست، ولی هیچ‌کدام از کشورهای پیشرو و توسعه‌یافته به کل این پدیده را محدود نکرده‌اند. کشورهای پیشرو تلاش کرده‌اند با شناخت ماهیت دارایی‌های دیجیتال، زمینه استفاده بهینه از فرصت‌ها و کاهش ریسک‌ها و آثار زیان‌بار آن را فراهم کنند. ما هم می‌توانیم با توجه به شرایط ایران چارچوب‌های مناسبی را تدوین کنیم تا هم مردم بتوانند از مزایای حوزه‌های جدید بهره‌مند شوند و هم آسیب‌ها کاهش یابد.

دراهمیت اینکه چرامزارز در ایران باید یک صنعت شود

چرا باید دور یک میز بنشینیم؟

ندارد و می‌توانیم خودمان را در دنیا به‌عنوان یکی از بازیگران مطرح این حوزه پوزیشن کنیم تا منافع آن در سطح کلان به تمام کشور برسد.

اما این آینده که ظاهراً زیبا هم هست، به‌راحتی به دست نمی‌آید؛ مگر اینکه فعالان این حوزه در کشور، تمام تلاش‌شان برای جا انداختن این حوزه به‌عنوان یک صنعت در کشور را به کار بگیرند و این اتفاقی نیست که هیچ‌کدام از بازیگران به‌تنهایی از عهده انجامش بر بیایند که حتی اگر اتفاق هم بیفتد، دیگر نمی‌توان به آن، صنعت گفت! صنعت را زمانی می‌توان بر رمزارز در ایران اطلاق کرد که بازیگران کوچک و بزرگ این حوزه را بتوان دور یک میز نشاند و برای یک صدای واحد،

متحد کرد؛ صدایی که به مردم و نهادهای دولتی و حاکمیتی از فرصت‌های کوچک و بزرگ این حوزه بگوید و اینکه چطور امروز می‌توانیم برای آینده بهتر ایران قدم برداریم. با همین نگاه، گردهمایی بزرگ فعالان رمزارز و بلاچین ایران را ترتیب دادیم تا برای نخستین بار، تمام بازیگران این حوزه دور هم جمع شوند و صدای واحدی را از خود بروز دهند. به امید روزی که صنعت رمزارز ایران، به بزرگی و تأثیرگذاری سایر صنایع مالی ایران باشد.

رمزارز در روزهایی به سر می‌برد که به‌شدت نیاز دارد به‌عنوان یک صنعت شناخته شود و برای اینکه به‌عنوان یک صنعت شناخته شود، هیچ راهی ندارد جز اینکه یک چرخه کامل از اجزای مختلف کنار یکدیگر قرار گیرند و چرخ‌دنده‌های کوچک و بزرگ در کنار یکدیگر یک کل را شکل دهند؛ یک کل که بتوان آن را صنعت رمزارز در ایران نامید. اما چرا صنعت؟ چرا که پذیرفته‌شدن به‌عنوان یک صنعت، یعنی هویت‌یافتن، یعنی چارچوب حقوق و قانونی یافتن، یعنی تضمین آینده فعالیت تمام کسانی که مستقیم یا غیرمستقیم از این صنعت امرار معاش می‌کنند.

برای شکل‌دادن این کل، لازم است تمام بازیگران بزرگ و کوچک دور یک میز بنشینند و مستقل از منافع فردی یا سازمانی خودشان، برای رشد و هم‌صدایی این حوزه و معرفی آن به‌عنوان یک صنعت تلاش کنند. صنعت رمزارز چیزی است که ایران آینده به آن نیاز دارد، نه برای اینکه فعالانش امرار معاش کنند، بلکه برای اینکه رمزارز یکی از حوزه‌هایی است که می‌تواند استقلال ما از سایر کشورها را افزایش دهد و از طرف دیگر، با توجه به نو بودن این حوزه در دنیا، هنوز فاصله چشم‌گیری بین ما و دنیا در این صنعت وجود



رسول قربانی
سردبیر راه پرداخت



@rasoulghorbani



شماره ۴
۱۹ دی ۱۴۰۰
سال اول



رضا قربانی



@mediamanager_ir

هشدار: بازار رمزارزها 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 هر گونه فعالیت در آن مطمئن شوید اطلاعات کافی درباره آن را دارید.

راه پرداخت

عصر تراکنش

انتشارات راه پرداخت

کارنگ





آینده مبتنی بر نوآوری
رمزارزها و اقتصاد
غیرمتمرکز خیلی به ما
نزدیک است

مالکوم مک‌لین را به یاد آوریم

چه کسی لجستیک دریایی را دگرگون کرد؟ یک کامیون دار. مالکوم مک‌لین بود که از پشت فرمان کامیونش پایین آمد و ایده حمل و نقل کانتینری را مطرح و اولین کشتی‌های کانتینری را راه انداخت. او بود که هزینه حمل و نقل هر تن بار را توسط کشتی‌ها از ۵/۸ دلار به ۱۶ سنت رساند. کسی که این روزها وقتی به تاریخ صنعت لجستیک نگاه انداخته می‌شود، او را در زمره یکی از بزرگ‌ترین نوآوران آن به حساب می‌آورند. فکر می‌کنید آن روزها با او چه برخوردی شد؟ سازمانی که مقررات حمل و نقل دریایی را وضع کرده بود، به او گفت یک نفر نمی‌تواند همزمان هم شرکت جاده‌ای داشته باشد، هم شرکت دریایی! به عبارتی خیلی روشن به او گفته بودند که نمی‌تواند برای صنعت آنها نوآوری به ارمغان بیاورد.

مالکوم مک‌لین راه خودش را رفت و شرکت او یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های حمل و نقل دریایی شد. پیام روشن است؛ نوآوری را نمی‌توان متوقف کرد؛ چه رمزارزها باشند و بلاکچین، چه شرکت‌های بیمه آنلاین، چه آنها که می‌خواهند رویه‌های دولتی را برای مردم آسان کنند. آنچه متوقف می‌شود فرصت‌های راه‌اندازی و رشد کسب و کارهاست برای یک کشور.

ما با قوانین و مقررات فعلی در حوزه رمزارزها و با نگاهی که از سوی متولیان به این حوزه وجود دارد، صرفاً داریم فرصت‌ها را از دست می‌دهیم؛ وگرنه نوآوری موجدی است که از موانع کوچکی از این دست عبور خواهد کرد. اقتصاد غیرمتمرکز بخشی از بازی بزرگ آینده خواهد بود؛ بسیار فراتر از رمزارزها. ابزارهای پرداخت و تبادل صرفاً بخشی از این بازی بزرگ هستند. آنها که می‌خواهند بازیگردان آینده باشند، نمی‌توانند ابزارهای آن را نخواهند! این یک فرمول ساده تکرار شده در طول تاریخ نوآوری است. کافی است مالکوم مک‌لین را به یاد آوریم!



شماره ۴
دی ۱۹۰۰
سال اول



نقطه شکست یک مرکز!

درس‌های بسته شدن درگاه پرداخت سیتکس چیست؟

این مرکز شوند، صدایشان شنیده نمی‌شود و این مرکز هم پاسخگو نیست. از مرکزی که پایه و ساختاری دولتی دارد و احتمالاً هیچ حسی از حساسیت کسب و کارها و دغدغه‌هایشان در تک‌تک اتم‌های موجود در آن مرکز وجود ندارد، نمی‌توان انتظار داشت که کسی احساس ناخوشایند مسئولیت‌نشناسی در خود حس کند. آسیب سیتکس از اشتباهی که نباید اتفاق می‌افتاد، انکارشدنی نیست. اما اینجا یک آسیب بزرگ بر پیکره اعتماد به یک نهاد دولتی و جایی که فلسفه وجودی‌اش توسعه و حمایت از کسب و کارهای اینترنتی است وارد شد.

سیتکس برای ادامه فعالیت خود فعلاً نیازی به دریافت اینماد نداشت؛ چراکه طبق اعلام خود مرکز جزء کسب و کارهایی است که پیش از این درگاه داشته‌اند و اینماد اجباری فعلاً شامل حال‌شان نمی‌شد.

با این حال مدیران این صرافی تصمیم گرفته‌اند که در چارچوب قانون حرکت کنند و به همین سبب از هر نشانی که به رسمیت بخشیدن این کسب و کار کمک کند، استقبال کردند و با اراده خود اقدام به دریافت اینمادی کردند که به آنها وعده‌اش داده شده بود.

این اشتباه به نقطه شکستی برای مرکزی تبدیل شده که با اسم رمز «اعتماد» می‌خواهد کسب و کارهای اینترنتی را سامان دهد، اما خود با اشتباه خانمان‌سوزش برای کسب و کارها همان مقدار اعتمادی را هم که به این مرکز

هفته گذشته درگاه پرداخت اینترنتی صرافی سیتکس بسته شد. گویا بسته شدن درگاه را شرکت شاپرک به درخواست مرکز توسعه تجارت الکترونیکی دنبال کرده است. کسب و کار سیتکس که در دسته‌بندی کسب و کارهای مرکز توسعه تعریف نشده، از طریق یکی از شرکت‌های پرداخت‌یاری درگاه پرداخت خود را در این سال‌ها فعال کرده بود؛ اما بعد از اعلام مرکز توسعه مبنی بر تعریف اینماد برای کسب و کارهای جدید حوزه مالی، این شرکت برای اینکه در چارچوب قانون فعالیت کرده باشد، اقدام به ثبت‌نام در سایت اینماد کرد؛ اما در نهایت نه تنها نمادی نگرفت، بلکه درگاهی که پیش از این کار می‌کرد هم مسدود شد.

درگاه پرداخت صرافی سیتکس ممکن است بعد از چند روز پیگیری از مرکز توسعه و شاپرک مجدداً فعال شود و به روال پیش از این ماجرا برگردد؛ اما آنچه به روال گذشته برخواهد گشت، چیزی به نام «اعتماد» است. ممکن است این اعتماد را از زاویه دید کاربران سیتکس نگاه کنیم، اما این فقط یک طرف ماجراست.

قطعاً حتی چند دقیقه اختلال در فعالیت یک کسب و کار اینترنتی، آن هم از نوع ارائه‌دهنده خدمات مالی نتیجه‌ای جز از دست رفتن اعتماد کاربران به این کسب و کارها نخواهد داشت؛ چه برسد به چند ساعت و چند روز اختلال که به ثبت یک نقطه سیاه در کارنامه یک کسب و کار منجر خواهد شد.

روزانه صدها کسب و کار اینترنتی از روی اجبار، کارشان به مرکز توسعه تجارت الکترونیکی می‌افتد. معمولاً این کسب و کارها اگر قربانی اشتباه و خطای کارشناسی در



مینا والی
مدیر مسئول

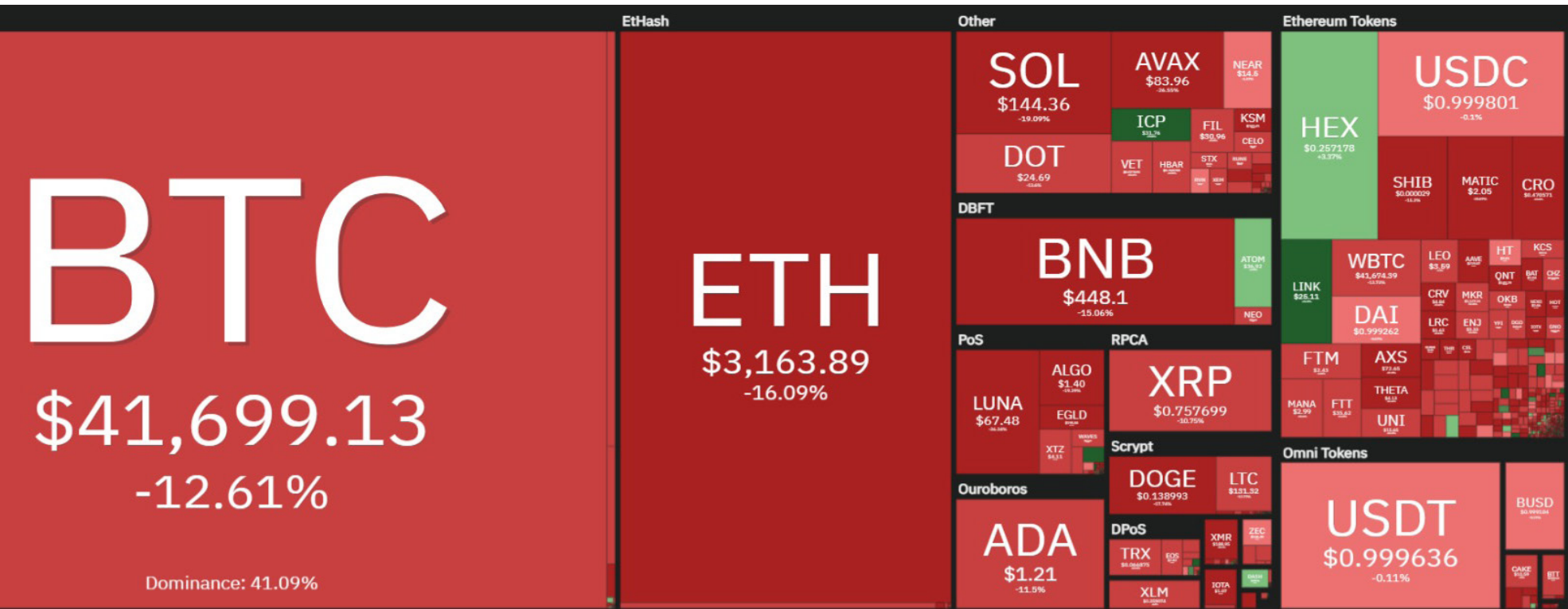


با مدیریت صحیح زمینه بهره‌برداری از حوزه‌های نوین را فراهم کنند. اگر می‌خواهیم این فضا را ببندیم و کارآفرینان ایرانی را فراری دهیم، کاش این موضوع را واضح و شفاف اعلام کنیم تا همه تکلیف خودشان را بدانند.

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



هیئت‌مپ بازار رمزارزها در هفته گذشته

نگاهی به بازار کریپتوکارنسی‌ها در هفته گذشته

زمستان در راه است؟



باتجربه و حرفه‌ای راهم تحت تأثیر قرار بدهد.

ویتالیک به دنبال کاهش هزینه تراکنش‌های اتریوم است

هفته گذشته ویتالیک بوت‌رین و اتریوم به صدر خبرها آمدند؛ جدیدترین پیشنهاد خالق اتریوم برای ساختار چندبعدی جدید برای کارمزدها توجهات را به خودش جلب کرده است. ویتالیک بوت‌رین، خالق اتریوم، بر این باور است که «گس» (Gas) باید با توجه به منابع پردازشی مورد استفاده قرار گیرد و شرایط هر کدام از این منابع محاسبه شود تا ساختار فعلی کارمزدها در اتریوم بهبود یابد. ویتالیک طرحی جدید به این منظور تدوین کرده است.

به گزارش کوین‌تلگراف و ارز دیجیتال، ویتالیک بوت‌رین در ادامه تلاش‌های اخیر خود برای بهبود ساختار هزینه‌های کارمزد شبکه، ایده‌ای جدید مطرح کرده است.

طرح جدید با عنوان «Multidimensional EIP-۱۵۵۹» در قالب پستی وبلاگی در تاریخ پنجم ژانویه (۱۵ دی) ارائه شد و بوت‌رین در آن به این نکته اشاره کرد که در ماشین مجازی اتریوم (EVM)، منابع مختلف، میزان مصرف گس متفاوتی نسبت به یکدیگر دارند. بر اساس اظهارات بوت‌رین هنگام اختصاص ظرفیت برای کاربردهای لحظه‌ای محدودیت بیشتری نسبت به کاربردهای پایدار برای ماشین مجازی اتریوم ایجاد می‌شود. به عنوان مثال، بوت‌رین نحوه ذخیره‌سازی داده‌های هر بلوک، ذخیره‌سازی داده شاهد (witness data) و تغییرات اندازه حالت بلوک را در این دو حالت مقایسه کرد.

روش کنونی ما که در آن همه منابع پردازشی تحت یک منبع چندبعدی واحد یعنی همان مفهوم گس ترکیب می‌شوند، از پس مدیریت این تفاوت‌ها برنمی‌آید.

به اعتقاد بوت‌رین وقتی به این محدودیت‌ها توجه نکنیم و صرف‌نظر از این محدودیت‌ها برای همه منابع پردازشی یک گس در نظر بگیریم، هزینه کارمزدها اصلاً به صورت پهنه محاسبه

خاطر عرضه در گردش را از بازار خارج می‌کنند؛ حرکتی که راه را برای افزایش قیمت هموار می‌کند.

رود پی‌پال به میدان کریپتوکارنسی را چقدر جدی بگیریم؟

خبر مهم هفته گذشته اما ورود پی‌پال به عرصه استیبل کوین‌ها بود؛ پی‌پال غول فین‌تکی جهان پیش از این از پروژه لیبرای فیس‌بوک کنار کشیده بود، ولی در زمان‌های گوناگون به کریپتوها روی خوش نشان داده است. با این حال ورود پی‌پال به عرصه استیبل کوین‌ها را باید جدی گرفت.

پیش‌تر شایعاتی مبنی بر اینکه پی‌پال، به دنبال راه‌اندازی استیبل کوین خود است، منتشر شده بود. اکنون سخنگوی این شرکت این موضوع را تأیید کرده و گفته اگر موفق به انجام این کار شوند، مراحل قانونی عرضه آن راهم طی خواهند کرد.

به گزارش کوین‌دسک و ارز دیجیتال، روز گذشته سخنگوی پی‌پال اعلام کرده بود که با توجه به گسترش تجارت و فعالیت‌های این شرکت در زمینه ارزهای دیجیتال، پی‌پال تصمیم گرفته استیبل کوین مخصوص به خودش را راه‌اندازی کند. پیش‌تر هم گزارش‌هایی مبنی بر اینکه یکی از زیرمجموعه‌های این شرکت به نام «کرو» (Curv)، روی توسعه یک استیبل کوین کار می‌کند، منتشر شده بود.

پی‌پال اخیراً در صنعت ارزهای دیجیتال به شدت فعال شده است. این شرکت تعداد ارزهای دیجیتالی را که مشتریانش می‌توانند خرید و فروش کنند، افزایش داده است، روی آموزش کاربران خود در زمینه ارزهای دیجیتال سرمایه‌گذاری کرده و تلاش کرده تا کاربرانش بتوانند ارزهای دیجیتال خود را با امنیت بیشتری برداشت کنند و به سایر کیف پول‌ها انتقال دهند.

در روزهایی که ترس و طمع در بازار بیدار می‌کند، معمولاً فومو به سراغ مردم می‌رود. فومو مخفف عبارت Fear of Missing Out و به معنای ترس از دست دادن است. باید بدانید که فومو تنها مختص سرمایه‌گذاران تازه‌کار نیست و می‌تواند سرمایه‌گذاران

بر بیت‌کوین می‌رود و احتمال بیرون رفتن از این شرایط را باید بررسی کرد. قیمت بیت‌کوین روز گذشته در محدوده ۴۱٫۰۰۰ دلار نوسان می‌کرد و بازدهی هفت روز گذشته آن چیزی حدود منفی ۱۱ درصد بوده است. تحلیلگران انتظار دارند قیمت در ادامه، نوسان محدودی را تجربه کند، با این حال آنها معتقدند که از دست رفتن حمایت‌های روی نمودار می‌تواند با سقوط عمیق‌تر قیمت همراه باشد.

به گزارش کوین‌دسک و ارز دیجیتال، کاهش حجم موقعیت‌های معاملاتی اهرم‌دار در بازارهای آتی بیت‌کوین و اتریوم، می‌تواند نشانه‌ای برای بهتر شدن شرایط بازار باشد. معمولاً زمانی که معامله‌گران کمتر از موقعیت‌های معاملاتی اهرم‌دار استفاده می‌کنند، احتمال شکل‌گیری نوسانات نزولی در بازار کاهش می‌یابد. آن‌طور که از داده‌های مربوط به لیکوئید شدن موقعیت‌های معاملاتی پیداست، تعداد کمی از معامله‌گران فعال در بازارهای اهرم‌دار، انتظار داشتند که قیمت یک بازگشت صعودی را تجربه کند و به همین خاطر سرمایه خود را از دست دادند. لیکوئید شدن موقعیت‌های معاملاتی می‌تواند شتاب نزولی قیمت را تقویت کند و زمانی رخ می‌دهد که صرافی برای پیشگیری از سوخته شدن مبلغ اولیه‌ای که به معامله‌گر قرض داده، موقعیت معاملاتی اهرم‌دار آن‌تریدر را به‌طور کامل ببندد. در واقع پلتفرم‌های معاملاتی با این کار اجازه نمی‌دهند که موجودی یک معامله‌گر به رقمی کمتر از بدهی‌اش به صرافی برسد. این اتفاق در درجه اول در بازارهای آتی رخ می‌دهد.

برآیند واریز و برداشت‌های بیت‌کوین در صرافی‌های ارز دیجیتال، در طول یک سال گذشته بیشتر به سمت برداشت متمایل بوده است. هفته گذشته اما حجم واریز بیت‌کوین به صرافی‌ها از برداشت‌های آن پیشی گرفت که می‌تواند نشان‌دهنده نزولی شدن احساسات معامله‌گران باشد.

مثبت بودن رقم جریان ورودی به این معنی است که معامله‌گران قصد فروش دارند و منفی بودن این رقم یعنی معامله‌گران می‌خواهند برای بلندمدت موجودی خود را نگه دارند و به همین

ارزش بازار کریپتوکارنسی‌ها در هفته گذشته از سطح حمایتی دو هزار میلیارد دلار عبور کرد و ارزش این بازار به زیر دو تریلیون دلار رسید؛ این در شرایطی است که شرکت اپل برای اولین بار ارزش بازاری بیش از سه تریلیون دلار یافته است. در مقام مقایسه هم بازار کریپتوها بازاری پرنوسان بوده و در مقابل ارزش سهام اپل در روند نسبتاً ملایمی در چند سال گذشته رشد کرده است. این روزها یک سؤال جدی پیش روی نوسرمایه‌گذاران بازار کریپتو خودنمایی می‌کند؛ آیا برای این بازار ساخته شده‌اند؟ آیا توان تحمل این همه ریسک را دارند؟ در بازاری که دامنه نوسان ندارد و هیچ نهاد ناظری بالاتر آن وجود ندارد و نهنگ‌ها می‌توانند این بازار را به هر سو که می‌خواهند، بکشند، آیا سرمایه‌گذاری در این بازار عاقلانه است؟ به دلیل همین روزهاست که ما همیشه گفته‌ایم بازار رمزارزها بازاری پرریسک است که نوسان‌های شدید دارد؛ ریسک و فرصت دو روی یک سکه هستند و این بازار صرفاً مناسب کسانی است که از این بازار شناخت کافی دارند و تکنولوژی پشت کسب‌وکارهای کریپتویی را به خوبی درک می‌کنند. حتی با وجود اصلاح شدید (یا شاید هم ریزش) بازار در هفته گذشته هنوز بازدهی شش ماهه بیت‌کوین ۲۵ درصد است و بازده هفتگی و ماهانه بیت‌کوین منفی ۱۲ درصد است. این بازار بعد از رسیدن به سقف تاریخی خود روند نزولی را در پیش گرفته و با اینکه هزارچندگاهی روندهای صعودی داشته، اما این بازار فعلاً روی خوش نشان نداده و مانند سال ۲۰۱۸ شده است. سال ۲۰۱۷ بعد از اینکه بازار کریپتوها ریزش سنگینی یافت، در سال ۲۰۱۸ بازدهی منفی داشت.

سلطه ترس و طمع بر بازار

شاخص ترس و طمع به عدد ۱۰ رسیده که نشان از وجود وحشت شدید در بازار دارد. در دو سال گذشته این سطح از وحشت فقط یک بار تجربه شده و سابقه نداشته که این شاخص به این مدت طولانی در این سطح باقی مانده باشد. به نظر می‌رسد ما در حال تجربه روزهای سختی هستیم که



آرامش خود را حفظ کنید

در روزهای ریزش بیت کوین چه کنیم؟

دارایی های دیجیتال به راحتی در دسترس هستند و قابلیت نقدشوندگی بالایی دارند؛ به همین دلیل همیشه تحت تأثیر تغییر احساسات سرمایه گذاران در معرض نوسانات بزرگ و سریع قرار می گیرند؛ اتفاقی که معمولاً به سقوط قیمت ها منجر می شود.

آخرین ریزش شدید قیمت بیت کوین به تیرماه امسال بازمی گردد؛ زمانی که بازار سقوطی ۵۰ درصدی را تجربه کرد. با اینکه بیت کوین توانست خود را از مخمصه نجات دهد، تحولات مهمی مانند پذیرش بیت کوین در السالوادور و اضافه شدن پرداخت های بیت کوینی به توییتر، در سریع تر شدن روند بازبایی قیمت این رمزارز تأثیرگذار بودند. ممکن است شرایط کلی بازار بیشتر متمایل به ادامه روند نزولی باشد، اما اتفاقی مشابه تحولات گذشته می تواند روند فعلی را معکوس کند.

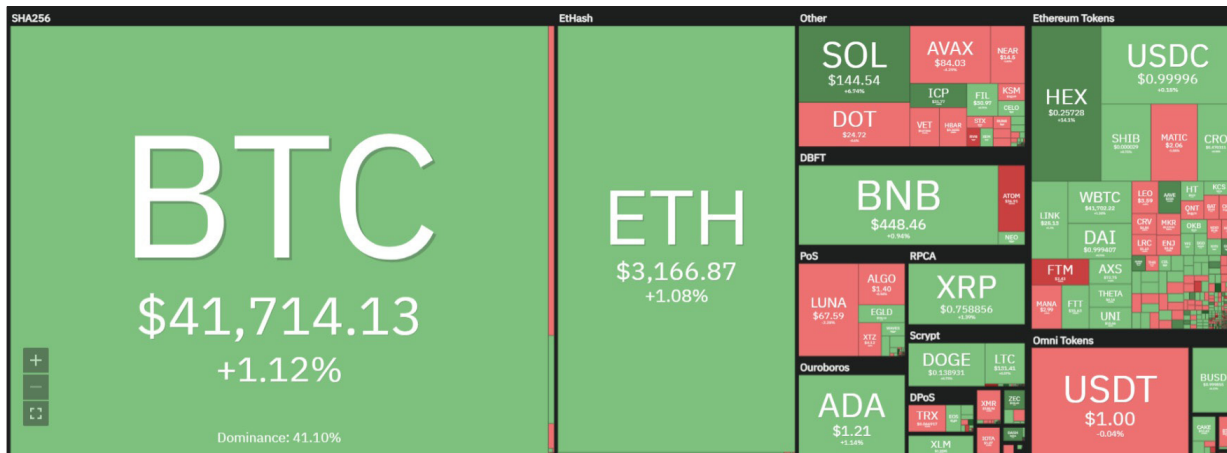
از سوی دیگر، تصمیم بانک مرکزی آمریکا برای محدود کردن عرضه پول در سال جاری، روی قیمت ها تأثیر می گذارد و اجازه نمی دهد بیت کوین به عنوان یک «دارایی ضد تورمی» عمل کند؛ اتفاقی که احتمالاً بودجه استارت آپ های فعال در حوزه رمزارز و سایر سرمایه گذاری های پرریسک را محدودتر از قبل خواهد کرد.

آنچه به نظر می رسد در ادامه هم دست نخورده باقی بماند، ماهیت دوره ای پذیرش و علاقه به ارزهای دیجیتال و همچنین روند بازار است. این الگو در یک دهه گذشته عمده تأثیر برقرار بوده است. هر رونق ناگهانی در بازار ارزهای دیجیتال، جریان عظیم و جدیدی از معامله گران فصلی و سرمایه گذاران خطرپذیر را جذب می کند که بسیاری از آنها درک کمی از این فناوری و دلایل اهمیت آن دارند. بسیاری از این سرمایه گذاران تازه وارد با اوج گیری بازار مغلوب احساس «ترس از دست دادن» یا فومو می شوند. بازار بیت کوین و دیگر آلت کوین ها در سال های گذشته چرخه های صعود و سقوط زیادی را پشت سر گذاشته است. می گویند بازار بورس معلم ظالمی است؛ درباره بازار کریپتو ها می توان گفت این معلمی صدها برابر ظالم تر است! آنچه در بازارهای بورس تهران و سایر جهان به عنوان تجربه های دردناک ذکر می شود، درصدی از درد ورنج بازار رمزارزها هم نیست. این بازاری است که صبر و حوصله فراوان می خواهد.

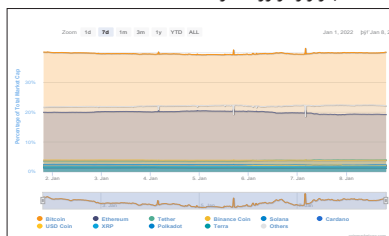


شماره ۴
۱۹ دی ۱۴۰۰
سال اول

هیت مپ 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 آلت کوین ها در هفته گذشته

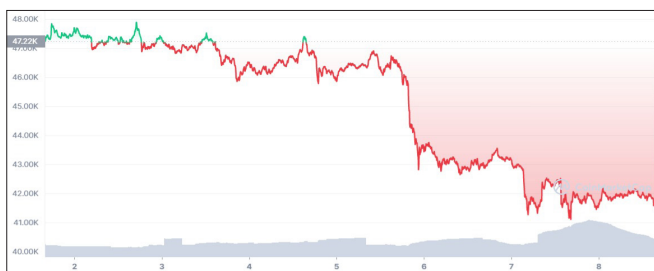


راهکار دوم که کمی پیچیده تر است، در پی آن است که هزینه پایه را برای استفاده از منابع پردازشی مختلف با در نظر گرفتن محدودیت های لحظه ای هر منبع محاسبه کند. البته هزینه های اولویت نیز مدنظر قرار گرفته اند که با ضرب درصد مختص به آن در هزینه های پایه محاسبه می شوند.

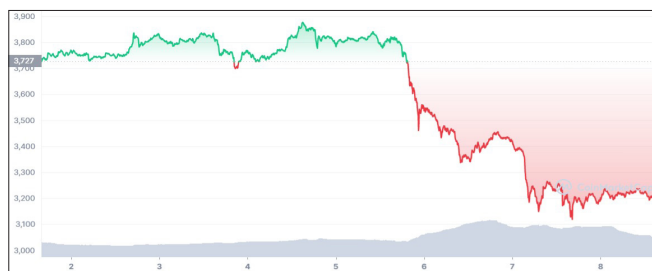
چون داده های تماس و ذخیره سازی، هزینه گس با تقسیم کارمزد پایه هر واحد منبع پردازشی مشخص بر کل هزینه پایه محاسبه شود. لازم به ذکر است که هزینه پایه همان کارمزد ثابت شبکه به ازای هر بلوک است که در الگوریتم EIP-1559 به آن پرداخته شده است.

نمی شود. بوتترین با محاسبات ریاضی مفصل تغییرات روش پیشنهادی خود را توجیه می کند، اما به طور خلاصه پیشنهاد او در پی ارائه دو راهکار بالقوه با استفاده از مفهوم «قیمت گذاری چندبعدی» است.

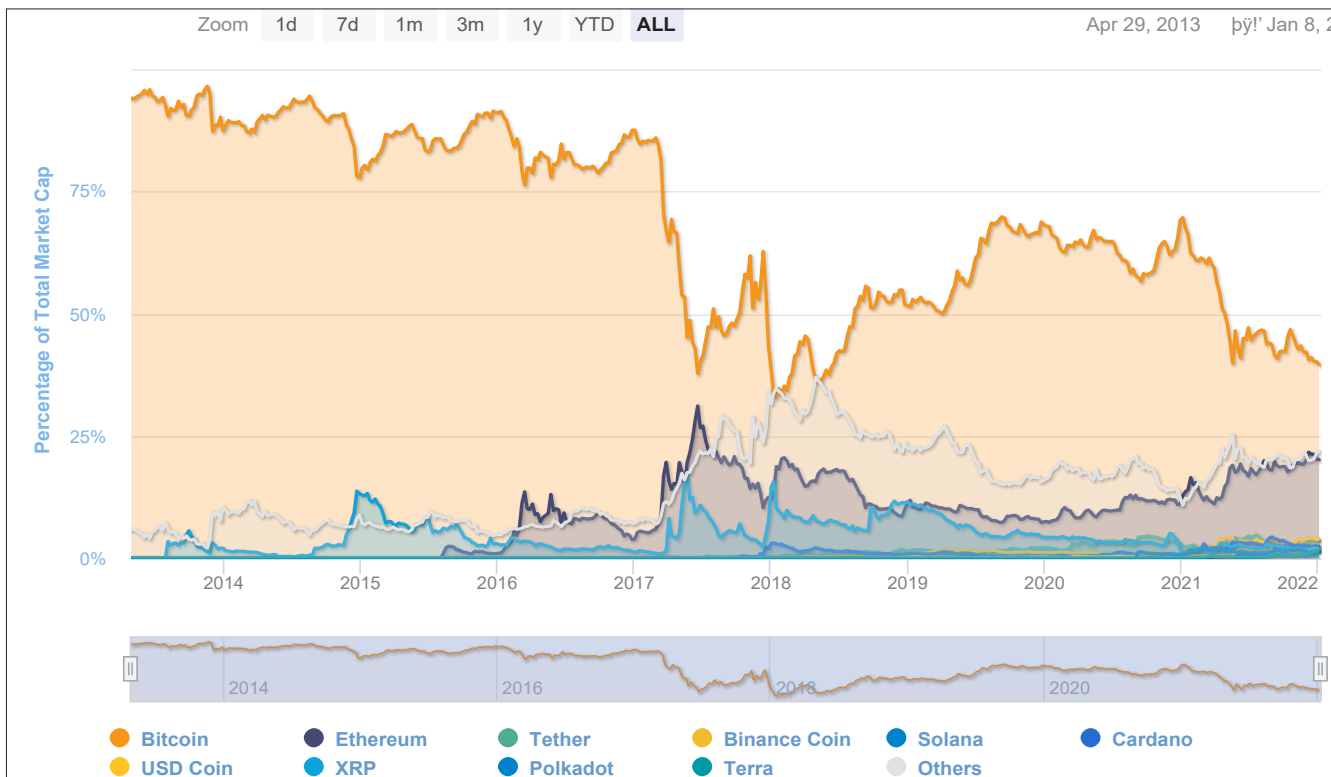
در راهکار اول پیشنهاد می شود برای منابع پردازشی مختلفی



روند قیمت بیت کوین در هفته گذشته



روند قیمت اتریوم در هفته گذشته



کاهش سلطه بیت کوین در ده سال گذشته



رمزارزها تضمین کنند تهاثر می شوند

علیرضا پیمان پاک، رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران گفته است که از هر ابزاری که به تقویت جایگاه تجارت کمک کند، استفاده خواهد کرد؛ از جمله رمزارزها

را مطمئن کند که بابت ریالی که در ایران می دهد و کالایی که قرار است وارد کند، مشکلی را تجربه نخواهد کرد. رئیس کل سازمان توسعه تجارت درباره اینکه چه نهادی قرار است واسطه این تعامل شود و تضمین به چه صورت خواهند بود، گفته است: «در حوزه تضمین دولت دخالت نخواهد کرد، بلکه دولت ارتباط دهنده متقاضی یعنی واردکننده و صادرکننده به هم است. کار زیرساختی که دولت انجام می دهد، آن است که اتاق پایاپای تهاثر ایجاد می کند که به کمک بانک های خصوصی زیرساخت های آنها را فراهم خواهیم کرد. به این معنا که بانک های خصوصی فرایند را مدیریت می کنند؛ به نحوی که با مدیریت فرایند، مسئله تضمین هم به نوعی حل خواهد شد. در واقع، اگر این زیرساخت مهیا شود، واردکنندگان یا صادرکنندگان نگرانی نخواهند داشت. زیرساخت های مدنظر برای عملیاتی کردن این موضوع در حال انجام است و با بانک مرکزی نیز مذاکرات متعددی صورت گرفته که امیدواریم به زودی راه اندازی شود. در کنار این، بستری مهیا شده تا استفاده از زیرساخت رمزارزها و سامانه اتریوم فراهم شود که روی این بستر، می توان برای معاملات خرد به راحتی تضمین ردوبدل کرد.»

استفاده از رمزارزها به عنوان ابزاری در حوزه تجارت بین الملل، موضوعی است که به تازگی علیرضا پیمان پاک، رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران مطرح کرده است. چندی است که استفاده از روش تهاثر در واردات و صادرات کالاهای مورد نیاز مطرح شده و پیمان پاک در مصاحبه ای با اقتصاد آنلاین، به ویژگی ها و ثمرات این مدل از تجارت اشاره داشته است. او در این گفت و گو توضیح داده که نه تنها تهاثر در شرایط تحریم می تواند گره گشای مشکلات ما باشد، بلکه حتی در کالاهایی که با تحریم نیز مواجه نیستند، این روش کارآمدی خود را به اثبات رسانده است. از همین جهت است که چین و ترکیه نیز که مشکل تحریم ندارند، در سال های اخیر توجه ویژه ای به این روش کرده اند. اما این مسئله چه ارتباطی به رمزارزها دارد؟

رمزارز به مثابه تضمین

در مورد تهاثر، یکی از مسائل مهم ارائه تضمین است. نهاد واسطی در این میان باید وجود داشته باشد که به صادرکننده برای صادرات کالا و دریافت ریالی مابه ازای صادرات او در کشور هدف، اطمینان بدهد و واردکننده



شماره ۴
دی ۱۴۰۰
سال اول

خبر NEWS



با محوریت کرادفاندینگ، رمزارز، بلاکچین و متاورس

رویداد نوآوردگاه فین تک توسط مرکز نوآوری آی فینک برگزار شد

کارخانه نوآوری هم آوا، مجموعه ثروت ستارگان، صرافی های اوپکس و کریپتون و استارتاپ دلیل ایران و... راهنمایی و به چالش کشیده شدند. شرکت در کارگاه های آموزشی همچون «بوم ناب»، «اعتبارسنجی» و «ارائه به سرمایه گذار» از جمله قسمت های این رویداد بود. در نهایت بعد از ظهر جمعه تیم ها به ارائه کار خود پرداخته و توسط علی حق پناه، سهیل عباسی و محمد گروبی از اعضای کمیته راهبری آی فینک، محسن عزیزی، عضو سابق هیئت مدیره بانک مسکن و وحید شامخی، عضو هیئت مدیره شرکت مشاوره مدیریت ایلپا داوری شدند. در این رویداد تیم های دیجیتال اینویس و وینکست به ترتیب برنده جوایز اول و دوم و دو تیم مالیانو و بارابا به طور مشترک برنده جایزه سوم شدند.

نهم و دهم دی ماه ۱۴۰۰ مرکز نوآوری آی فینک میزبان ۱۶ تیم حوزه فین تک از بین بیش از ۵۰ تیم ثبت نام شده در فراخوان های آی فینک بود. در این رویداد دوازده تیم های استارتاپی و صاحبان ایده فین تکی در حوزه های مختلف مانند پرداخت، مدیریت ثروت، مدیریت سرمایه، کرادفاندینگ، رمزارز، بلاکچین، متاورس و... حضور پیدا کردند تا به ایده پردازی، شبکه سازی و تیپ سازی در این حوزه بپردازند. هدف نهایی این رویداد انتخاب و جذب تیم های برگزیده در مرحله شکل دهی دوره دوم آی فینک بود.

تیم های شرکت کننده در نوآوردگاه توسط ۱۵ منتور از شرکت های مختلفی همچون شرکت خدمات انفورماتیک، فرادیس گستر کیش، داده ورزی فرادیس البرز، سرمایه گذاری دانایان،



با محوریت مفهوم و کاربردهای ان اف تی

رویداد توکن تاک ۱۳ دی با موضوع NFT،

گفته قاسمی، او از اولین ایرانی هایی است که در فاندیشن کار فروخته است. تفصیلی در ادامه گفت: «ما از سال ۲۰۱۷ به دنبال معادل سازی اقلام دنیای واقعی در فضای NFT بودیم و ایده مورد نظرمان هم رهگیری مرسولات و مواد غذایی بود. البته این ایده، آن زمان هم ایده بکری نبود. به مرور بازی عوض شد و فضا به سمت دیگری حرکت کرد، در حال حاضر واژه NFT هنرمندان و آرتیست بازی را یادآوری می کند و همه به این فکر می کنند که صفحه ای را خط خطی و به قیمت چند هزار دلار بفروشند.»

قاسمی در واکنش به صحبت های تفصیلی اظهار کرد: «کسب و کار من تولید آثار هنری است، اما طرفدار این مدل NFT هستم و معتقدم هیچان هنرمندان به مرور کم می شود. اگر NFT وارد حوزه مواد غذایی و املاک شود، بسیاری از مشکلات موجود در کشور حل می شود. تکنولوژی NFT با این مفهوم برای دنیا مفیدتر است.»

رویداد توکن تاک ۱۳ دی با موضوع NFT، رمزارزها و تحلیل بلاکچین به میزبانی سهیل نیکزاد، مدیرعامل و بیت کوینر برگزار شد. حامیان این رویداد شرکت ققنوس، اوپکس و مرکز نوآوری باز پراپلم بودند. در ابتدای این رویداد به تحلیل های تکنیکال و فاندمنتال بازار رمزارزها اختصاص داشت. در بخش بعدی یک پنل چهارنفره با موضوع NFT برگزار شد که سیواش تفصیلی، مدیرعامل شرکت نیلین؛ سهیل قاسمی، فعال NFT؛ محمدجواد صمدی راد، مدیرعامل ققنوس و سهیل نیکزاد اعضای آن بودند.

قاسمی با اشاره به هنرمند هندی ای که اولین بار اثر خود را توکنایز کرد و با قیمت گران فروخت، گفت: «دو روز بعد از انتشار این خبر با NFT آشنا شدم و دقیقاً فردای همان روز به دنبال یادگیری NFT رفتم و شب عید ۱۴۰۰ اثرم را در پلتفرم فاندیشن با هزینه ۲۵۰ دلار (شش میلیون تومان وقت) آپلود کردم. این اثر نیم اتریوم، معادل دو هزار دلار خریداری شد. به



راه پرداخت و رمزارز
برگزار می کنند

دوره می بزرگ

کسب و کارهای رمزارزی

نوزدهم دی ماه، نهم ژانویه از ساعت ۱۵:۳۰ الی ۲۰، کسب و کارهای حوزه رمزارز و بلاکچین ایران و ۲۰۰ فعال کسب و کاری به میزبانی راه پرداخت گرد هم می آیند.

رضا باقری اصل، دبیر شورای اجرایی فناوری اطلاعات؛ مجتبی توانگر، رئیس کمیته اقتصاد دیجیتال مجلس؛ فرزین فردیس، نایب رئیس کمیسیون اقتصاد نوآوری و تحول دیجیتال اتاق بازرگانی تهران و رضا قربانی، عضو هیئت مدیره سازمان نظام صنفی رایانه ای استان تهران، سخنرانان این دوره می هستند.

دوره می راه پرداخت که به بهانه سالروز تولد بیت کوین برگزار می شود، شامل دو پنل «فرصت های کسب و کاری تبادل رمزارزها برای ایران» و «تنظیم گری رمزارز و استراتژی بلاکچینی ایران» است.

پنل «فرصت های کسب و کاری تبادل رمزارزها برای ایران» با مدیریت رضا جمیلی، سردبیر هفته نامه کارنگ و با همراهی محمد قاسمی، مدیرعامل مزدکس؛ امیرحسین راد، مدیرعامل نوبیتکس؛ احسان قاضی زاده، مدیرعامل اکسیر؛ بنیامین عباسی، مدیرعامل بیت مکس و نریمان امانی، مدیرعامل سیتکس برگزار می شود. پنل «تنظیم گری رمزارز و استراتژی بلاکچینی ایران» نیز با مدیریت رسول قربانی، سردبیر راه پرداخت و با همراهی افشار جوکار، مدیرعامل کوینیک مارکت؛ روح اله جهنده، قائم مقام رمزینکس؛ امیرحسین مردانی، مدیرعامل بیت پین؛ بهزاد اسکندری، مدیرعامل اوکی اکسچنج و محمد آنالویی، مدیرعامل والکس برگزار می شود.

علاقه مندان و فعالان حوزه کسب و کار، رمزارز و بلاکچین می توانند این دوره می را به صورت زنده از اینستاگرام راه پرداخت و کارنگ دنبال کنند.



شماره ۴
دی ۱۹۰۰
سال اول

درگاه سیتکس بسته شد

آیا با مساعدت اینماد، شاپرک محدودیت ایجاد شده را برطرف خواهد کرد؟

در آخرین مورد از ماجرای اینماد برای کسب و کارهای اینترنتی، درگاه پرداخت صرافی رمزارز سیتکس توسط شاپرک و به درخواست سامانه اینماد بسته شده است. نریمان امانی، مدیر صرافی رمزارز شرکت سیتکس، از شرکت های شناخته شده و قدیمی حوزه بلاکچین و کریپتوکارنسی در ایران به هفته نامه کارنگ گفته چند روز پیش درگاه آنها بسته شده و با وجود پیگیری های زیاد هنوز هم بسته است.

امانی درباره این ماجرا به خبرنگار کارنگ گفت: «سیتکس جزء اولین شرکت های حوزه رمزارز است که در جهت اعتمادزایی بیشتر تصمیم به ثبت نام در سامانه اینماد گرفته است. در بحث های اخیر درباره اینماد بارها مسئولان دولتی تأکید کردند صرافی های رمزارز صرفاً کافی است در سامانه ثبت نام کنند و نیازی به دریافت اینماد ندارند و می توانند کماکان از درگاه پرداخت استفاده کنند. ما هم به این صحبت ها اعتماد کردیم و تصمیم گرفتیم مشخصات شرکت را در سامانه اینماد ثبت کنیم. با توجه به سابقه ۲۰ ساله شرکت سیتکس در صنعت آی تی انتظار چنین خلف وعده ای را نداشتیم.»

امانی با ابراز نگرانی از برخوردهای سلبی با کسب و کارهای نوآور حوزه های جدیدی چون بلاکچین و رمزارز، چنین رویکردی را موجب از دست رفتن تلاش

جامعه رمزارز کشور برای فعالیت در داخل کشور دانست و تأکید کرد: «ما همیشه به قانون تمکین کرده ایم و حتی زمانی که ماینینگ ممنوع شد، خدمات فنی راه اندازی فارم خود را تعطیل کردیم. یک سال از راه اندازی صرافی سیتکس گذشته و کاربران زیادی از آن استفاده می کنند و هر اختلالی به این شکل موجب کوچ کاربران به صرافی های خارجی خواهد شد. زمانی که هنوز بحث رمزارزها و بلاکچین زیاد داغ نشده بود، وبسایت ما که در این زمینه کار می کرد، اینماد داشت؛ اگر چه بعدها اینماد آن تعلیق شد، ولی ما به اشکال مختلف به مسئولان دولتی نشان داده ایم که می خواهیم در مسیر قانونی و درست و در داخل کشور فعالیت کنیم. ما تمام تلاش خود را کرده ایم که به حاکمیت ثابت کنیم که دغدغه هایش را درک می کنیم و در کنار جامعه کریپتوکارنسی برای این دغدغه ها راهکار ارائه خواهیم داد، اما حالا می بینیم به محض اینکه احراز هویت خود را در اینماد تکمیل کردیم، اینماد ما را تعلیق و به شاپرک اعلام کرد که ترمینال های ما بسته شوند!»

امانی درباره آخرین وضعیت این مشکل هم گفته با رایزنی جدیدی که با اینماد داشته اند، قرار شده با مساعدت شاپرک درگاه این کسب و کار حوزه تبادل باز شود.

بیت کوین چقدر آلاینده است؟

نگاهی به آمار مصرف انرژی توسط بیت کوین

یکی از بزرگ ترین ایراداتی که به رمزارزها گرفته می شود، میزان مصرف انرژی آنهاست. این ایراد بیش از همه متوجه بیت کوین است که گفته می شود ماینینگ آن با صرف انرژی بسیاری همراه است و این حد از مصرف انرژی با آلایندگی همراه خواهد بود، اما برخی آمارها و مقایسه های آماری، حکایت از این دارند که تبلیغات منفی گسترده علیه بیت کوین، با سهمی که از مصرف انرژی در جهان دارد، تناسبی ندارد.

بر اساس داده ها، میزان انرژی مصرف شده توسط سیستم بانکی سالانه ۲۶۳/۷۲ تراوات ساعت و برای طلا ۲۴۰/۶۱ تراوات ساعت بوده است. این در حالی است که مصرف برق سالانه بیت کوین ۱۱۳/۸۹ تراوات ساعت است. به طور کلی مصرف برق سالانه بیت کوین را چند عامل تعیین می کند که عبارت اند از: انرژی تقاضای ماینر، مصرف برق ماینر، مصرف انرژی پاور و مصرف برق نود. بر اساس داده های جهانی، میزان انرژی ای که برای به دست آوردن بیت کوین در تمامی این مراحل مصرف

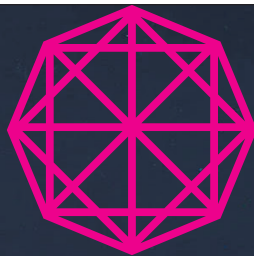
پیمان پاک معتقد است که این کار قابل انجام است و به جلسات متعددی اشاره داشته که ظرف چهار ماه گذشته در این رابطه انجام شده و ابراز امیدواری کرده که این ابزار به زودی به عنوان پشتوانه تهاتر عملیاتی شود: «این کار بسیار به روز و نوآورانه ای است و بانک مرکزی نیز این موضوع را پذیرفته و شاید زودتر از ورود بانک ها به عرصه تضمین تهاتر، عملیاتی شود.»

چطور این مکانیسم عملیاتی می شود

پیمان پاک تأکید می کند که در این قسمت صرافی ها نقشی نخواهند داشت و چنین توضیح می دهد: «اینجا موضوع به ارز وابسته نیست؛ یعنی تبادل کالابه کالا صورت گرفته و اگر هم قرار باشد که در این حوزه، ارزی ردوبدل شود، نکته حائز اهمیت آن است که بانک مرکزی سازوکاری را فراهم خواهد کرد که از رمزارزها در این رابطه بهره گرفته شود. بانک مرکزی نیز در این حوزه همکاری شایسته ای انجام داده است. در حوزه صرافی نیز اگر دو مجموعه با هم تعامل پرداختی داشته باشند، از صرافی های داخلی و محلی استفاده خواهند کرد.»

رئیس کل سازمان توسعه تجارت با تأکید بر اینکه موضوع استفاده از رمزارزها در حال پیگیری است، گفته است اینکه رمزارزها را به رسمیت بشناسیم یا نه، مسئله دیگری است و در این میان باید مزایا و معایب استفاده از رمزارزها را مورد توجه قرار داد و سپس درباره این کار تصمیم گیری کرد. او می گوید: «این موضوع را کاملاً شفاف اعلام می کنم تا برداشت اشتباهی از آن صورت نگیرد و شائبه برانگیز نشود. ما از رمزارز در حوزه پرداخت استفاده نمی کنیم، بلکه به عنوان یک ابزار در حوزه تجارت بین المللی آن را به حساب می آوریم. رمزارز در این فرایند، صرفاً وسیله ای برای انتقال اعتبار خواهد بود و از این به بعد آن را مورد استفاده قرار خواهیم داد.» پیمان پاک در ادامه توضیح می دهد: «در مرحله اول بانک مرکزی با بخش تجارت خارجی کشور تعامل کرده و همه جوانب را هم خواهد سنجید، اما این کار اگر نهایی شود، استفاده از رمزارزها در تهاتر، به عنوان یک ابزار توسعه تجارت دیده خواهد شد. اینکه رمزارزها در حوزه پولی و مالی کشور مورد استقبال و استفاده و رسمیت قرار گیرد، تصمیم بانک مرکزی است و سازمان توسعه تجارت در آن دخیل نخواهد بود. ما در حوزه بین الملل، این موضوع را مورد استفاده قرار خواهیم داد و البته این کار در بستر سامانه های قابل رصد انجام خواهد شد تا تمامی تحرکات و تراکنش های آن قابل پیگیری باشد، یعنی اگر صادرکننده بابت صادرات خود رمزارز دریافت کرده، آن را برای واردات کالا به کشور مورد استفاده قرار دهد.»

او می گوید این موضوع ربطی به موضوع به رسمیت شناختن رمزارز ندارد، بلکه ابزاری برای حوزه واردات و صادرات بوده و کاملاً قابل رصد است. پیمان پاک می افزاید: «چرا بانک مرکزی روی ارز اشخاص یا واگذاری کوتاژ صادراتی حرف دارد؟ برای اینکه بانک مرکزی بتواند مسیر ارز مورد استفاده در تجارت را رصد کند. او هم از منظر خود درست می گوید، یعنی از کف بازار ارز خریداری نشده تا از کشور خارج شود. این نگرانی ها هم طبیعی است؛ ما می گوییم رمزارزها مثل فرایند واگذاری کوتاژ قابل رصد است. اگر قابل رصد باشد، از سمت بانک مرکزی هم قابل پذیرش خواهد بود. جایگاه رمزارز مثل جایگاه کوتاژ است و به عنوان یک ابزار انتقال است و این ربطی به حوزه داخلی ندارد و از آن برای توسعه تجارت استفاده می شود. البته ما از هر ابزار نوآورانه، خلاقانه و به روزی در سازمان توسعه تجارت ایران در دوره جدید استفاده می کنیم تا جایگاه تجارت تقویت شود.»



نسل جدید
تلویزیون‌های هوشمند

ان اف تی در تلویزیون‌های سامسونگ

سال ۲۰۲۱، از هر نظر سال ان اف تی‌ها بود. با توجه به اینکه این فناوری حتی به عنوان کلمه سال انتخاب شد، تعجبی ندارد که غول‌های دنیای فناوری شروع به حرکت برای بهره‌برداری حداکثری از آن کرده‌اند. در این بین، تلاش سامسونگ در این حوزه، شامل پیاده‌سازی پلتفرم‌های معامله و استفاده از ان اف تی‌ها در تلویزیون‌های سری CES خود است. پلتفرم مورد استفاده این تلویزیون‌ها از صفر توسط سامسونگ طراحی شده و به عنوان «سامانه‌ای برای گردهمایی ان اف تی‌ها» لقب گرفته است.

سامانه میزبان این بازار، روی میکرولد سامسونگ میزبانی خواهد شد و به کاربران اجازه می‌دهد که در لحظه به پردازش و خرید ان اف تی‌ها در فرمت‌های مختلف بپردازند. این سامانه به چندین بازار مختلف ان اف تی متصل خواهد بود و از این طریق طیف وسیعی از ان اف تی‌ها را برای خرید و بررسی در اختیار خریداران این تلویزیون‌ها قرار خواهد داد.

افرادی که از قبل کلکسیونر ان اف تی‌ها هستند نیز وسیله‌ای خواهند داشت تا با استفاده از آن با ان اف تی‌های خود، خودنمایی کنند و آنها را به شکلی باسلیقه به نمایش بگذارند.

به گفته سامسونگ، این سامانه با هدف تبدیل شدن به یکی از اصلی‌ترین مراکز تبادل این توکن‌ها تولید شده و اطلاعات جامعی شامل متادیتای هر توکن مانند هنرمند اصلی هر توکن را در کنار امکان پیش‌نمایش هر ان اف تی در اختیار کاربران خواهد گذاشت.

با استفاده از این سامانه در کنار حوزه واقعیت مجازی و متاورس که این روزها در حال پیشرفت و فراگیری انفجاری است، سامسونگ می‌تواند به شکل هوشمندانه‌ای گوشه خود را در بازار ان اف تی‌ها پیدا کرده و در آن به سود برسد.



کارنگ

کسب و کار
BUSINESS

شماره ۴
دی ۱۹۰۰
سال اول

وی سی ها ۳۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱ به صنعت رمزارز آوردند

شکل گیری ۶۰ یونیکورن کریپتویی و آینده سرمایه گذاری خطرپذیر در این بازار

احتساب یونیکورن‌های قبلی کریپتویی می‌توان گفت در حال حاضر ۵۰ تا ۶۰ یونیکورن کریپتویی در دنیای استارت‌آپ‌ها در حال فعالیت هستند؛ رقمی خیره‌کننده برای یک صنعت نوظهور!

پیش‌بینی شده که اگر یک چهارم از این یونیکورن‌ها بتوانند در یک یا دو سال آینده وارد بازارهای سهام شوند، شفافیت و البته جذابیت‌های این حوزه پولی که وارد آن خواهند شد، به شکلی غیرقابل تصور رشد کند.

سرمایه‌گذاران خطرپذیر چشم به قیمت بیت کوین خواهند داشت؟

نکته نگران‌کننده اما این است که هنوز میزان فعالیت وی سی‌ها در بازار کریپتو و بلاکچین تابعی از ارزش ارزهای دیجیتال است. این در حالی است که پیش از سال ۲۰۲۱، شرکت‌های سرمایه‌گذاری اغلب نسبت به قیمت بیت کوین عقب‌تر بودند، اما در سال ۲۰۲۱، فعالیت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر تقریباً با شاخص‌های بازارهای دارایی دیجیتال مرتبط شده‌اند و جریان‌های قابل توجهی از سرمایه در کنار افزایش قیمت بیت کوین رخ داده است.

ریزش تقریباً ۸ تا ۱۰ درصدی قیمت بیت کوین در ابتدای سال ۲۰۲۲ باعث شده برخی‌ها بپرسند آیا سرمایه‌گذاران خطرپذیر کمی محتاط‌تر خواهند شد؟ این سؤال است که فعلاً کسی پاسخی برای آن ندارد، اما کارشناسان می‌گویند به احتمال زیاد تخصیص سرمایه‌های خطرپذیر، بدون در نظر گرفتن یک ریزش بزرگ ادامه خواهد داشت. برخی‌ها هم می‌گویند سرمایه‌های خطرپذیر جذابیت‌های آینده رمزارز را فارغ از قیمت بیت کوین و نوسان آن درک کرده‌اند و در راه ورود به این بازار هستند.

گذشته میلادی توسط پروژه‌های رمزارزی، احتمالاً پول زیادی در انتظار ورود به ارزهای دیجیتال در سال جدید خواهد بود. او گفته: «من انتظار دارم سرعت تحولات در سال ۲۰۲۲ سریع‌تر باشد و بازار کریپتو به رشد خود ادامه دهد.»

بازیگران اصلی

از جمله بزرگ‌ترین صندوق‌های سرمایه‌گذاری فعال در این بازار هم می‌توان به صندوق ۲/۵ میلیارد دلاری پارادایم، صندوق ۲/۲ میلیارد دلاری اندریسن هورووینتر، صندوق ۱/۵ میلیارد دلاری هایومایند کپیتال پارتنرز و صندوق ۷۵۰ میلیون دلاری 10T Holdings اشاره کرد.

این گزارش نشان می‌دهد که شرکت‌های وی سی در طول سال ۲۰۲۱ بیشتر از مجموع تمام سال‌های قبل در این بازار سرمایه‌گذاری کرده‌اند. پذیرش، گسترش موارد استفاده و قیمت دارایی‌های دیجیتال همگی به تقاضای بالا برای جذب سرمایه از یک سو و انگیزه برای ورود سرمایه‌گذاران خطرپذیر کمک و سال ۲۰۲۱ را به نقطه عطفی برای ارزهای دیجیتال تبدیل کرده است.

دست بالای بنیان‌گذاران

میانگین ارزش گذاری استارت‌آپ‌های کریپتویی و بلاکچینی پیش از تزریق سرمایه هم ۷۰ میلیون دلار بوده که ۱۴۱ درصد در مقایسه با ۲۹ میلیون دلار سال قبل از آن رشد داشته است. تحلیل گزارش نشان می‌دهد که بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌های این بازار حالا در موقعیتی هستند که می‌توانند سرمایه‌گذاران را انتخاب و ارزش گذاری‌های بالاتری را ثبت کنند.

تعداد شرکت‌هایی که ارزش آنها به یک میلیارد دلار یا بیشتر هم رسیده، ۴۷ شرکت بوده است. با

بر اساس گزارش «دیجیتال گلکسی»، در سال ۲۰۲۱، سرمایه‌گذاران خطرپذیر بیش از ۳۳ میلیارد دلار در استارت‌آپ‌های رمزارزی و بلاکچینی سرمایه‌گذاری کرده‌اند. این رقم معادل پنج درصد کل سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر در دنیا در سال گذشته میلادی بوده است.

از این حجم سرمایه‌گذاری انجام‌شده در بازار کریپتو، حدود ۲۲ میلیارد دلار، یعنی ۶۷ درصد، روی معاملاتی با ارزش بیش از ۱۰۰ میلیون دلار انجام شده است. طبق این گزارش، شرکت‌هایی که بر کسب و کارها و تجارت دارایی‌های دیجیتال یا ساخت وب ۳ تمرکز دارند، به‌طور کلی بیشترین سرمایه را در این حوزه جذب کرده‌اند.

فصل داغ سرمایه‌گذاری خطرپذیر در حوزه رمزارزها هم سه‌ماهه آخر سال بوده است. آمارها نشان می‌دهد کسب و کارها و پروژه‌های این حوزه بیش از ۱۰/۵ میلیارد دلار در سه‌ماهه چهارم ۲۰۲۱ سرمایه جذب کرده‌اند؛ رقمی که بیشتر از مجموع کل سرمایه‌های جذب‌شده در این حوزه در تمام سال ۲۰۲۰ است! یک جهش بزرگ برای بازار رمزارز جهان!

«الکس تورن»، رئیس بخش تحقیقات شرکت دیجیتال گلکسی در تحلیل این گزارش گفته است: «سال گذشته بازار رمزارزها با ۲۰۱۸ معامله، تقریباً دو برابر سال ۲۰۲۰ بود و بسیار بالاتر از بالاترین رکورد قبلی که در سال ۲۰۱۹ اتفاق افتاده بود (۱۶۹۸ معامله) افراد و پروژه‌ها و کسب و کارهای زیادی را درگیر سرمایه‌گذاری و جذب سرمایه کرد.»

در ۲۰۲۲ چه خبر خواهد بود؟

تورن درباره آینده این روند در بازار رمزارزها هم پیش‌بینی کرده که با توجه به سرمایه‌های جمع‌آوری‌شده در سال

اینماد به مسیر عقلانیت برگردد

ادامه شرایط فعلی یعنی از بین رفتن اقتصاد دیجیتال کشور و مهاجرت بیشتر کارآفرینان آن

در حالی که همه کشورهای دنیا در حال ارائه تسهیلات و مشوق‌های بیشتر به جوانان هستند و به آنها کمک می‌کنند تا کسب و کارهایشان را سریع‌تر ایجاد کنند و در این زمینه با هم در حال رقابت هستند، متأسفانه مسئولان مرکز توسعه تجارت الکترونیک وزارت صمت تلاش می‌کنند که وضعیت کسب و کارها و استارت‌آپ‌ها را در ایران، از قبل بدتر و پیچیدگی‌های یک کسب و کار را با اینماد اجباری بیشتر کنند.

تمام کشورها به علت مشکل پیری که کشور ما هم از آن مستثنی نیست، در حال جذب جوانان و تسهیل شرایط زندگی و کار آنها هستند، ما متأسفانه شاهد هستیم که مسئولان ما جوانان

را به روش‌های مختلف در تنگنا می‌گذارند و در مسائل شخصی و کاری آنها موانعی ایجاد می‌کنند. اگر جوانان ما نتوانند در کشور خودشان به سادگی کسب و کار راهاندازی کنند، چه انگیزه‌ای برای ماندن در کشور دارند؟ با توجه به تمام مشوق‌ها و ویژگی‌هایی که به برنامه‌نویسان، متخصصان، نخبگان، کسب و کارها، استارت‌آپ‌ها و سرمایه‌گذاران در خارج از کشور می‌دهند، وضعیت کنونی کسب و کارها در داخل کشور صرفاً به رفتن کارآفرینان آنها دامن می‌زند.

مرکز توسعه تجارت الکترونیک با اینماد اجباری به ضرر اقتصاد و رشد و توسعه ایران کار می‌کند. متأسفانه ما این را می‌گوییم، ولی این مرکز به نفع رقبای ما در منطقه مثل ترکیه، امارات، عربستان سعودی و آمریکا کار می‌کند. ای کاش این عزیزان از بیت‌المال حقوق نمی‌گرفتند و ای کاش در چنین مواردی می‌شد با این افراد برخورد جدی کرد. کسی که در وضعیت جنگ اقتصادی فعلی در حال آزار دادن کسب و کارها و بدتر کردن شرایط اقتصادی است، آب به آسیاب دشمن می‌ریزد. ما در سوم آذر شاهد اجباری شدن اینماد بودیم و درگاه پرداخت کسب و کارها و استارت‌آپ‌ها به اینماد متصل شد. دوستان و عزیزان در مرکز توسعه تجارت الکترونیک وعده‌های زیادی دادند، ولی ما از قبل اخطار داده بودیم که چنین وعده‌هایی محقق نخواهد شد و اینها توهم و دروغی بیش نیست.

وعده‌هایی چون اینماد بدون ستاره که باعث شد بسیاری

از استارت‌آپ‌ها سریعاً نسبت به اخذ اینماد اقدام کنند و خوشحال بودند، اما بلافاصله طبق پیش‌بینی‌های ما و به دلیل اینکه اینماد به مجوز و اهرم قطع ممر معاش یک

کسب و کار تبدیل شده، شاهد بودیم بعد از مدتی اینماد و درگاه برخی از این استارت‌آپ‌ها با بهانه‌های مختلف و با بحث ارجاع دادن برای گرفتن مجوز، قطع شد. برخی کسب و کارها خود درگاه پرداخت داشتند. مسئولان مرکز توسعه تجارت وعده دادند که درگاه این کسب و کارها به هیچ عنوان قطع نخواهد شد، اما دیدیم که این اتفاق افتاد و کسب و کارهایی که درگاه پرداخت داشتند، مدت کوتاهی پس از دریافت اینماد، درگاه قبلی را نیز از دست دادند. متأسفانه هیچ

نشانه‌ای از توسعه و تجارت الکترونیک در رفتار مسئولان این مرکز مشاهده نمی‌شود و به نظر می‌آید وظیفه اینها توقف توسعه و تجارت الکترونیک در ایران باشد.

گویی هیچ‌کس نمی‌توانست به خوبی مرکز توسعه و تجارت الکترونیک، ترمز این بخش از اقتصاد ایران را بکشد. اگر مسئولان به فکر نباشند و جلوی این رفتارهای سلیقه‌ای، دور از حاکمیت و دور از عقلانیت مرکز توسعه تجارت الکترونیک را نگیرند، فاجعه‌ای رخ خواهد داد که به نظر من خساراتش با جنگ تحمیلی برابری خواهد کرد. همان‌طور که شاهد هستیم، مهاجرت شدیدی از طرف نخبگان و متخصصان و برنامه‌نویسان رخ داده است. از طرف دیگر، بنیان‌گذاران برخی استارت‌آپ‌ها نیز در حال مهاجرت هستند.

با رویکرد فعلی باید بگوییم اینماد ضربه دیگری بر پیکر اقتصاد نحیف کشور است. در سال‌های گذشته، با وجود اینکه اقتصاد سنتی ما رشد منفی را تجربه کرد، رشد اقتصاد دیجیتال چهار الی شش درصد بود و می‌توانست به موتور محرک اقتصاد ایران تبدیل شود و کمک کند که اقتصاد از این وضعیت رکود خارج شود. ما می‌بینیم که مرکز توسعه و تجارت الکترونیک، به یاری نهادهای دیگر این روزها در کار مانع‌زایی برای اقتصاد نوآوری کشور هستند. امیدوارم عقلانیت در حاکمیت باعث شود چنین رفتارها و موانعی برطرف شود و اینماد اجباری به ماهیت اصلی خودش که باید اختیاری، بدون انحصار و غیردولتی باشد، برگردد.



مصطفی
نقی پورفر



@Mnaghpourfar



شماره ۴
دیدی ۱۴۰۰
سال اول

تحلیل ANALYSIS



فناوری بلاکچین چطور می‌تواند در خدمت حاکمیت شرکتی و شفافیت بیشتر آن باشد؟

فرصت‌های یک فناوری برای شرکت‌داری

سرمایه‌گذاران و صاحبان سرمایه را جلب کند و به آنان اطمینان دهد که منابع مالی‌شان در راستای توسعه کسب و کار و امر تجارت هزینه خواهد شد. بلاکچین این امکان را فراهم می‌آورد تا تمام اطلاعات بدون آنکه قابلیت تغییر و دستکاری داشته باشد، با تمام سهام‌داران به اشتراک گذاشته شود و سهام‌داران در هر لحظه از آخرین اقدامات هیئت مدیره، اوضاع و احوال کسب و کار، بنگاه اقتصادی و شرکت مطلع شوند و ارتباط درهم‌تنیده زنجیره بلوک‌ها با یکدیگر به گونه‌ای است که کارشناسان فنی رخدادهایی را که به دستکاری این اطلاعات منجر شود، دشوار ارزیابی می‌کنند.

۲. نظارت و پاسخگویی: بلاکچین با حذف

واسطه‌ها و نمایندگان، امکان نظارت مستقیم برای سرمایه‌گذاران و سهام‌داران شرکت بر روند سرمایه‌گذاری را فراهم می‌آورد. فناوری دفترکل توزیع شده از یک طرف از طریق عدم امکان تغییر سوابق امور و اقدامات انجام شده به بهبود پاسخگویی مدیران و از طرف دیگر به وسیله برقراری ارتباطات همتا به همتا (Peer to Peer) به بهبود

وضعیت مسئولیت‌پذیری مدیران کمک می‌کند.

تمام کاربران شبکه بلاکچین می‌توانند معاملاتی را که مدیران شرکت انجام می‌دهند، ببینند و این امر به شفافیت و نظارت بر رفتار مدیران کمک می‌کند. از طرفی سازوکار نگهداری اطلاعات و ثبت و ذخیره روند کارها، مانع رخدادهای بسیاری از اموری می‌شود که برای

سهام‌داران خرد نامطلوب است؛ زیرا این دسته از سهام‌داران به واسطه درصد سهام پایینی که دارند، نمی‌توانند نماینده‌ای در هیئت مدیره شرکت داشته باشند و از طرفی نصاب سهام پایین آنها مانع تأثیرگذاری در مجامع عمومی شرکت می‌شود؛ بنابراین فناوری بلاکچین با قابلیت ثبت، ذخیره دقیق و غیرقابل تغییر اطلاعات می‌تواند مانع بسیاری از اقدامات نامطلوب مدیران شرکت شود و در عین حال تصویری روشن از روند مدیریت و اداره شرکت به سهام‌داران ارائه می‌دهد.

۳. فرایند تصمیم‌گیری در مجامع عمومی:

یکی دیگر از کاربردهای جالب توجه فناوری بلاکچین در تحقق اهداف حاکمیت شرکتی، فراهم‌آوری امکان برگزاری مجامع عمومی با حضور سهام‌داران خرد و در عین حال اعمال حق رأی آنان بدون وجود خدشه و اختلال در فرایند رأی‌گیری است. به‌طور سنتی کارکرد مجامع عمومی شرکت، آن است که سهام‌داران از وضعیت شرکت مطلع شوند.

در دنیای امروز که دائماً در حال تحول است و هر روز موضوعات جدید و متنوعی رخ می‌دهد، می‌توان یکی از علل شکست شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی را حاکمیت شرکتی نادرست دانست؛ زیرا این امر مستقیماً بر اعتماد سرمایه‌گذاران و سهام‌داران به فرایندهای کسب و کار، جذب سرمایه و اقدامات هیئت مدیره تأثیر می‌گذارد. اگر بخواهیم حاکمیت شرکتی را خیلی ساده و مختصر تعریف کنیم، باید بگوییم حاکمیت شرکتی مجموعه‌ای از اصول یا روش‌ها برای تنظیم روابط میان سهام‌داران و اعضای هیئت مدیره است و فرایندها و ساختارهایی را پیشنهاد می‌دهد تا از امنیت و سلامت عملکرد مدیران شرکت اطمینان حاصل شود و آنان را برای اقدامات و تصمیمات خود در برابر سهام‌داران پاسخگو کند.

یکی از نهادهای پیشرو در راستای تحقق اهداف حاکمیت شرکتی در ایران، سازمان بورس و اوراق بهادار است که با تصویب «دستورالعمل حاکمیت شرکتی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و فرابورس ایران» در سال ۱۳۹۷، تلاش کرد در راستای سیاست‌های شفافیت در بازار سرمایه و جلب اعتماد سهام‌داران و سرمایه‌گذاران گام بردارد. طبق ماده ۲ این دستورالعمل، هدف از اصول حاکمیت شرکتی، کمک به خط‌مشی‌گذاران در ارزیابی و بهبود چارچوب قانونی و مقرراتی و حمایت از اثربخشی، کارایی، رشد پایدار و ثبات مالی شرکت‌ها دانسته شده است. در ماده ۳ نیز، سازمان بورس هیئت مدیره را مسئول ایجاد، استمرار و تقویت سازوکارهای اثربخش برای کسب اطمینان از محقق شدن اصول حاکمیت شرکتی کرده است. در کنار اهدافی مانند مسئولیت‌پذیری هیئت مدیره، رعایت حقوق ذی‌نفعان و انگیزه‌بخشی به آنان و حفظ حقوق سهام‌داران و برخورد یکسان با آنها، دستورالعمل، موضوع افشا و شفافیت را به عنوان یکی از کارکردهای حاکمیت شرکتی اعلام کرده، به گونه‌ای که تمام موضوعات بااهمیت مرتبط با شرکت اعم از وضعیت مالی، عملکرد، جریان‌های نقدی و مالکیت به‌موقع و به‌صورت صحیح افشا شود. حال با پیشرفت‌های چشم‌گیر تکنولوژی به نظر می‌رسد که حاکمیت شرکتی در حال تحول است و ویژگی‌های فناوری بلاکچین، حکم‌فرمایی حاکمیت شرکتی در شرکت‌های تجاری را تحت تأثیر قرار می‌دهد. می‌توان نمونه‌های به‌کارگیری تکنولوژی بلاکچین در این حوزه را این‌گونه برشمرد:

۱. **شفافیت:** یکی از مهم‌ترین دستاوردهای تئوری حاکمیت شرکتی برای سهام‌داران، شفافیت است. استقرار یک سازوکار حاکمیت شرکتی صحیح و شفاف، آثار و نتایج مثبت بسیاری دارد. از جمله اینکه می‌تواند اعتماد



۱. **شفافیت:** یکی از مهم‌ترین دستاوردهای تئوری حاکمیت شرکتی برای سهام‌داران، شفافیت است. استقرار یک سازوکار حاکمیت شرکتی صحیح و شفاف، آثار و نتایج مثبت بسیاری دارد. از جمله اینکه می‌تواند اعتماد





راه رفتن روی لبه معلق فناوری!

امیر موسویان مدیرعامل کسب و کار «بلاکچین بلورین» از
ماجرای بسته شدن درگاه این کسب و کار می گوید

هفته گذشته هفته پر خبری برای حوزه رمزارزها بود. بسته شدن درگاه سیتکس از یک سو و سپس خبر بسته شدن درگاه کسب و کار «بلاکچین بلورین» که در حوزه تحلیل بازار کریپتو فعال است، موجی از نگرانی را در این حوزه ایجاد کرد.

امیر موسویان از بنیان گذاران کریستال بلاکچین در گفت و گو با کارنگ از اتفاقات رخ داده برای این کسب و کار گفته و اینکه چطور برداشت های بورسی از بازار رمزارزها موجب شده اینماد به راحتی درگاه های این حوزه را مسدود کند. آن طور که او می گوید چهار ضلعی اینماد-شاپرک-پرداخت بارها-کسب و کارها در یک ابهام و بلاتکلیفی بزرگ به سر می برد. ابهامی که قرار بوده با وجود اینماد برطرف شود، حالا با حضورش پررنگ تر و غلیظ تر شده و این فضای مبهم کار را برای کسب و کارها بیشتر از همیشه سخت کرده است.

شرط بندی ها که بیش از ۱۰۰ هزار شرکت کننده داشت، درباره نامزدی بن افلک و جنیفر لویز تا پایان سال ۲۰۲۱ بود که بیش از دو میلیون دلار روی آن شرط بندی شده بود. از سوی دیگر و به غیر از چنین حاشیه هایی، پلی مارکت نتوانسته بود مجوزهای مورد نیاز برای فعالیت در بازار معین و جابه جایی اجرایی را کسب کند و با این وجود به فعالیت در این حوزه ها پرداخته بود. تا اینجا به نظر می رسد که دلایل کمیسیون معاملاتی برای ممنوع کردن کار این سامانه معتبر است، اما واقعیت نگران کننده این است که عموم صراف ها و کسب و کارهای رمزارز محور چنین مجوزهایی را در اختیار ندارند. کمیسیون معاملاتی

کمیسیون معاملاتی کالای آمریکا (CFTC) دوشنبه این هفته اولین اقدام اجرایی خود را علیه بازارهای رمزارزی به سرانجام رساند. این کمیسیون سامانه شرط بندی بر اساس رمزارز Blockratize را ۱/۴ میلیون دلار جریمه کرد و همزمان نیز به آنها دستور داده تا تمامی بازارها و سامانه های زیرمجموعه خود را که با قوانین کمیسیون ملی هماهنگی ندارند، به طور کلی تعطیل کنند.

پلی مارکت، که نام عمومی سامانه بلاک رتایز است، به کاربران خود اجازه می داد تا با استفاده از رمزارزها روی طیف وسیعی از اتفاقات و ورزش های مختلف به طور ناشناس شرط بندی کنند. یکی از نمونه های این

کمیسیون معاملاتی آمریکا
سه بازار رمزارزی را تعطیل کرد

رگولاتوری بیشتر رمزارزها در آمریکا



همکاری سیک با H&M؟
شاید وقتی دیگر...

H&M راه اندازی فروشگاه در متاورس را تکذیب کرد

غول خرده فروشی H&M، با وجود گزارش های گسترده رسانه ای که در چند هفته گذشته در فضای مجازی منتشر شده بود، اعلام کرده فعلاً فروشگاه سه بعدی در متاورس افتتاح نمی کند.

اچ اندام، دومین خرده فروش بزرگ پوشاک در جهان است که اخیراً اعلام شده قصد دارد به دنیای متاورس بیاید و فروشگاه مجازی اش را در آن راه بیندازد.

ماجرای آنجا شروع شد که یک شرکت توسعه دهنده واقعیت مجازی به نام CEEK در توییتری اعلام کرد در همکاری با این خرده فروش ساخته شده صنعت پوشاک چنین کاری را انجام خواهد داد. سیک حتی یک دمو از این فروشگاه را هم به نمایش گذاشته بود. سخنگوی H&M گفته که فعلاً با سیک همکاری ندارند و شاید با شرکت های دیگری در این حوزه قصد همکاری داشته باشند.

از سوی دیگر مدیرعامل سیک اعلام کرده ماجرا ناشی از یک سوء تفاهم از توییست آنها بوده، ولی اگرچه با برند H&M فعلاً همکاری ای ندارند، اما مذاکرات مداومی در مورد همکاری آینده با پلتفرم مرتبط با متاورس و به طور خاص اچ اندام آمریکا در جریان است.

«مر اسپوو» گفته است: «ما در حال مذاکره با افراد مختلف در اچ اندام هستیم تا این موضوع را به واقعیت تبدیل کنیم، اما فعلاً هیچ چیز نهایی نشده است.»

توکن سیک حدود ۰/۷۱ ارزش دارد، اما این توکن در ۳۰ روز گذشته ۲۲/۵ درصد کاهش قیمت داشته است.



شماره ۴
دی ۱۴۰۰
سال اول

❖❖ **کریستال بلاکچین یا همان بلاکچین**
بلورین در چه حوزه‌ای و روی چه محورهایی تمرکز
کرده است؟

شرکت ما روی ارائه و تحلیل اطلاعات کار می‌کند. این اطلاعات هم به‌صورت خام ارائه می‌شود که مخاطبان خودشان بتوانند آنها را تحلیل کنند و هم به‌صورت عمیق و پردازش شده ارائه می‌شوند. مدل کسب‌وکار ما باعث می‌شود شما بدون اینکه نیاز باشد از طبقه ثروتمند جامعه جهانی باشید، بتوانید رفتار بازار را با جزئیات در قالب صدها شاخص مختلف بررسی کنید. این مسئله بسیار نو است. خود کریپتو و بلاکچین حوزه‌های نویی هستند و حوزه تکنیکال آنها هم بسیار جدید است، ولی تحلیل on chain یا تحلیل روی زنجیره خیلی مبحث جدیدی است. یعنی می‌توان گفت در مرز دانش و فناوری است. ما روی این مسائل کار می‌کنیم و سعی داریم برای مشتریان مان اطلاعات مرتبط با این بازار را فراهم آوریم.

❖❖ **چقدر ابهام و عدم شفافیت در این بازار**
وجود دارد که نهادهای نظارتی بخواهند نگران آن
باشند؟

حوزه کاری ما به‌طور کلی بلاکچین است. فرق بلاکچین با سایر بازارهای مالی این است که معاملات در بلاکچین صد درصد شفاف هستند. حتی در جاهایی مثل صرافی‌های بزرگ، چه آنلاین و چه آفلاین که قدری متمرکز می‌شود، ما با حجم زیادی از آمارها و داده‌ها مواجه هستیم که برای عموم منتشر می‌شوند و قابل دسترس هستند. فایده این آمارها و داده‌ها این است که شما می‌توانید کلیت بازار را زیر نظر

داشته باشید. شاید بتوان گفت شما هزاران برابر بازارهایی چون بورس و فارکس بر این بازار تسلط دارید.

در جمع‌بندی باید بگوییم که خروجی این شفافیت و روشن بودن معاملات به‌نحوی است که هزاران برابر اطلاعاتی را که از بورس یا فارکس دارید، می‌توانید از بلاکچین استخراج کنید. در بورس، آن چیزی که از شفافیت شرکت‌ها در اختیار دارید، در واقع آن چیزی است که شرکت‌ها در پی الزام سازمان بورس منتشر می‌کنند؛ اطلاعاتی چون صورت‌های مالی سود و ضرر، ولی شما هیچ‌وقت به جزئیات اتفاقات درون یک شرکت دسترسی ندارید، اما در بلاکچین بدون اینکه نیاز باشد آن شرکت یا مؤسسه، اطلاعاتی را منتشر کند، ما به همه اطلاعات دسترسی داریم. ما می‌توانیم به آن دسترسی داشته باشیم و هر اطلاعاتی را که می‌خواهیم،

که به اجرای سفت‌وسخت و صریح قوانین شهرت دارد، پیش از این درباره این شرکت‌ها هشدار داده بود. حالا بسیاری نگران‌اند که اقدام علیه پلی مارکت تنها شروع ماجرا بوده و پیگیری‌ها و دستورات تعطیلی بسیار فراگیری از سوی کمیسیون معاملات در راه باشد.

«وینسنت مک‌گوناگال»، سخنگوی کمیسیون معاملات در بیانیه خود گفته است: «تمام بازارهای خاص باید در مرزهای قوانین معاملاتی کمیسیون قدم بردارند و هر فرد یا نهادی که از آنها تخطی کند، توسط کمیسیون شناسایی و دستور تعطیلی آن صادر خواهد شد. فضایی که این روزها به آن «دیفا» گفته می‌شود، نه شامل مالیات می‌شود، نه

استخراج کنیم. می‌توان گفت که این یک امتیاز مثبت و بزرگ است و باعث می‌شود داده‌پردازان به سراغ این اطلاعات بروند.

❖❖ **گویا درگاه پرداخت شرکت شما هم مانند**
سیتکس توسط اینماد بسته شده؛ دلیل آن چه بوده
است؟

در مورد اتفاقات رگولاتوری و منشاء مشکل ما باید گفت که اینماد که موظف است کسب‌وکارهای نوآور و خلاق ایرانی را به رسمیت بشناسد، می‌گوید ما به هر چیزی که در مورد بلاکچین است، اینماد نمی‌دهیم. این یک ناهماهنگی بزرگ بین قانون و این نهاد است. چون اگر موضوع بلاکچین در ایران کلاً غیرقانونی بود، ما از ابتدا این کسب‌وکار را راه‌اندازی نمی‌کردیم. ولی این موضوع غیرقانونی نیست و اینماد می‌گوید صلاح می‌دانیم که مجوز ندهیم. خب با این وجود ما نمی‌توانیم از مشتریان خود از طریق درگاه شاپرک وجهی دریافت کنیم، چون درگاهی به ما داده نمی‌شود. درگاه‌هایی هم که قبلاً داشته‌ایم به‌دلیل مشکلی که با اینماد داریم، با ما تسویه حساب نمی‌کنند. عمداً هم این کار را می‌کنند، چون می‌دانند ما نمی‌توانیم از جای دیگری درگاه بگیریم. این درگاه‌ها به ما زور می‌گویند و از آب گل آلود ماهی می‌گیرند. برای استارت‌آپ کوچکی مثل ما که درآمد کمی داریم، بسیار حیاتی است که پول سریعاً به شرکت برگردد. این آب‌باریکه حتی اگر یک ماه قطع شود، می‌تواند به تنش سنگین مادی و روانی در شرکت منجر شود. اینکه یک نهاد دولتی صلاح می‌داند چنین تصمیمی بگیرد، برای ما غیرقابل هضم است.

❖❖ **مشکل اساسی رگولاتوری در این حوزه که**
به چنین تصمیم‌گیری‌هایی منجر می‌شود، از کجا
نشئت می‌گیرد؟

من فکر می‌کنم ما حتی در حوزه رمزارزها داریم چوب بورس را می‌خوریم! اتفاقاتی که در سال گذشته در بورس ایران افتاد، هیجانات سنگینی که در آن رخ داد و رفت‌وبرگشت سریع اعتماد بین مردم و بورس تبعات و تأثیرات زیادی روی بازارهای مالی مختلف داشته است. سازمان بورس یکسری قوانین وضع کرده که بسیار اشتباه هم هستند، اما همان قوانین در بازارهای دیگر مالی هم مورد استناد قرار می‌گیرند. برای مثال غیرقانونی بودن سیگنال دهی که یک بار آن را لغو می‌کند، دوباره برقرار می‌کند و در حال بازی کردن با جامعه خاص خودش است. اما در بلاکچین که هیچ متولی قانونی

می‌توان بر معاملات آنها و ماهیت قانونی بودن آنها نظارتی داشت. قطعاً در مورد بخش‌هایی از این بازار که توان اجرایی داریم، اقدامات بیشتری خواهیم کرد. کارگزاران و افراد فعال بازار باید در چارچوب قانون فعالیت کنند تا بتوانیم فضای معاملاتی امن، شفاف و محافظت‌شده‌ای داشته باشیم.»

گزارش‌ها حاکی از آن است که این حرف‌ها تهدید توخالی نیست و تحقیقات درباره پلی مارکت و چند صد سامانه رمزارزی دیگر از اکتبر ۲۰۲۱ تاکنون در جریان بوده و اقدامات علیه دیگر سامانه‌ها نیز به محض روشن‌تر شدن تحقیقات صورت خواهد گرفت.

مثل سازمان بورس وجود ندارد که به این موضوع رسیدگی کند، اینماد تشخیص می‌دهد که مثل سازمان بورس که سیگنال دهی را ممنوع کرده بود، بلاکچین را ممنوع کند؛ به این دلیل که فکر می‌کند کسب‌وکارهای این حوزه کار سیگنال دهی می‌کنند!

❖❖ **یعنی اینماد درگاه شما را به‌دلیل ارائه**
تحلیل در بازار رمزارز بسته است؟

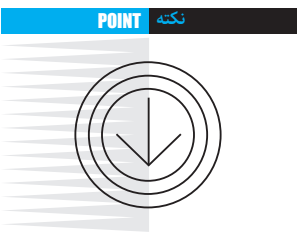
دقیقاً گفتند که شما تحلیل ارائه می‌دهید و تحلیل حوزه بلاکچین را به صلاح جامعه نمی‌دانیم. بحث این است که چرا باید اینماد به خودش اجازه بدهد که در مورد این موضوعات تصمیم بگیرد. اینماد به یک گلوگاه تبدیل شده که دولت برای اینکه بتواند موضوعی را بدون اینکه نیاز باشد در مجلس تصویب و مسیر قانونی‌اش را طی کند، از طریق آنها اعمال می‌کند.

❖❖ **شما از ابتدا درگاه داشتید و هنگام ثبت‌نام**
مجدد در اینماد بسته شدید یا...؟

ما قبلاً یک درگاه شخصی داشتیم که در کسب‌وکار از آن استفاده کردیم. بعد که کسب‌وکارمان بالا آمد، برای اینماد درخواست دادیم. در ابتدا اینماد به ما مجوز داد و حدود یک هفته لوگوی اینماد روی سایت ما درج شده بود، اما بعد آن را بستند و گفتند به حوزه کسب‌وکارتان اینماد تعلق نمی‌گیرد. برای من خیلی جالب بود که بعد از پرداخت وجه و پیش‌رفتن کارها چطور ممکن بود در یک هفته کسب‌وکار ما که موضوعش فرق نکرده بود، مشمول اینماد نشود. اتفاق بعدی این بود که درگاه آیدی پی که با آن کار می‌کردیم پول‌های ما را تسویه نکرد و گفت شاپرک دیگر تسویه نمی‌کند. البته من معتقدم مشکل از خود آیدی پی بوده است، ولی به هر حال پول‌های ما را تسویه نمی‌کردند و به‌نوعی ما را گروگان گرفته بودند. گفتند چون اینماد این کار را کرده و شاپرک حساس شده، به ما پول نمی‌دهد و ما هم نمی‌توانیم با شما تسویه کنیم. البته با پیگیری‌های زیاد این مشکل برطرف شد و با ما تسویه کردند. ولی ما عملاً دیگر از آن درگاه استفاده نمی‌کنیم، چون ریسک زیادی دارد و نمی‌توان هر دفعه برای تسویه پول از دیگران کمک گرفت. از طرف دیگر به پشتیبانی اینماد هم گفتیم که آقای رهبری گفته‌اند کار شما مشکلی ندارد و فقط خرید و فروش مشکل دارد، اما گفتند شما تحلیل ارائه می‌دهد و ما به تحلیل مجوز نمی‌دهیم. در نهایت ما دیگر نمی‌توانیم از درگاه‌های ریالی استفاده کنیم.

❖❖ **موضوع را از طریق مراجع دیگر هم**
پیگیری کرده‌اید؟

ما به سراغ دیوان عدالت اداری هم رفتیم و شکایت کردیم و گفتیم کار اینماد برخلاف قانون است و قانون چنین اجازه‌ای به اینماد نداده است. ولی بعید می‌دانم تا الان اتفاق خاصی افتاده باشد و احتمالاً زمان می‌برد تا به نتیجه برسد.



ادامه از صفحه ۹

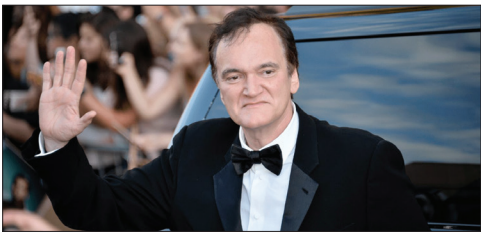
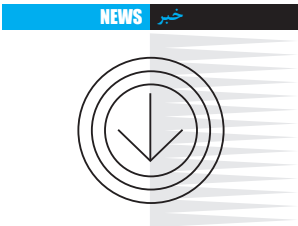
فرصت‌های یک ...

فضایی برای گفت‌وگوی میان سهام‌داران و مدیران شرکت به وجود آید و آنان بتوانند در فرایندهای تصمیم‌گیری مشارکت کنند. در عین حال، یکی از نگرانی‌های سهام‌داران خرد، دستکاری در نتایج رأی‌گیری‌های مجامع، از جمله آرای انتخاب اعضای هیئت‌مدیره، حتی در رأی‌گیری‌های الکترونیکی است. این در حالی است که فناوری بلاکچین می‌تواند با ارائه زیرساخت مناسب سلامت رأی‌گیری در مجامع عمومی شرکت‌ها را تضمین کند. در عین حال ادعا می‌شود این تکنولوژی می‌تواند شرایط برای اجرای سایر کارکردهای مجامع عمومی را نیز فراهم کند.

❖ **۴. امور حسابداری و حسابرسی:**
یکی دیگر از مزایای فناوری بلاکچین، ایجاد تحول در امور حسابداری شرکت‌ها با استفاده از تکنولوژی دفترکل توزیع‌شده است. چنین سازوکاری نیاز به سیستم‌های حسابداری سنتی موجود را کاهش می‌دهد؛ بنابراین می‌توان با به‌کارگیری قراردادهای هوشمند، از بروز بسیاری از دعاوی آتی پیشگیری کرد و نظارت بر امور مالی و حسابرسی را کاهش داد. در کنار اینها موارد دیگری مانند امکان شناسایی سهام‌داران را هم به‌عنوان یکی دیگر از مزایای فناوری بلاکچین در تحقق اهداف حاکمیت شرکتی برمی‌شمارند. هرچند در محافل عمومی، فناوری بلاکچین با موضوع رمزارزها شناخته می‌شود، اما این دستاورد بشری می‌تواند کارکردهای دیگری هم داشته باشد که هنوز اجرایی و عملیاتی بودن آنها به‌بوته نقد و بررسی گذاشته نشده است. همین امر سبب می‌شود بسیاری از نقاط منفی و نقایص کارکردی آنها هنوز ناشناخته باشد و نتوان با قطعیت در خصوص کارآمدی به‌کارگیری آن در تضمین اجرایی شدن اصول حاکمیت شرکتی اظهارنظر کرد. اما آنچه مشخص است این است که زمینه‌های جدی برای مطالعه نحوه اجرایی کردن اصول حاکمیت شرکتی در وهله اول برای شرکت‌های بورسی و سپس سایر شرکت‌ها وجود دارد. نهادهای رگولاتور بازار سرمایه مانند سازمان بورس و اوراق بهادار می‌توانند با بررسی آنها شرایط بهبود وضعیت حاکمیت شرکتی برای سهام‌داران را فراهم کنند.



شماره ۴
دی ۱۴۰۰
سال اول



← **سماجت تارانتینو**
کوئنتین تارانتینو، کارگردان فیلم «داستان عامه‌پسند» گفته با وجود دادگاهی که شرکت میراماکس دنبال می‌کند، ان‌اف‌تی این فیلم را ارائه خواهد کرد!



← **جذب سرمایه جدید لایوپیر**
آلن هوارد، میلیارد حوزه فناوری روی پروژه لایوپیر که یوتیوب وب ۳ نامیده می‌شود، سرمایه‌گذاری کرده است.
جذب سرمایه این پروژه اکنون ۴۸ میلیون دلار شده است.



← **تمجید از اتریوم**
گزارش جدیدی از تحلیلگران جی‌پی‌مورگان می‌گوید اتریوم و پلتفرم‌های نرم‌افزاری مشابه بلاچینی، آینده بزرگ‌تری را در این فضا انتظار خواهند کشید.



← **جذب سرمایه سروم با هدف گسترش سولانا**
سرومنت‌ورک که روی توسعه شبکه سولانا کار می‌کند، اعلام کرده ۱۰۰ میلیون دلار سرمایه جذب کرده است.



مشکل جک دورسی با «وب ۳» چیست؟

از دید بنیان‌گذار توئیتر خطر انحصار و مرکزگرایی ادامه خواهد داشت

زمینه‌ساز مرکزیت‌زدایی خواهد شد و نمی‌توان عموم کسب‌وکارهایی را که به آنها برچسب وب ۳ زده شده، به‌طور مشخص به یک بلاچین یا یک واحد ارزشی واحد متصل دانست. اما در این بین هستند عده‌ای که می‌گویند در جنگ با وب ۳، دورسی به بسیاری از خدمات معتبر دیفای و قراردادهای هوشمند نیز حمله کرده است.

دورسی که یکی از بزرگ‌ترین طرفداران بیت‌کوین است، قبلاً گفته که باور دارد روزی این رمازر جایگزین دلار آمریکا در جهان خواهد شد. در عین حال دورسی بیان کرده که ماهیت جهان‌شمول بلاچین اتریوم به یک فرایند دائمی بی‌ثبات منجر خواهد شد، چراکه از خدمات غیرقانونی تا ان‌اف‌تی‌ها تا خدمات مالی غیرمتمرکز؛ همگی بازارهای متلاطم و جداگانه‌ای هستند که نوسان دائمی آنها اتریوم را دچار ضعف خواهد ساخت. دورسی همچنین احتمال بالاتر رفتن قیمت اتریوم از بیت‌کوین را صفر دانسته، این در حالی است که اتریوم در دید بسیاری نیروی اصلی برای پیشرفت بسیاری از حوزه‌های مختلف رمازری و وب ۳ است.

نگرش دورسی همواره درباره رمازرها در عین پذیرش، محافظه‌کارانه بوده است. با وجود حمایت بی‌چون‌وچرای دورسی از بیت‌کوین، عدم تطبیق این رمازر با بسیاری از خدمات جدیدتر بلاچینی، مصرف‌بالای انرژی ماینینگ آن و ممنوعیت آن در کشورهایی نظیر چین، پیش‌بینی دورسی درباره تبدیل شدن این رمازر به ارز اصلی جهان را در هاله‌ای از ابهام فرو می‌برد.

«وب ۳» اصطلاحی است که فعالان بلاچین به تغییرات اعمال‌شده توسط این فناوری در فضای وب اطلاق می‌کنند. از دید آنها، وب ۳، نسل سوم وب و شروع فرایند گسترده مرکزیت‌زدایی و دموکراتیزه‌شدن فضای وب؛ از شبکه‌های اجتماعی گرفته تا خدمات مالی آنلاین است.

دورسی به شکل عمومی، رک و صریح گفته است که از نظر او خدمات وب ۳ آن‌طور که به شکل عامیانه فرض می‌شود، مرکزیت‌زدایی نشده و حتی در چینی فضای جدیدی نیز توسط بخش نه‌چندان بزرگی از سرمایه‌داران کنترل و عرضه می‌شود. دورسی در یکی از پست‌های توئیتری خود می‌گوید: «وب ۳

مال شما نیست. سرمایه‌داران مالک آن‌اند و هرگز هم از چنگ آنها خارج نمی‌شود. نهایتاً وب ۳ تنها یک ساختار مرکزیت‌طلب با یک برچسب و نام متفاوت است.»

← **وب ۳ یک افسانه است؟**
جالب اینجاست که جک دورسی تنها سوپرستار فضای رمازری نیست که چنین نظری دارد. ایلان ماسک نیز در توئیتی گفته است: «وب ۳ یک افسانه است. من نمی‌توانم وب ۳ را پیدا کنم. کسی وب ۳ را دیده؟»

پس از کمی فکر کردن می‌توان به این نتیجه رسید که شاید چنین نظراتی چندان هم دور از واقعیت نیستند. در نهایت بلاچین و هر واحد ارزشی که روی آن میزبانی می‌شود،

از وقتی جک دورسی، یکی از بنیان‌گذاران و مدیرعامل توئیتر اعلام کرد که این شرکت را ترک کرده، اظهارنظرهای جنجالی وی که سابقاً هم کم نبود، از همیشه بیشتر شده

است. دورسی که حالا به‌طور کامل خود را وقف پلتفرم بلاک (سابقاً اسکوتر) کرده، اخیراً نظراتی در حمایت از رمازرها و خصوصاً بیت‌کوین و اتریوم ابراز کرده است. بنابراین جای تعجب است که دورسی - که حالا کارش سروکله‌زدن تمام‌وقت با بلاچین و رمازرهاست - به نقد شدید مفهوم وب ۳ پرداخته است. در این بین بسیاری از دنبال‌کنندگان رمازرها گیج شده‌اند. وب ۳ محصول بلاچین است و کار دورسی نیز بلاچین است. پس مشکل کجاست؟

ریشه این نظرات فراتر از تجربه دورسی و مربوط به یکی از دیرینه‌ترین درگیری‌ها در فضای رمازرهاست. در بازارهای غربی، بسیاری از رمازرها مانند تیم‌های ورزشی حمایت می‌شوند و در این بین بخشی از هواداران بیت‌کوین نگرشی انحصاری نسبت به نقش این رمازر انقلابی در فضای کلی تر رمازرها دارند. تنش‌ها در چنین فضایی پس از رونمایی از اتریوم در سال ۲۰۱۴ بیشتر شده است. امکانات گسترده اتریوم و شبکه‌هایی که روی بلاچین عظیم آن میزبانی می‌شود، نظیر قراردادهای هوشمند، دیفای و... به مذاق طرفداران افراطی بیت‌کوین اصلاً خوش نیامده است؛ هوادارانی که در کمال تعجب به نظر می‌آید جک دورسی نیز در میان آنهاست. اما وب ۳ چیست؟

دشمن سرسخت رمازرها در آمریکا حالاً مشاور شرکت‌های این حوزه شده است

رئیس سابق SEC؛ مدافع امروز رمازرها!

← جی کلایتون، رئیس سابق کمیسیون بورس و اوراق بهادار ایالات متحده آمریکا (SEC) پس از پیوستن به هیئت مشاوران دو شرکت کریپتویی؛ فایر بلاک و مدیری‌ت دارایی دیجیتال وان ریور، آن هم ماه‌ها پس از اتهام‌زدن به ریپل و دو بنیان‌گذار آن دوباره در کانون توجه علاقه‌مندان به ارزهای دیجیتال قرار گرفته است.

← رئیس سابق SEC گفته وقتی در دسامبر ۲۰۲۰ سمت دولتی خود را ترک کرده، انتظار نداشته در شرکت‌های حوزه دارایی‌های دیجیتال سمتی داشته باشد.

او گفته که موافقت کرده به این شرکت‌ها مشاوره دهد؛ زیرا پس از صحبت با بنیان‌گذاران آنها تحت تأثیر درک و رویکرد آنها نسبت به نوسازی زیرساخت‌های مالی قرار گرفته است.

← اقدام SEC علیه ریپل و «برد گارلینگ هاوس»، مدیرعامل آن، باعث افت شدید این ارز دیجیتال شد. کاری که کلایتون زمانی که یک مدیر دولتی بود علیه ریپل کرد، همچنین باعث خشم بسیاری از حامیان این رمازر شد. آنها تأکید داشتند کلایتون در این ماجرا سوگیرانه تصمیم‌گیری کرده است.



شماره ۴
۱۹ دی ۱۴۰۰
سال اول

رمزارزها درک عموم از پول را تغییر دادند

چگونه رمزارزها در حال تغییر سازوکار ما با سرمایه هستند؟

در سال گذشته، شاهد ورود شرکت‌های بزرگ به عرصه رمزارزها و رقابت شدید آنها برای مارکتینگ مؤثر در این حوزه بودیم؛ تا حدی که بسیاری حالا رمزارزها را بخشی جدایی‌ناپذیر از جریان اصلی بازار می‌دانند. در این بین، «پم کرامر»، مدیرکل بخش مارکتینگ آنلاین شرکت رمزارزی Voyager Digital با رافراتر گذاشته و می‌گوید که رمزارزها به‌طور بنیادی در حال آموزش و متحول کردن درک عوام از مفهوم پول و سرمایه هستند.

او می‌گوید: «خدمات مالی برای مصرف‌کنندگان حوزه‌های مختلف، همواره خود به‌عنوان بخشی از فرایند تبلیغات مورد استفاده بوده و در رسانه‌ها نیز همیشه اقبال داشته است. حالا در این بخش شاهد ورود رمزارزها و دگرگونی گونه برخورد مردم و خدمت‌رسان‌ها با سرمایه به شکل بنیادی هستیم.»

شرکت وویجر که خود میزبان یکی از سامانه‌های اصلی تبادل رمزارزهاست، در سال ۲۰۲۱ کارزار گسترده‌ای شامل محتوای ویدئویی برای تبلیغ و افزایش درک عمومی درباره رمزارزها را شروع کرد؛ کارزاری که کماکان در حال رشد است و در سال ۲۰۲۲ با قدرت بیشتری به رشد خود ادامه خواهد داد. کرامر ادامه می‌دهد: «برقراری ارتباط با اینفلوئنسرها و چهره‌های عمومی برای رمزارزها معجزه کرده است. وقتی یک شهروند آمریکایی در تلویزیون مصاحبه‌های امثال ایلان ماسک یا فوتبالیست معروف «ران گرانکوفسکی» را درباره رمزارزها و ان اف تی‌ها می‌شنود، گوش خود را تیز می‌کند و سپس درباره آن تحقیق خواهد کرد و احتمال زیادی وجود دارد که خود در حوزه رمزارزی فعال شود. سابقاً بخش بزرگی از بازار سرمایه در پشت درهای بسته و انحصارطلبانه وال استریت و امثال آن مانند یک راز خانوادگی محفوظ بود. حالا با رمزارزها همه می‌توانند به هر مبلغی که می‌خواهند سرمایه‌گذار باشند. اکنون افراد معمولی برای اولین بار به‌راحتی سرمایه‌گذاری می‌کنند، برای حفظ آن خود را آموزش می‌دهند و با جنبه‌هایی از این بازار و مفهوم پول

مواجه می‌شوند که در گذشته امکان آن وجود نداشت.» قرارداد هنگفت سایت رمزارزی مشهور Crypto.com با تیم بسکتبال لس آنجلس لیکرز برای حق نام‌گذاری استادיום مشهور این تیم به ارزش ۷۰۰ میلیون دلار، یکی دیگر از مثال‌های همه‌گیری روزافزون رمزارزها در میان جریان اصلی بازار است. کرامر می‌گوید از چنین راه‌هایی تعداد کاربران فعال در بازار رمزارزها طی چهار سال آینده از رقم فعلی چندصد میلیونی به چند میلیارد خواهد رسید. او در این مورد می‌گوید: «این کاربران چندمیلیاردی احتمالی در آینده، از طریق سامانه‌های مختلفی وارد بازار خواهند شد. یکی از بزرگ‌ترین نقاط قوت رمزارزها و شاخه‌های فرعی آن این است که حداقل در حال حاضر ظرفیتی برای انحصارطلبی در آن وجود ندارد و هر کسی می‌تواند به‌راحتی وارد آن شود. فکر می‌کنم طی ۱۲ تا ۲۴ ماه آینده تلاش‌های برندهای مختلف؛ از ابرشرکت‌ها گرفته تا رقبای کوچک، کم‌کم دچار دگرگونی از یکدیگر شود و شاهد شکل‌گیری برندها هر کدام از آنها به شکل مجزا باشیم که در ادامه به شکل‌گیری اقشار مختلف رمزارزی و خدمات مختص آنها منجر خواهد شد. تنها شرکتی که می‌توانم بگویم با موفقیت توانسته چنین برند انحصاری‌ای برای خود در بازار رمزارزی دست‌وپا کند، «متا»ست.»

یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها برای رمزارزها موفقیت در انتقال پیام، کارایی و رساله این فناوری به اقشار و مخاطبان در سراسر طیف جامعه در وضعیتی است که بازار این فناوری توسط شوخی‌های اینترنتی، گمانه‌زنی‌ها و اطلاعات غلط اشباع شده است. کرامر می‌گوید: «در این باره، فقط بحث آموزش مطرح نیست. در حوزه‌ای مانند رمزارزها، فاصله بین مفاهیم کمک و آموزش تقریباً به‌طور کامل از بین می‌رود و شرکت‌ها و اینفلوئنسرها به‌طور یکسان در این باره مسئولیت دارند. ما هم قصد داریم در کنار سامانه‌ای برای تبادل رمزارزها، به اصلی‌ترین مرکز برای آموزش و کمک درباره رمزارزها از طریق کارزارهای مختلف تبدیل شویم.»

کلایتون تنها مدیر دولتی آمریکایی نیست که پس از ترک دولت وارد صنعت رمزارزها شده است.

این روزها مدیران دیگری هم که قبلاً لباس دولت بر تن داشته‌اند، وارد شرکت‌های حوزه رمزارز شده‌اند. از جمله «برایان بروکس»، سرپرست سابق واحد پول ایالات متحده که پس از مدتی کار در دفتر آمریکایی بایننس در دسامبر ۲۰۲۱ به هیئت‌مدیره وویجر دیجیتال پیوست.

نکته جالب این است که دشمن سرسخت سابق رمزارزها حالا به مدافع آنها تبدیل شده

برد گارلینگ هاوس، مدیرعامل این شرکت، در توییتهی درباره این مقاله نوشت: «آقای کلایتون در زمان حضور در SEC صنعت کریپتو را خفه کرد، اما اکنون از دولت می‌خواهد که پذیرش این فناوری را تسهیل کند!»



شماره ۴
۱۹ دی ۱۴۰۰
سال اول

بررسی REVIEW



مهم‌ترین روندهایی که در بازار کریپتوکارنسی در یک سال آینده شاهد خواهیم بود

۲۰۲۲؛ سال بلوغ رمزارزها

ماینینگ سبز

یکی دیگر از حوزه‌هایی که بسیاری در انتظار بلوغ بیشتر رمزارزها در آن هستند، حوزه ماینینگ و خصوصاً ماینینگ سبز است. طی سال‌های اخیر بحث میزان انرژی مورد مصرف برای تولید رمزارزها، کشورها، افراد و سازمان‌های بسیاری را علیه این فناوری متحد کرده است. دلیل اصلی بیان شده برای ممنوع کردن بیت‌کوین در چین نیز همین موضوع ذکر شد. با وجود بالا بودن این انرژی مصرفی، بسیاری از شرکت‌های فعال در این حوزه، مانند Riot Blockchain به سرعت در حال شناسایی الگوریتم‌های ساده‌تر و بلاکچین‌های مؤثرتری هستند که می‌تواند موضوع آلودگی ایجادشده توسط رمزارزها - که به عقیده بسیاری آخرین نکته منفی درباره رمزارزهاست - را برای همیشه حل کند.

کشورها و رمزارزها

یکی دیگر از پدیده‌های جالب شروع شده در سال ۲۰۲۱ که دنبال کردن آن در سال ۲۰۲۲ نیز بسیار جذاب خواهد بود، بحث کشورهایی است که به دنبال السالوادور شروع به پذیرش رسمی رمزارزها خواهند کرد. «نجیب بقیله»، رئیس‌جمهور السالوادور با حکم ریاست‌جمهوری، این کشور را به اولین کشوری تبدیل کرد که رمزارز بیت‌کوین را به‌عنوان واحد ارزش قانونی مورد پذیرش قرار داد. حرکتی که بسیاری باور دارند که سایر کشورها نیز به‌زودی در راه آن قدم خواهند داشت.

در این بین، اقتصادهای در حال رشد آمریکایی لاتین، همان کشورهای پیشرو برای رسمی کردن رمزارزها در سال ۲۰۲۲ هستند. کشورهایی مانند برزیل، پاناما، پاراگوئه و آرژانتین قطعاً ارزش دنبال شدن در اخبار رمزارزها را در سال ۲۰۲۲ خواهند داشت. در این بین و در پی جنگ داخلی میانمار، دولت تبعیدشده این کشور که همچنان در جنگ درگیر است، استیبل‌کوین تتر را به‌عنوان رمزارز خود معرفی کرده است.

رشد عظیم رمزارزها در سال ۲۰۲۱ و شکل‌گیری و توسعه فناوری‌های انقلابی مانند ان اف تی از دل آن، بدون شک این حوزه را در سال ۲۰۲۱ از همیشه بالغ‌تر و دسترس‌پذیرتر کرده است. هرچند همچنان در راه رمزارزها موانع قابل توجهی وجود دارد، بسیاری باور دارند که رمزارزها و خاصیت سودبخش آنها زمینه‌ساز طبقه اقتصادی جدیدی در جامعه بین‌الملل شده است. با وجود ظهور چنین طبقه‌ای از دنبال‌کنندگان رمزارزها و پیشرفت توقف‌ناپذیر رمزارزها، سال ۲۰۲۲ می‌تواند سالی باشد که رمزارزها به سطحی بی‌سابقه از بلوغ و رشد برسد.

صندوق‌های قابل معامله بیت‌کوین

یکی از اصلی‌ترین امکانات جدید که بسیاری پس از انفجار ان اف تی‌ها چشم به آن دوخته‌اند، «ای اف تی» یا صندوق قابل معامله است. اولین ای اف تی بیت‌کوین در آمریکا پس از دریافت مجوز از دولت این کشور وارد بازار شد. سهم استراتژی شرکت Proshare حالا در قالب یک ای اف تی در بازار سهام نیویورک فهرست شده است. موفقیت این نوآوری تاکنون خیره‌کننده بوده است؛ در روز اول معاملات، سهم خرید آن فراتر از یک میلیارد دلار رفت و به بزرگ‌ترین روز اول یک ای اف تی در تاریخ بازار سهام نیویورک در وال استریت تبدیل شد.

موفقیت بزرگ برای بیت‌کوین و پرورشیر که بدون مجوز کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا (SEC) ممکن نبود، نشانه بزرگی از پذیرش رمزارزها در سطوح بالاتر ساختار سیاسی است، با این حال صحبت از قانون‌گذاری برای سال آینده در رسانه‌ها موج می‌زند. گری گنسلر، دبیر این کمیسیون می‌گوید: «درباره عرضه ای اف تی بیت‌کوین به‌طور خاص، نتوانستیم مشکلی را پیدا کنیم که برای کسی خطری در وال استریت ایجاد کند و به همین دلیل هم مجوز عرضه داده شد، اما قطعاً صحبت‌هایی که درباره قانون‌گذاری و امن‌تر ساختن کارکرد رمزارزها مطرح است، در سال پیش رونگ‌وبوی عملی خواهد گرفت. چه در کنگره، چه در سنا و چه در دفتر ریاست‌جمهوری، افراد زیادی به این سو گرایش دارند. خیلی‌ها تصور می‌کنند صحبت از قانون‌گذاری، حرف ضدکریپتو است، اما این‌طور نیست. من طرفدار رمزارزها و همچنین طرفدار قانون‌گذاری بیشتر هستم.»



مدیرعامل صرافی اکسیر از پیش بینی خود هم درباره قیمت بیت کوین و هم ورود کاربران جدید به این بازار می گوید

احسان قاضی زاده، مدیرعامل و از بنیان گذاران صرافی اکسیر یکی از چهره های شناخته شده، فعال در صنف و البته قدیمی حوزه رمزارزها در ایران است. او در گفت وگویی با ضمیمه رمزارز کارنگ از تحولاتی که طی چند سال گذشته در این بازار دیده، گفته و تأکید کرده با هر متر و معیاری که بسنجیم، هم بازار کریپتو و هم صنف آن در ایران بالغ تر و بزرگ تر شده است. او از پیش بینی خود برای ورود کاربران جدید به این حوزه می گوید و البته از خوش بینی اش برای اینکه حاکمیت با فعالان کسب و کاری و کارآفرینان حوزه تبادل همراهی بیشتری کند و فرصت های این حوزه برای کلیت اقتصاد کشور را زودتر و بیشتر تشخیص دهد و به کار گیرد.

به نظر من اولین گام به رسمیت شناختن حق مالکیت دارایی دیجیتال توسط حاکمیت است. دولت باید بپذیرد که همان طور که یک شهروند ایرانی مالکیت یکسری دارایی را دارد، مالکیت دارایی دیجیتال هم باید به رسمیت شناخته شود. به نظر من این گام اول است و اقدامات بعدی مثل سازمان دهی ها و رگولاتوری ها و تنظیم چارچوب ها و صدور مجوز از دل این گام و این واقعیت بیرون می آید. این اتفاق نیز از رویکرد و بینش افراد نشئت می گیرد. این مسئله باید در ذهن افرادی که سیاست های کلان مملکت را تعیین می کنند، پذیرفته شود. یک ایرانی علاوه بر اینکه سکه و زمین و پول دارد، حق دارد با پول خودش، پول درست و مالیات داده خودش، صاحب دارایی دیجیتال هم بشود. تازمانی که این مسئله حل نشود، این وضعیت خاکستری ادامه پیدا خواهد کرد. ضرر این وضعیت هم به کاربر و هم به کسب و کارها وارد می شود. وقتی چارچوبی نباشد و فضا در حوزه کسب و کار آناشیشستی باشد، فضای کسب و کاری نهادینه شده در بلاکچین و رمزارزها رگوله نمی شود. این فضا باید چارچوب و الزاماتی داشته باشد که در نهایت به نفع خود کامیونیتی و صنف باشد.

با توجه به تجربه خودتان فکر می کنید کدام نهاد یا نهادها در حال حاضر صلاحیت و حتی مأموریت بیشتری برای رگولاتوری این فضا دارند؟ نهادهایی که در سایر جهان هم در حوزه رمزارز کنشگر و بازیگر بوده اند. ساختار حاکمیتی کشورها متفاوت است، اما بر اساس

دهد. در حوزه تبادل هم شما وقتی صاحب کوین، توکن یا نوع دیگری از رمزارز باشید، در واقع صاحب نشانه ای از یک ارزش شده اید. از بیت کوین گرفته تا توکن های ناشناخته، همگی فی نفسه در حال نمایندگی یک ارزش هستند. این در ذات بشر است که بخواهد ارزش های مختلف را با هم تبادل کند. ذات تبادل چیزی نیست که بخواهیم بگوییم در جو بازار هست یا به صورت مصنوعی ساخته شده است. بشر از قدیم به دنبال کسب ثروت بوده است. در حال حاضر یکی از زمینه ها و بازارهای مالی همین بازار رمزارزها، رمزارزها و حتی رمزارزش هاست و فارغ از اینکه کاربران چقدر به فلسفه کوین و قضیه پشت دارایی هایی که دارند، واقف هستند، در حال خرید و فروش اند.

در تمام دنیا هم حوزه تبادل بسیار محبوب است و تالایه های پایینی جامعه نفوذ کرده است. شاهد این گفته من هم اپلیکیشن های بزرگی چون رابین هود و ایتورا هستند که ورود افراد کم سواد را به این حوزه آسان تر کرده اند. نه تنها در حوزه رمزارز، بلکه در بازارهای مالی خواسته اند که ضریب نفوذ را بیشتر کنند. پس بازار تبادل لاجرم به سمت پرمخاطب شدن رفته و خواهد رفت. ولی چون در کشور ما پول و منابع دیگر در دست دولت است و کارهای مطالعاتی برای رسیدن به درآمد به زمان نیاز دارند و همیشه دولت ها هستند که باید این حمایت های مالی را انجام بدهند، هنوز کسی در این حوزه برای داخل کشور کاری نکرده است. یعنی ما از تبادل و ظرفیت های آن برای کشور غافل شده ایم.

چالش اصلی ما در حوزه تبادل چیست؟

هم بسیار رشد کرده، اما می توانست با بخش خصوصی همگام تر باشد. بحث دیگر در مورد فضای آکادمیک کشور است که در آن رشد و علاقه و همسو بودن را نمی بینم. تمام اتفاقات مثبت و رویه جلو کاملاً در بخش کسب و کاری یا غیرانتفاعی است. من دو بخش را در نظر گرفته ام که یکی بخش مردمی و آن جی او هاست که خوب پیش رفته، ولی بخش دیگر که دولتی و آکادمیک است، متأسفانه عقب مانده است.

نکته مهمی که در این فضا می بینیم این است که ظرفیت کسب و کاری اکوسیستم رمزارز و به طور کلی بازار رمزارز برای بخشی از فعالان تجارت الکترونیک در ایران بیشتر نمایان می شود. اتفاقاتی هم در حال رخ دادن است که به نظر من بیشتر در حوزه صرافی ها و تبادل بوده است. اهمیت این بخش از بازار رمزارز برای کلیت اکوسیستم بلاکچین چیست؟ یعنی تبادل چه اهمیتی دارد و چرا باید آن را مهم بپنداریم؟

ابتدا باید در مورد دو موضوع صحبت کنیم. ما اول باید از این موضوع که رمزارز و بلاکچین، صنعت زنجیره تأمین، صنعت پزشکی و املاک را دگرگون می کند، عبور کنیم. متأسفانه در سال های اول وقت این کامیونیتی و مدیران صرف این مسئله شد که ما چرا باید فقط این قضیه را در حوزه مالی رشد و نمو بدهیم. اما واقعیت این است که نگاه همه این تکنولوژی ها به بحث های مالی و انواع و اقسام سرویس های مالی است. این فناوری آمده تا در قدم اول حوزه مالی را تحت تأثیر قرار

فکر می کنم شما از سال ۱۳۹۵ در این حوزه فعالیت دارید. اگر برگردید و به گذشته نگاه کنید و بخواهید دوره ای را که در این فضا حضور داشته اید، مرور کنید، چه می گویند؟ این حوزه در ایران چه تغییر و تحولاتی داشته و آیا این فضا در پنج سال گذشته تغییر کرده است؟ اگر تغییر کرده، این تغییرات بیشتر در چه حوزه ای بوده است؟

چون این یک روند جهانی است، ایران را نمی توان تنها و در خلأ قضاوت کرد. قطعاً ایران هم با مسیرهای جهانی هم مسیر و همسو شده است. تغییرات فراوانی نیز رخ داده است؛ هم به لحاظ کمتی و تعداد بازیگران و تعداد کاربران درگیر و هم به لحاظ کیفی. منظورم از کیفی فقط کیفیت فنی نیست، بلکه کیفیت دانش نیز هست. ما در حال حاضر شرکت هایی داریم که به طور جدی روی دانش DLT و بلاکچین فعالیت می کنند و حتی به کسب و کار تبدیل شده اند و از حالت آکادمیک بیرون آمده اند. با وجود تمام انتقاداتی که به آن وارد است، به نظر من جامعه خوب و فعالی است. ما الان در حوزه فنی پلتفرم هایی داریم که در مقیاس بزرگی فعال هستند. OTC هایی که داریم، بسیار به روز هستند. از طرف دیگر تعداد و کیفیت اینفلوئنسر ها بهتر شده است. کاربران نیز باهوش تر شده اند. این موضوع را با عدد و رقم می توانیم ثابت کنیم که برای نمونه کاربران هم در حوزه تریدینگ و هم در حوزه دانش و ادبیات بلاکچین به بلوغ رسیده اند.

نقطه ضعف و عقب ماندگی ایران در چهار یا پنج سال گذشته دو علت دارد؛ یکی بحث های رگولاتوری است که البته آن

مشاهدات خودم طی این سال ها فکر می کنم که بانک مرکزی متولی اصلی حوزه پولی و مالی کشور است و می تواند سنگ بنای اصلی این حوزه را نیز بگذارد. در کنار آن سازمان بورس می تواند به این حوزه وارد شود و یکسری الزامات و رگولاتوری اعمال کند. معتقدم این دو نهاد کاندیداهای نزدیک به این حوزه هستند. ذهن کارشناسان و مدیران آنها به شدت آماده تر از نهادهای دیگر است. متأسفانه به نظر می آید که پیچیدگی ها و عدم اطمینان از اینکه روندهای جهانی به کدام سو می رود و قدرت های جهانی هر کدام موضع متفاوتی نسبت به این قضیه دارند، دوگانگی و تردید را برای ورود به حوزه رگولاتوری این قضیه بیشتر کرده است. ما هم در کشوری زندگی می کنیم که همیشه به بیرون نگاه می کنیم تا ببینیم متحدان و دشمنان ایران چه می کنند و موضع عکس یا همراه با آنها می گیریم. این مسئله تا حدی به این فضا ضربه زده است.

در کنار مطلبی که گفتید حوزه رمزارز را به عنوان یک حوزه صد در صد انقلابی که همه چیز را به هم می ریزد و ترس و نگرانی برای رگولاتورها ایجاد می کند، معرفی می کنند، عده ای در سمت حاکمیت این اعتقاد را دارند که این یک فضای موقت است که هیجانات سرمایه گذاری و کسب سود در آن، حوزه تبادل را بیش از اندازه بزرگ کرده است. اما همه می دانیم که این یک فضای جدید مالی است که آمده و خواهد ماند و ابزارها و مواهب آن صرفاً آن چیزی که الان می بینیم، نیست و در آینده اقتصاد نقش خواهد داشت. کدام رویکرد در ایران غالب است؟

پاسخ من دو بخش دارد؛ اول این را بگویم که در اینکه هیجانات و انرژی های کاذب دلیل ورود بعضی افراد بوده، شکی نیست، اما باید بپذیریم که بلاکچین و رمزارز یک پدیده نوظهور و منحصر به فرد در طول تاریخ است، مثل فضای اینترنت، فراموش نکنیم که همین نگاه ۳۰ سال پیش نسبت به اینترنت وجود داشت و به آن در حد بازی و سرگرمی نگاه شد و متأسفانه جدی گرفته نشد. دیدیم پای سرویس هایی که بعداً بر بستر اینترنت شکل گرفت، با چه تأخیر و مقاومتی به ایران باز شد. پس نمی شود این گونه قضاوت کرد و گفت کل این فناوری زودگذر است.

گذشته از حوزه تبادل، شاهدیم که یکسری از کسب و کارها مشکلات قبلی خود را که ربطی هم به حوزه بلاکچین و رمزارز ندارند، با این موضوع حل می کنند. همین موضوع نشان می دهد که این یک حوزه جدی است. ما می توانیم مطالبات ارزی مان را در حوزه خرد و متوسط از این طریق وصول کنیم و بسیاری از کسب و کارهایی که در دوران کرونا توانستند با کشورهای بیرون از ایران ارتباط برقرار کنند و سیستم سنتی بانکی بین المللی را پشت سر بگذارند، کارآمد بودن این حوزه را اثبات کردند.

چیزی که با کار کردن و نتیجه دادن خودش را اثبات کند، قابل اطمینان است. در کل برای نمونه بیت کوین نیز بر اساس Proof of Work برقرار است. وقتی در عمل و طی ۱۲، ۱۳ سال گذشته توانسته خودش را اثبات کند، نمی توان از آن صرف نظر کرد. همان نگاه که نسبت به فناوری مدرن وجود دارد، باید نسبت به بلاکچین هم اعمال شود و اشتباهات گذشته تکرار نشود. نکته آخر اینکه بلاکچین یک حلقه از زنجیره یک انقلاب است. اینترنت اشیا، هوش مصنوعی و اخیراً هم متاورس زاینده ذهن کاربران و هیجانات نیستند، بلکه این اتفاقات در حال رخ دادن هستند. به این نکته توجه کنید که مجموعه ای چون فیس بوک که اگر یک کشور بود،

سومین یا چهارمین کشور پر جمعیت دنیا بود، کلاً اسم کمپانی را تغییر می دهد و آن را به سمت متاورس می برد. این اتفاقاً جدی است.

یکی از حلقه های اکوسیستم آینده در کنار اینترنت اشیا، هوش مصنوعی و متاورس، حوزه رمزارزهاست. پس چیزی نیست که قابل حذف باشد. این یک کنشگر انقلابی در دنیای آینده فناوری است که می تواند تمام حوزه ها از جمله پزشکی، کسب و کارهای مبتنی بر حمل و نقل و حتی نظام های اداری را دستخوش تغییر کند. مثلاً از طریق تغییر زیرساخت های سرویس E-Government می تواند بسیاری از مسائل را تغییر دهد. پس از این حیث هم نمی توان از آن صرف نظر کرد. اینکه ما نوسانات چند ارز و کوین را به کل این فناوری تعمیم بدهیم، بی سلیقه گی است.

سمت وسوی بازار تبادل را در کوتاه مدت و بلندمدت در ایران به چه شکل می بینید؟ فکر می کنید شاهد چه تغییر و تحولات کمی و کیفی در بازیگران این فضا باشیم؟ اگر بازیگران جدیدی به این فضا اضافه شود، به چه شکل خواهد بود و کلیت این اکوسیستم در بلندمدت به کجا خواهد رفت؟

من تصور می کنم که الان به نقطه اشباع از کاربران حقیقی رسیده ایم. شاید موج اول و حتی دو موج ابتدایی آمدن کاربران حقیقی را پشت سر گذاشته ایم. یکسری بازیگر قبل از این موج ها حضور داشته اند و برخی بازیگران با ورود این دو موج اعلام موجودیت کرده اند و خودشان را تطبیق داده اند. به نظر من اگر اتفاق شگفتی از سمت حاکمیت نیفتد، مثل ممنوعیت سراسری یا جرم انگاری، موج سوم مربوط به حضور کاربران با سنین بالاتر و کاربران شخصیت های حقوقی یعنی شرکت ها خواهد بود. کاربران در سنین بالا دیرتر اعتماد می کنند و نگاه شان به کانال های رسمی است تا فضای مجازی. کاربران حقوقی هم می خواهند از این حوزه درآمد کسب کرده و ذخیره ارزش کنند. حرف ها و شواهدی وجود دارد مبنی بر اینکه شاید بتوان به صورت آزمایشی یک صندوق سرمایه گذاری در بورس که مبتنی بر رمزارز معتبر اول دنیاست، راه اندازی کرد. اگر این اتفاق بیفتد، موج سوم کاربرانی که گفتیم دیرتر اعتماد می کنند و بیشتر به فضاهای رسمی کشور

وابسته هستند، وارد حوزه تبادل می شوند. البته این روی خوب سکه است. روی دیگر و چالشی آن، همان طور که گفتم، می تواند تصمیمات غافلگیرکننده حاکمیت باشد. نکته بعدی واکنش هایی است که نظام مالیاتی کشور نسبت به این حوزه دارد و ممکن است باعث شود بعضی پلتفرم ها نتوانند خودشان را تطبیق بدهند و به پلتفرم های زیرزمینی تبدیل شوند و حتی از بین بروند. همین طور خطرات همیشگی که در صنف وجود دارد، مثل جمع شدن و رفتن یک پلتفرم. اینها چالش هایی است که در این حوزه هست. ولی در مجموع روند روبه جلو است و انتظار داریم کاربران و بازیگران بیشتری وارد حوزه تبادل رمزارزها شوند.

در مورد بازار هم لطفاً صحبت کنید. اشاره کردید که ممکن است یکسری از رمزارزهای بالای بازار بعداً در صندوق های بورسی عرضه شوند. فکر می کنید در آینده بازار رمزارزها و توکن هایی که فعلاً هستند، به چه شکل تغییر خواهد کرد؟ ترکیب صدرنشینان چطور خواهد بود؟

تصور من این است که به جز چهار یا پنج رمزارزی که سال هاست جزء ۱۰ مورد اول هستند، این فهرست دائماً

در حال تغییر خواهد بود، اما سرعت این تغییر روز به روز کمتر می شود. همان طور که نوسان قیمت بیت کوین به عنوان پرچمدار اصلی رمزارزها یا رمزاراران، کم و کمتر می شود یا حداقل دوره نوسان آن طولانی تر می شود، برای بازیگران هم همین اتفاق می افتد. زمان بسیاری از مسائل را اثبات می کند. هر چقدر از عمر این بازار بگذرد، پروژه های اسپم، بی پایه و ضعیف به طور اتوماتیک حذف می شوند. مانند بسیاری از پروژه هایی که دیگر اسمی از آنها شنیده نمی شود، با اینکه زمانی بسیار محبوب بودند.

افزون بر این، فرهنگ و دانش کاربران در حال ارتقااست. اما از آن مهم تر، جنس کاربران نیز در حال تغییر است. در سال ۲۰۱۷ هر کسی می توانست یک میتینگ روم بگیرد و عرضه اولیه انجام دهد و چند میلیون دلار سرمایه جمع کند و بعد هم خدا حافظی کند و برود. ما از آن دوره عبور کرده ایم و کاربران این فضا در حال بالغ شدن هستند.

از طرف دیگر محتوای زیادی تولید می شود، همچنین شرکت هایی هستند که پروژه ها و پلتفرم ها برای اطمینان از قابل اعتماد بودن برخی تحولات، مدام آنها را رصد می کنند. در مجموع در حال ورود به عرصه ای هستیم که چشم های بیشتری مسائل را می بینند و دنبال می کنند؛ بنابراین گمان می کنم نوسان کمتر خواهد شد و تغییرات ۲۰ بازیگر اول کم و کمتر خواهد شد. از طرف دیگر هم، کسی که متولی یک صندوق سرمایه گذاری است و به این حوزه آمده، قطعاً به دنبال حضور مقطعی نیست و قصد دارد بلندمدت در این حوزه باشد. پس هم خودش بیشتر مراقبت و مطالعه می کند و هم کاربرانی که می خواهند در آن صندوق سرمایه گذاری بکنند، قطعاً در مورد درآمد و ریسک مطالعه بیشتری می کنند.

ما در یک سال گذشته، دوره جذاب صعودی داشته ایم، اما در چند ماه اخیر مارکت ثبات تر شده و اصلاحات عمیقی را تجربه کرده است. به همین علت پیش بینی های متفاوتی وجود دارد. پیش بینی شما چیست؟ فکر می کنید در بلندمدت و در پایان سه ماهه اول ۲۰۲۲ بازار به کدام سمت خواهد رفت؟

پیش بینی من در کوارتر اول ۲۰۲۲ در مورد قیمت ریالی بیت کوین این است که قطعاً پایین تر خواهد بود. پیش بینی می کنم زیر یک میلیارد تومان و مرز ۸۰۰ میلیون تومان باشد. چون معتقدم حتی با نرخ دلار ۳۲ هزار تومانی در انتهای سال ۱۴۰۰ یا همان کوارتر اول ۲۰۲۲، قیمت بیت کوین یک گپ جدید را تجربه خواهد کرد و یک ریزش عمیق خواهد داشت، ولی قطعاً من هم مثل بسیاری دیگر انتظار دارم طی یک سال و نیم آینده برای بیت کوین وارد کانال های بالای صد هزار دلار شویم و شاهد نوسان کمتری باشیم. یعنی سقف های جدی با نوسانات کمتر.

توقع شما از هم صنفی ها و همکاران تان در اکوسیستم تبادل برای هم صادرات شدن و افزایش قدرت چانه زنی در بحث های صنفی و مطالبات چیست؟

در سه سال اخیر که با همکاران و بازیگران اصلی حوزه تبادل هم صنف بوده ایم و با هم به جلسات رفته ایم، همراهی آنها را که نیاز به حضور و رایزنی داشته، این همراهی را دیده ام و از این بابت خوشحالم. امیدوارم این همدلی و اتحاد روز به روز بیشتر شود. خدا را شکر کاراکتر و شخصیت افراد فعال در این حوزه شبیه است و همگی جوان هستند و از لحاظ آکادمیک درجات عالی دارند. فقط به دوستانم پیشنهاد می کنم همین طور با قدرت کار صنفی را انجام دهند و اهداف صنفی را به اهداف شخصی ترجیح بدهند؛ چرا که تجربه نشان داده اگر صنف قوی داشته باشیم، هم قدرت چانه زنی بیشتری در برابر حاکمیت داریم و هم نهایتاً این صنف باعث رشد و نمو کل کسب و کارها می شود.

یادداشت NOTE



چقدر نگران باشیم

اصلاح بیت کوین تمام نشده است

در نمودار توتال کریپتو که نشان دهنده حجم کل گردش در بازار است، نشانه های نزول دیده می شود و به نظر می رسد که قرار است در بازار اصلاح عمیق تری داشته باشیم. در نمودار بیت کوین هم تقریباً چنین حالتی دیده می شود؛ اگرچه احتمال دارد یکی از کف های بیت کوین ناحیه ۴۲ باشد که در روز پیش ریزش کرده و از اینجا اصلاحی به سمت بالا داشته باشد. اما کماکان حجم یاری نمی کند و مؤید این نیست که اصلاح بیت کوین که از ۶۹ شروع شده، بخواید پایان پذیرد. یعنی هنوز حجم به حدی نرسیده که بتوانیم بگوییم اصلاح بیت کوین پایان یافته است؛ بنابراین می بایست در نگاهمان به بازار، سناریوهای بعدی را نیز در نظر بگیریم. اصلاح های شدیدتری ممکن است در بازار صورت بگیرد و احتمالاً بیت کوین به ناحیه ۳۰ هزار دلار برسد.

از نظر تکنیکال این امر طبیعی است. چون حالت دوسقفی را می توانیم در نمودار هفتگی ببینیم. بیت کوین دو بار به ناحیه ۶۸ الی ۷۰ نزدیک شد، اما نتوانست از این ناحیه عبور کند. به همین علت به نظر من اصلاح به ناحیه

حدودی ۳۰ طبیعی است. البته ممکن است از همین ناحیه ۴۲، اصلاحی به سمت بالا داشته باشد و تمام کسانی که از اینجا پوزیشن شورت باز می کنند، به احتمال زیاد لیکوئید خواهند شد. چون ما هنوز روی حمایت هستیم و این حمایت هنوز شکسته نشده است. اما در بلندمدت به احتمال زیاد قیمت بیت کوین ۵۸ الی ۶۰ باشد و فکر می کنم در هر کدام از این سناریوها، چه بیت کوین از ناحیه ۴۰ الی ۴۲ برگردد و چه از ناحیه ۲۸ الی ۳۱ برگردد، به احتمال خیلی زیاد حداقل ناحیه ۵۸ الی ۶۰ را خواهد دید. ممکن است ریزش بعدی بیت کوین از این ناحیه ۵۸ الی ۶۰ اتفاق بیفتد که احتمالاً ریزش یا اصلاح بسیار بلندمدت تری خواهیم داشت. یعنی احتمالاً بازار صعودی به پایان رسیده و باید چند ماهی منتظر اصلاح اساسی باشیم. یا اینکه ممکن است بعد از ناحیه ۵۸ الی ۶۰ و اصلاح کوتاه مدت، به سمت الترهای جدید برویم.

۱۵

KARANG

کارگزاری

رگولاتوری
REGULATION

شماره ۴

۱۹ دی ۱۴۰۰

سال اول



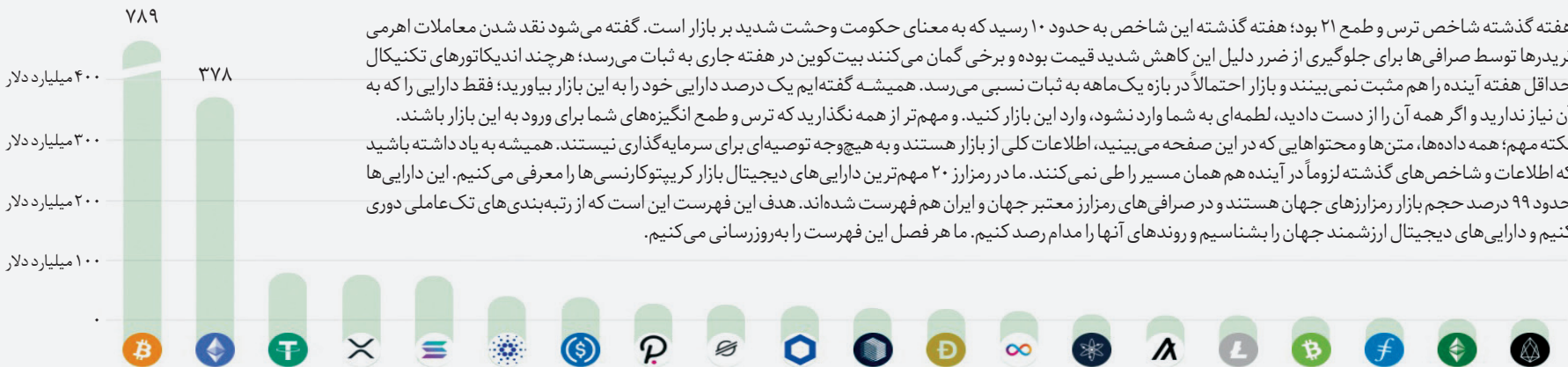
حسین غزنفاری

فعال بازار رمزارز



@Hghazanfari

رمزارز ۲۰



هفته گذشته شاخص ترس و طمع ۲۱ بود؛ هفته گذشته این شاخص به حدود ۱۰ رسید که به معنای حکومت وحشت شدید بر بازار است. گفته می شود نقد شدن معاملات اهرمی تریدرها توسط صرافی ها برای جلوگیری از ضرر دلیل این کاهش شدید قیمت بوده و برخی گمان می کنند بیت کوین در هفته جاری به ثبات می رسد؛ هرچند اندیکاتورهای تکنیکال حداقل هفته آینده را هم مثبت نمی بینند و بازار احتمالاً در بازه یک ماهه به ثبات نسبی می رسد. همیشه گفته ایم یک درصد دارایی خود را به این بازار بیاورید؛ فقط دارایی را که به آن نیاز ندارید و اگر همه آن را از دست دادید، لطمه ای به شما وارد نشود، وارد این بازار کنید. و مهم تر از همه نگذارید که ترس و طمع انگیزه های شما برای ورود به این بازار باشند. نکته مهم؛ همه داده ها، متن ها و محتواهایی که در این صفحه می بینید، اطلاعات کلی از بازار هستند و به هیچ وجه توصیه ای برای سرمایه گذاری نیستند. همیشه به یاد داشته باشید که اطلاعات و شاخص های گذشته لزوماً در آینده هم همان مسیر را طی نمی کنند. ما در رمزارز ۲۰ مهم ترین دارایی های دیجیتال بازار کریپتوکارنسی ها را معرفی می کنیم. این دارایی ها حدود ۹۹ درصد حجم بازار رمزارزهای جهان هستند و در صرافی های رمزارز معتبر جهان و ایران هم فهرست شده اند. هدف این فهرست این است که از رتبه بندی های تک عاملی دوری کنیم و دارایی های دیجیتال ارزشمند جهان را بشناسیم و روندهای آنها را مدام رصد کنیم. ما هر فصل این فهرست را به روزرسانی می کنیم.

۱۰	نماد	دارایی	توکن / کوین	قیمت (تومان)	ارزش بازار (میلیارد دلار)	بازدهی (هفته گذشته)	نوع	ارزش	مکانیسم اجماع
۱		بیت کوین	BTC	۱٫۲۰۳ میلیارد	۷۸۹	۱۱٫۹۲	ارز	طلای دیجیتال	اثبات کار
۲		اتریوم	ETH	۹۲ میلیون	۳۷۸	۱۴٫۹۶	پلتفرم نرم افزاری	کامپیوتر جهانی	اثبات کار
۳		سولانا	SOL	۴٫۲ میلیون	۴۵	۱۶٫۴۳	پلتفرم نرم افزاری	کامپیوتر جهانی	اثبات سهام
۴		ریپل	XRP	۲۲ هزار	۳۶	۱۰٫۲۴	ارز	پرداخت	قابل سفارشی سازی
۵		تتر	USDT	۲۸٫۹ هزار	۷۸	۰٫۰۳	استیبل کوین	پول نقد دیجیتال	
۶		کاردانو	ADA	۳۵ هزار	۴۱	۸٫۷۲	پلتفرم نرم افزاری	کامپیوتر جهانی	اثبات سهام
۷		یواس دی کوین	USDC	۲۸٫۹ هزار	۴۳	۰٫۰۱	استیبل کوین	پول نقد دیجیتال	
۸		پولکادات	DOT	۷۱۶ هزار	۲۴	۱۰٫۷۸	پلتفرم نرم افزاری	کامپیوتر جهانی	اثبات سهام
۹		استلار	XLM	۷٫۵ هزار	۶	۱۰٫۲۴	ارز	پرداخت	قابل سفارشی سازی
۱۰		دوج کوین	DOGE	۴٫۴ هزار	۲۰	۱۰٫۸	ارز	مم کوین	اثبات کار
۱۱		پلی گان	MATIC	۶۰ هزار	۱۵	۱۸٫۹۶	توکن کاربردی	شبکه لایه ۲	اثبات سهام
۱۲		چین لینک	LINK	۷۲۵ هزار	۱۲	۲۵٫۰۱	پلتفرم نرم افزاری	شبکه اوراکل	
۱۳		اینترنت کامپیوتر	ICP	۹۱۱ هزار	۶	۲۵٫۲۳	ارز	کامپیوتر جهانی	اثبات سهام
۱۴		لایت کوین	LTC	۳٫۸ میلیون	۹	۱۱٫۸۷	پلتفرم نرم افزاری	طلای دیجیتال	اثبات کار
۱۵		آلگورند	ALGO	۴۱ هزار	۹	۱۶٫۴۱	ارز	کامپیوتر جهانی	اثبات سهام
۱۶		بیت کوین کش	BCH	۱۱ میلیون	۷	۱۳٫۵۳	ارز	پول اینترنت	اثبات کار
۱۷		کازموس	ATOM	۱٫۰۵ میلیون	۸	۳٫۸۴	پلتفرم نرم افزاری	اپلیکیشن های بین زنجیره ای	اثبات سهام
۱۸		فایل کوین	ATOM	۸۹۴ هزار	۵	۱۲٫۸۰	پلتفرم نرم افزاری	کامپیوتر جهانی	قابل سفارشی سازی
۱۹		اتریوم کلاسیک	ETC	۸۶۵ هزار	۴	۱۳٫۵۳	پلتفرم نرم افزاری	کامپیوتر جهانی	اثبات کار
۲۰		ایاس	ETC	۸۲ هزار	۳	۸٫۳۳	پلتفرم نرم افزاری	کامپیوتر جهانی	اثبات سهام