



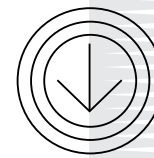
همنشینی بانک وسرمایه‌گذاری

امین آقاجانی، مدیر بازاریابی
توسعه کسب‌وکار بانکینو، از
راه‌اندازی یک سرویس جدید در
پلتفرم بانکینومی گوید

 ايجاد کارگروه تخصصی فین‌تک در بانک مرکزی نشست رئیس کل بانک مرکزی با فعالان فین‌تک ۲	 اقتصاد آفرینشگران و عصر جدید اینترنت CREATOR ECONOMY ۲	 گفتن از برند کارفرمایی کافی نیست آنچه برند کارفرمایی یک سازمان را می‌سازد ۱۲
---	--	--

تنور انتخابات اتحادیه داغ‌تر شد

حرف‌ها و نشست‌های دو
کاندیدای اصلی در هفته
گذشته این انتخابات
را وارد فاز تازه‌ای کرد



پلتفرم‌های آینده چاره‌ای جز توزیع عادلانه‌تر ثروت حاصل از محتوا نخواهند داشت

اقتصاد آفرینشگران و عصر جدید اینترنت

اقتصاد وب در حال ورود به یک عصر تازه است. اقتصادی که به آن Creator Economy یا اقتصاد آفرینشگران می‌گویند. اقتصادی که بر پایه سازوکارهای مالی‌ای می‌گردد که در آن سازندگان وب می‌توانند و باید از منافع آن بهره‌مند شوند. آفرینشگران طیف وسیعی از افرادی را شامل می‌شود که به اشکال مختلف در حال توسعه محتوایی این فضا هستند؛ از تولیدکنندگان بازی و موسیقی گرفته تا یوتیوبرهایی که در حوزه سبک زندگی، آموزش، فناوری و... مدام در حال تولید ویدئو هستند.

تفاوت این شکل جدید اقتصاد با آنچه امروز در جریان است، در فرصت‌ها و امکان‌های پول درآوردن از همه مواد و عناصری است که روزانه توسط این افراد به وب اضافه می‌شوند و آن را توسعه می‌دهند. بر خلاف مدل‌های فعلی که افراد صرفاً با دسترسی به دنبال‌کنندگان زیاد است که می‌توانند از محتوایی که تولید می‌کنند، درآمد داشته باشند، در اقتصاد آفرینشگران، سازوکارهای وب (به‌ویژه وب ۳) به شکلی توسعه پیدا خواهد کرد که اجتماع‌های مختلف (کامیونیتی‌ها) دسترسی آفرینشگران به درآمد را تسهیل خواهند کرد.

اقتصاد وب در حال ورود به یک عصر تازه است. اقتصادی که به آن Creator Economy یا اقتصاد آفرینشگران می‌گویند. اقتصادی که بر پایه سازوکارهای مالی‌ای می‌گردد که در آن سازندگان وب می‌توانند و باید از منافع آن بهره‌مند شوند. آفرینشگران طیف وسیعی از افرادی را شامل می‌شود که به اشکال مختلف در حال توسعه محتوایی این فضا هستند؛ از تولیدکنندگان بازی و موسیقی گرفته تا یوتیوبرهایی که در حوزه سبک زندگی، آموزش، فناوری و... مدام در حال تولید ویدئو هستند.

تفاوت این شکل جدید اقتصاد با آنچه امروز در جریان است، در فرصت‌ها و امکان‌های پول درآوردن از همه مواد و عناصری است که روزانه توسط این افراد به وب اضافه می‌شوند و آن را توسعه می‌دهند. بر خلاف مدل‌های فعلی که افراد صرفاً با دسترسی به



رضا جمیلی
سردبیر



@rezajamili

دنبال‌کنندگان زیاد است که می‌توانند از محتوایی که تولید می‌کنند، درآمد داشته باشند، در اقتصاد آفرینشگران، سازوکارهای وب (به‌ویژه وب ۳) به شکلی توسعه پیدا خواهد کرد که اجتماع‌های مختلف (کامیونیتی‌ها) دسترسی آفرینشگران به درآمد را تسهیل خواهند کرد.

در اقتصاد آفرینشگران بازیکنان بازی‌ها این امکان را دارند که با

توسعه و تکامل ابزارهای رمزسازی و ان اف تی هم به این اقتصاد کمک خواهند کرد تا نظام‌های مالی و پولی جدیدی هم برای توزیع ثروت حاصل از وب پیدا شود و هم مسئله غامض مالکیت معنوی آثار به سرانجام قابل اتکایی برسد. عصر تازه‌ای در راه است؛ عصری که در آن اینفلوئنسرهای احتمالاً جای خود را به کسانی خواهند داد که اجتماع‌های تخصصی آنها را قبول دارند و حمایت می‌کنند.

در نشست رئیس کل بانک مرکزی با فعالان حوزه فین تک مسائل این حوزه مورد واکاوی قرار گرفت

ایجاد کارگروه تخصصی فین تک در بانک مرکزی

از مهم‌ترین رکن‌های این بخش محسوب می‌شود. رئیس کل بانک مرکزی در بخش آخر سخنان خود پیشنهادهایی را مطرح کرد و گفت: «در اولین قدم یک کارگروه تخصصی فین تک با محوریت شرکت ملی انفورماتیک و همکاری حوزه نظارت و سایر بخش‌های فنی بانک مرکزی به همراه فعالان بخش خصوصی در حوزه فین تک تشکیل شود تا موضوعات مهم این حوزه در این کارگروه مورد ارزیابی قرار گیرد تا در هیئت عامل بانک در خصوص آن تصمیم‌گیری شود.»

صالح‌آبادی دوره پایش این کارگروه را سه‌ماهه عنوان کرد که در هر دوره شرکت ملی انفورماتیک که وظیفه راهبردی این کارگروه را بر عهده دارد، گزارش لازم را به هیئت عامل ارائه می‌دهد.

رئیس کل بانک مرکزی همچنین با اشاره به اینکه سندبناک بانک مرکزی بعد از تعطیلات عید فطر راه‌اندازی خواهد شد، گفت: «این بخش نیز برای ما بسیار مهم است؛ چراکه این بخش در نهایت موجب می‌شود تا ارائه خدمات به مردم تسهیل شود و رابطه بانک و مردم دچار تحول جدی خواهد شد.»



نشست فعالان فناوری‌های مالی ایران با علی صالح‌آبادی، رئیس کل بانک مرکزی، شنبه دهم اردیبهشت برگزار شد؛ نشست که در آن فعالان حوزه فین تک توانستند مسائل خود را برای اولین بار به صورت مستقیم با رئیس کل بانک مرکزی در میان بگذارند.

صالح‌آبادی در بخش اول سخنان خود عنوان کرد: «من معتقدم حوزه فناوری‌های مالی در موضوع بانکی بسیار مهم است و باید همفکری‌ها با فعالان این حوزه تداوم داشته باشد؛ چراکه بانک‌ها بدون نگاه به فناوری نمی‌توانند عملکرد قابل قبولی را در ارائه سرویس به مردم نشان دهند.»

او در ادامه افزود: «در صنعت بانکداری باید دسترسی مردم را تسهیل کنیم. از همین رو حوزه فناوری مالی نقش بسزایی در این زمینه دارد. بلاکچین در حال حاضر مباحث خاص خودش را وارد عرضه تبادلات مالی کرده است، همچنین شکل اعتبارسنجی تغییر کرده و پلتفرم‌های جدید نقش مؤثری در این زمینه ایفا می‌کنند.»

صالح‌آبادی در بخش دوم سخنان و پس از پایان صحبت‌های فعالان حوزه فین تک که حدود ۹۰ دقیقه به طول انجامید، گفت: «کاهش بهای تمام‌شده پول یکی از عمده‌ترین اهدافی است که به دنبال آن هستیم. از طرفی انجماد دارایی‌ها در بانک‌ها نیز بسیار زیاد است که البته خواهان تغییر این روند هستیم. همچنین روند اعتبارسنجی به نحوی باید پیش برود که تسهیلات به فرد تعلق بگیرد، نه وثیقه‌ای که فرد در اختیار بانک قرار می‌دهد.»

او در ادامه به بحث اعتبار به جای پول اشاره و تأکید کرد که این موضوع در حال حاضر بسیار مهم است. صالح‌آبادی همچنین موضوعات جدیدی همچون قراردادهای هوشمند و درآمدهای مشاع را بسیار حائز اهمیت دانست.

رئیس کل بانک مرکزی در بخش دیگری از سخنان خود به موضوع شمول مالی اشاره کرد و گفت: «شمول مالی در حال حاضر بسیار مهم است که بحث امضا و سفته الکترونیکی



شماره ۴۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم

دبیرنمایشگاه اینوتکس ۲۰۲۲ از تفاوت‌های این دوره با سال‌های گذشته می‌گوید

حضور ۴۰۰ شرکت بزرگ و کوچک در اینوتکس

استارت‌آپ‌ها، شرکت‌های دانش‌بنیان و مخترعان خواهند پرداخت. دبیر یازدهمین نمایشگاه بین‌المللی نوآوری و فناوری با اشاره به تفاوت دیگر اینوتکس ۲۰۲۲ با دوره‌های گذشته گفت: «امسال بر خلاف سال گذشته که دو استیج برگزار شد، شاهد برگزاری سه رویداد استیج خواهیم بود. یک استیج با موضوعات عمومی کسب‌وکاری در حوزه فناوری، دیگری با موضوعات تخصصی بررسی ترندهای آینده فناوری و سومین استیج نیز موضوع بررسی حکمرانی فناوریانه در حوزه دانش‌بنیان خواهد بود.»

INOTEX

سجاد عباسی فشمی، دبیر یازدهمین نمایشگاه بین‌المللی نوآوری و فناوری با اعلام خبر پایان ثبت‌نام حضور در این نمایشگاه گفت: «نمایشگاه اینوتکس ۲۰۲۲ با حضور حدود ۴۰۰ شرکت و استارت‌آپ در فضایی به وسعت پنج هزار متر برگزار خواهد شد. فضای ارائه غرفه در یازدهمین نمایشگاه بین‌المللی نوآوری و فناوری، نسبت به سال‌های گذشته افزایش یافته و با توجه به استقبال خوب شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های متقاضی، ظرفیت ثبت‌نام برای دریافت غرفه تکمیل شده است.»

فشمی در پایان افزود: «همچنین رویداد جینو که مرتبط با بازی‌سازها و گیم‌هاست، یکی از بخش‌های جذاب اینوتکس ۲۲ است که در طول چهار روز برگزاری نمایشگاه برنامه‌های متنوعی خواهد داشت. امسال اختتامیه رویداد کنز نیز با اختتامیه اینوتکس همزمان است که در آن به پژوهشگران جوان کشورهای اسلامی جوایزی اهدا خواهد شد.» گفتنی است نمایشگاه اینوتکس ۲۰۲۲ از سه‌شنبه ۲۰ اردیبهشت تا جمعه ۲۳ اردیبهشت ماه ۱۴۰۱ از ساعت ۱۰ صبح تا ۱۸ در محل پارک فناوری پردیس برگزار می‌شود.

او تصریح کرد: «در نمایشگاه امسال، حضور حدود ۴۰۰ شرکت دانش‌بنیان و صنعتی داخلی قطعی شده است. همچنین پایوبی روسیه و پایوبی هند برقرار است.» به گفته فشمی، نمایشگاه امسال با استقبال صنایع بزرگ کشور همراه بوده تا در کنار استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان برای برطرف کردن نیازهای فناورانه خود در نمایشگاه اینوتکس ۲۰۲۲ حضور داشته باشند. در این زمینه با برگزاری ریورس پیچ، صنایع بزرگ و فعال کشور در طول چهار روز برگزاری اینوتکس به معرفی نیازهای فناوری خود به



شماره ۴۷ | ۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱ | سال دوم | کارنگ؛ هفته‌نامه اقتصاد نوآوری ایران

مدیر هنری: روح‌اله گیتی‌نژاد
مدیر فنی: علیرضا کیوان
صفحه‌آرا: بهناز سعیدی
عکس: حامد کریم‌زاده، پریا امیرحاجلو
سایت: راضیه مینایی
چاپ: هنر سرزمین سبز
نشانی: تهران، جنت‌آباد جنوبی، خیابان لاله غربی، خیابان حدیث، کوچه حدیث دوم، پلاک ۸
تلفن تحریریه: ۰۲۱-۴۶۰۱۲۲۰۴
وب‌سایت: karangweekly.ir

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مینا والی
سردبیر: رضا جمیلی

دبیر تحریریه: المیرا حسینی
تحریریه: مهران امیری، عبدالله مقدمی
لی‌لی اسلامی، سپیده اشرفی، پارسا خاک‌نژاد
ترانه احمد دوست، پریسا امام‌وردیلو
زهره دودانگه



آسیاتک در بازار بورس

۳۰۰ میلیون سهم معادل ۱۵ درصد از سهام آسیاتک به عنوان نخستین عرضه اولیه قرن جدید در بورس تهران کشف قیمت شد. قیمت هر سهم ۶۶۶ تومان بود.



گلرنگ جایزه می دهد

دانشگاه گلرنگ اعلام کرده دومین دوره جایزه استارت‌آپی محمد کریم فضلی، بنیان‌گذار گروه صنعتی گلرنگ در خردادماه ۱۴۰۱ برگزار می‌شود.



سرعت اینترنت دوبرابر شود

وزیر ارتباطات در خصوص افزایش تعرفه اینترنت گفته است که افزایش قیمت باید در افزایش کیفیت تأثیر داشته باشد و اپراتورها مکلف‌اند تا سه سال آینده سرعت اینترنت را دوبرابر کنند.



سرمایه‌گذاری جدید دایان

استارت‌آپ استودیوی دایان روی بی‌فیلترا، استارت‌آپ فعال در حوزه سرمایه‌گذاری هوشمند بورس و رمزارز، سرمایه‌گذاری کرد.



شماره ۴۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



وجود دارد این است که اتحادیه به صورت سیستماتیک به شکلی درآمده که نماینده دو هلدینگ بزرگ کشور شده است. اگر اعضا را بررسی کنیم یا نماینده مستقیم هستند یا کسانی هستند که هیچ کسب‌وکاری ندارند و طبیعتاً اهداف آنها با دو هلدینگ مزبور هانگ می‌شود. در دوره جدید فقط نام نمایندگان تغییر کرده اما تناظر یک به یک وجود دارد. اینها دلایل ورود من به موضوع اتحادیه است.»

به عقیده مدیرعامل تپسی اگر اتحادیه بخواهد در مسیر قبلی خود حرکت کند، دیگر ادامه پیدا نمی‌کند و ساختار آن تغییر می‌یابد. اما شاید بتوان کاری کرد که مسیر فعلی منقطع شود و سمت اهداف درست‌تر حرکت کند.

چه می‌توان کرد؟

به گفته منشی پور یکی از موضوعات مهم جلوگیری از انحصار است. اتحادیه باید به قانون‌گذاران کمک کند در مسائلی نظیر ایجاد فرصت‌های برابر و جلوگیری از انحصار تنظیم‌گری کنند. اتحادیه وظیفه دارد به موضوعات عام رسیدگی کند. اما اتحادیه تا به حال محدود عمل کرده است. منشی پور در پاسخ به سؤال خبرنگار راه پرداخت مبنی بر پیشنهاد حضور در ائتلاف تاد توضیح داد: «در ابتدای امر بدون اطلاع من و پیشنهاد رسمی، نام را به عنوان یکی از اعضای ائتلاف قرار داده بودند و این در حالی است که اصول ذهنی من با آنچه اعضای این ائتلاف به دنبال آن هستند، متفاوت است. حتی اگر به صورت رسمی از من درخواست می‌شد در این ائتلاف حضور داشته باشم، نمی‌پذیرفتم. چرا که در این صورت باید با اهداف آنها هم‌راستا می‌شدم. در هر صورت عقیده من این است که این ائتلاف رأی نخواهد آورد.»

ایستادن در برابر انحصار و تبعیض؟

مدیرعامل تپسی از اهدافش برای کاندید شدن در انتخابات اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی و مشکلات حال حاضر این اتحادیه می‌گوید

از جمله معضلاتی بودند که بسیار سروصدا کردند اما به اعتقاد من اینها فقط نوک کوه یخ هستند. برخی مشکلات پیش آمده مربوط به ساختار و بدنه اتحادیه بود که بر اتفاقاتی که در اکوسیستم افتاد، بسیار تأثیر گذاشت.»

مدیرعامل تپسی در ادامه نشست با توضیح اینکه رسیدگی به اختلافات اعضا و شکایات مصرف‌کنندگان از اعضا دو وظیفه از وظایف اتحادیه است، عنوان کرد: «در زمانی که مباحث انحصاری و ضد رقابتی در اکوسیستم بسته شدن برخی کسب‌وکارها مطرح شد، تنها نهادی که به این ماجرا وارد نشد، اتحادیه بود. وزارت ارتباطات و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ورود کردند اما اتحادیه حتی یک جلسه هم در این خصوص برگزار نکرد. یکی از اشتباهات رخ داده موضوع شرکت با داران است. اگر اتحادیه به اختلافات و شکایات با داران رسیدگی می‌کرد، رگولاتور خیلی سریع‌تر متوجه فعالیت‌های کلاهبردانه با داران می‌شد؛ اما هیچ شکایتی به اتحادیه نرسید و در سیستم اتوماسیون اداری ثبت نشد.»

اتحادیه ضد رقابت

منشی پور عنوان کرد: «ظاهراً فرصت‌ها برای همه کسب‌وکارهای این اکوسیستم برابر نیست. اگر ساده‌انگارانه به اشتباهات و عملکرد بد اتحادیه بنگریم، به دلایلی برمی‌خوریم که برخی از آنها ساختاری، قانونی و بنیادی هستند. تبعات عملکرد بد در اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی با سایر اتحادیه‌های سنتی متفاوت است. هر دو بد هستند اما عملکرد اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی ساختار کل صنعت را تحت تأثیر می‌دهد.»

هم‌بنیان‌گذار تپسی ادامه داد: «مسئله نگران‌کننده‌ای که

چهارشنبه هفته گذشته نشست با حضور میلاد منشی پور، مدیرعامل و هم‌بنیان‌گذار تپسی، رضا قربانی، عضو هیئت مدیره سازمان نصر تهران و تعدادی از خبرنگاران این حوزه برگزار شد. موضوع اصلی این نشست، بررسی نقاط ضعف اتحادیه کشوری کسب‌وکارهای مجازی و انتخابات پیش رو و همچنین برنامه مدیرعامل تپسی برای ورود به این انتخابات بود. منشی پور در ابتدای سخنان خود با بیان اینکه یکی از مباحث مهمی که می‌تواند بخش‌های آسیب‌پذیر این اکوسیستم را تقویت کند، موضوع اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی است، عنوان کرد: «اگر اتحادیه بخواهد مانند بعضی بخش‌های مربوط به رگولاتوری و بدنه حاکمیت به شیوه یک نهاد دولتی ناکارآمد عمل کند، اوضاع بسیار نامناسبی به وجود خواهد آمد.»

چرا اتحادیه مهم است؟

مدیرعامل تپسی در توضیح تاریخ شکل‌گیری اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی عنوان کرد: «اتحادیه در بحبوحه بحرانی که برای تاکسی‌های آنلاین در سراسر کشور به وجود آمد، تشکیل شد. بسیاری از دفاتر اسنپ و تپسی در ایران پلمب شدند. انتخاب اکوسیستم در آن زمان این بود که اتحادیه‌ای تشکیل شود تا بتوان به کمک آن از نابودی استارت‌آپ‌ها در رقابت با بخش‌های سنتی جلوگیری کرد.»

میلاد منشی پور به شش ماه گذشته و دعوت اتاق از او برای ورود به اتحادیه و سروسامان دادن به آن قبل از انتخابات اشاره کرد و گفت: «در آن زمان متوجه شدم اتحادیه بیشتر از آنکه نهادی کمک‌کننده باشد، به پاشنه آشیل اکوسیستم تبدیل شده و به نوعی دارای المان‌های مشکل‌زاست. فیلترینگ، انحصار و تفهیم اتهام به اعضای هیئت‌مدیره

انتخابات اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی ۱۹ اردیبهشت ماه برگزار می‌شود

محمد خلیج: به عملکرد اتحادیه نقدهایی وارد است

اما باید به آن نمره قبولی داد

سال از تشکیل اتحادیه نگذشته و دوره گذشته اولین دوره بود و از طرفی خلأهای قانونی بسیاری نیز در این میان وجود دارد، باید به اتحادیه نمره قبولی داد و در آینده سعی خواهیم کرد با کمک و همفکری اکوسیستم و حضور خودمان مشکلات وارده را رفع و رجوع کنیم.»

خلیج با تأکید بر اینکه با وجود مهاجرت نخبگان این حوزه بنا بر دلایل مختلف همچنان ظرفیت قابل توجهی در روند اقتصاد دیجیتال وجود دارد، گفت: «بخش قابل توجهی از این ظرفیت در شهرستان‌هاست. ظرفیت شهرستان‌ها باید مورد توجه جدی قرار بگیرد و از آن نهایت بهره‌وری بشود.»

رضا الفت‌نسب هم با اشاره به انتخاب گزینه توسعه و پیشرفت توسط اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی در چهار سال گذشته گفت: «در حال حاضر برخی کسب‌وکارهای بدون مجوز در استان فارس وجود دارند. هر چند بر اساس قانون این کسب‌وکارها برای آغاز و ادامه فعالیت خود باید از اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی مجوز دریافت می‌کردند،

اعضای ائتلاف تاد در آستانه دومین دوره انتخابات اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی به شهر شیراز سفر کرده و بر استفاده از ظرفیت استان‌های دیگر کشور و لزوم خارج کردن تمرکز از تهران تأکید کردند.

محمد خلیج، مدیرعامل اسنپ که یکی از اعضای اصلی ائتلاف تاد است، در این بازدید با اشاره به اهمیت توسعه روند دانش‌بنیان بر اساس نام‌گذاری سال ۱۴۰۱ و تلاش این اتحادیه برای حفظ تعامل با حاکمیت گفت: «به‌منظور توسعه و بهبود عملکرد کسب‌وکارهای نوآورانه به نظر می‌رسد توجه و حمیت مناسبی باید ایجاد شود تا شاهد رشد قابل توجه کسب‌وکارهای مجازی باشیم.»

مدیرعامل اسنپ با رویکردی انتقادی نسبت به عملکرد اتحادیه پیشین گفت: «به عملکرد اتحادیه انتقاداتی وارد است و شاید بهتر بود بسیاری از کارهایی که ما در شرکت‌ها انجام می‌دهیم، توسط اتحادیه پیگیری می‌شد و به سرانجام می‌رسید. اما با توجه ویژه به این موضوع که بیش از چهار



اما با نگاهی به شرایط اقتصادی سعی کردیم به گونه‌ای رفتار کنیم که این کسب‌وکارها تحت فشار نباشند و امکان توسعه فعالیت حتی برای کسب‌وکارهایی که عضو اتحادیه هم نبودند، وجود داشته باشد.» در بخش دیگری از این نشست و تعامل نظری که بین فعالان اکوسیستم نوآوری شیراز و ائتلاف تاد برگزار شد، کارخانه نوآوری آزادی میزبان فعالان اقتصاد دیجیتال کشور در حوزه‌های مختلف شد و اهمیت انتخابات اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی کشور از سوی اعضای ائتلاف تاد بار دیگر مورد توجه قرار گرفت.



عکس: پریا امیرحاجلو

تلفیق گردشگری و فیلم سازی در یک کسب و کار

گفت و گو با سعید اسکندری، بنیان گذار کسب و کار توریسم فیلم که کارش تهیه فیلم های مستند از گردشگران است

سعید اسکندری ادبیات نمایشی خوانده و به گفته خودش فیلمسازی را از نوشتن آغاز کرده است. بعد از دانشگاه چند سالی در حوزه سریال سازی و تهیه کنندگی و کارگردانی در تلویزیون و بعدها مستندسازی برای پژوهشگاه فضایی کشور بوده، اما چون به عکاسی و سفر علاقه داشته، همه این ها را به یکدیگر پیوند زده و حاصلش توریسم فیلم شده است. آن ها در یکی از سفرهایی که به اروپا داشتند، به ایده توریسم فیلم می رسند. ایده ای که اساس آن نیاز به حضور شخص سوم برای فیلمبرداری و عکاسی در هنگام سفر بود. اسکندری می گوید: «در سفرمان دوربین حرفه ای همراهمان داشتیم و دوست داشتیم از لحظه ها و موقعیت های مختلفمان به صورت حرفه ای فیلم و عکس

گرفتن فیلم و عکس از وقایع و رویدادها میلی است که تقریباً در نهاد همه وجود دارد. توریست ها اما علاقه ویژه ای به ثبت کردن لحظه های سفر خود دارند. یا خودشان از خودشان عکس و فیلم می گیرند یا از دیگران می خواهند پشت چشمی دوربین قرار گیرند و از سوژه ای که خودشان باشند، فیلم و عکس بگیرند. کسب و کار «توریسم فیلم» اما این کار را به صورت حرفه ای با تجهیزات کامل و تیم تخصصی انجام می دهد. استارتاپی که سعید اسکندری و همسرش، مریم اکبری، دو سال پیش راه اندازی کرده اند تا با مستندسازی از حضور گردشگران در ایران، ظرفیت ها و جاذبه های گردشگری کشور را به جهانیان نشان دهند و برای این صنعت گردشگری ارزش افزوده ایجاد کنند.

بک دراپ (Backdrop) یک برنامه اشتراک گذاری عکس است که فناوری، رسانه های اجتماعی و سفر رفتن را با هم ادغام می کند. این برنامه که در قاره آفریقا ساخته شده، به مخاطبان کمک می کند مکان های جدید و جذاب را در اطراف خود پیدا کنند و به همین دلیل گردشگران از طرفدارهای پروپاقرص این برنامه هستند. داستان راه اندازی این اپلیکیشن از تابستان سال ۲۰۱۹ میلادی شروع شد که تیمیلهین آجیبویه، یکی از بنیانگذاران بک دراپ، با تعدادی از دوستانش درباره اپلیکیشن های سفر صحبت می کند و همان جا ایده ساخت یک برنامه متفاوت به ذهنش می رسد. آجیبویه با کمک همکارانی که پیش تر با آن ها

اپلیکیشن آفریقایی که کار پیدا کردن مکان های جذاب را برای کاربران راحت می کند
**بک دراپ: ترکیب
گردشگری تجربه گرا
و ماجراجویانه**



شماره ۴۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



فراز و فرودهای آژانس های مسافرتی
آنلاین در سه پرده

در انتظار یک بازار ۱۱۳۴ میلیارد دلاری

برای توریست ها نسبت به دهه های قبل رقم زد و به رشد بازار نیز کمک کرد.

سپس همه گیری کرونا آغاز شد
شیوع ویروس کرونا ضربه سنگینی به صنعت گردشگری زد و همین مسئله تمام این روندهای روبه رشد را متوقف کرد. متوقف شدن کامل سفرها در پنج، شش ماه ابتدای بحران همه گیری، بسیاری از شرکت های نوپای این حوزه را زمینگیر کرد و از سوی دیگر هم فعالان بزرگ و شناخته شده صنعت گردشگری برای توسعه و گسترش بین المللی محصولات و خدمات خود به راه حل های جدید مثل سفرهای تک نفره، گردشگری تجربه گرا و محلی، سرمایه گذاری بر اقامتگاه های بومی و... روی آوردند که به سرعت نیز روندهای رایج گردشگری را دگرگون کرد.

برنامه ریزی در دوران پساکرونا
همه متخصصان هم نظرند که آژانس های آنلاین گردشگری با سرعت زیادی به سمت ثبات اقتصادی و رسیدن به شرایط پیش از کرونا در حال حرکت هستند. با این حال تغییرات در شکل و ظاهر گردشگری همچنان ادامه دار است. بسیاری از کسب و کارهای این صنعت به همکاری و ادغام با همتایان خود در حوزه بین المللی گرایش پیدا کرده اند و حوزه جغرافیایی فعالیت خود را گسترش داده اند. از سوی دیگر استفاده حداکثری از فناوری های جدید به عنوان واقعیتی مهم پذیرفته شده و این کسب و کارها در راستای جلب رضایت کاربران و افزایش کیفیت تجربه سفر تلاش می کنند. رو آوردن به استفاده از تکنولوژی هایی مانند واقعیت مجازی (VR) و واقعیت افزوده (AR) از جمله روندهای جدید در این حوزه است. دیگر جریانی که آژانس ها برای دوران پساکرونا به آن توجه می کنند، گسترش دامنه عرضه خدمات و همکاری با خرده فروشی های آنلاین است که بازارشان را بزرگ تر می کند و فرصت های تازه ای به آن ها می دهد تا در فضای به شدت رقابتی گردشگری به سود بیشتری برسند. از سوی دیگر بسیاری از کشورهای در حال توسعه مانند هند، با توجه به اختلاف قیمت هزینه های پزشکی با تکیه بر بازار گردشگری سلامت در راستای احیای گردشگری خود هستند.

بنا بر گزارش Market Research Future پیش بینی می شود مجموع سهم بازار حوزه آنلاین گردشگری تا سال ۲۰۲۳ با نرخ رشد سالانه ۱۳/۱۶ درصد به ارزشی حدود ۱۱۳۴ میلیارد دلار برسد.

شرایط اقتصادی و اوضاع کسب و کار آژانس های آنلاین مسافرتی (OTA) این روزها مثل دیگر بخش های صنعت گردشگری خوب نیست و اکثر آن ها در پی جذب سرمایه برای دوران پساکرونا هستند. برای آنکه بهتر بفهمیم آژانس ها از کجا به کجا رسیده اند، وضعیت آن ها را در سه دوره پیش از کرونا، وقوع کرونا و پساکرونا بررسی می کنیم.

پیش از کرونا
در دوران پیشاکرونا کسب و کارهای آنلاین فعال در صنعت گردشگری در زمینه سفرهای سبز، سفرهای تجاری و نیز مسافرت های تفریحی دوستانه و خانوادگی بین المللی یا درون مرزی رشد بالایی را تجربه کردند. مزایایی که استفاده از آژانس های آنلاین مسافرتی در اختیار گردشگران می گذاشت، در افزایش سهم این کسب و کارها از بازار گردشگری نیز نقش زیادی ایفا کرد. از جمله این مزایا می توان به دسترسی به امکان رزرو هتل و اقامتگاه در اقصی نقاط جهان و منطبق با قوانین هر کشور، ارائه خدمات جامع و پکیج های کامل مسافرتی تنها با استفاده از یک حساب کاربری و همچنین صرفه جویی چشمگیر در وقت و هزینه اشاره کرد. عواملی چون استفاده گسترده از فناوری های پیشرفته، سیستم پخش جهانی و افزایش اتصال به اینترنت نیز در بالارفتن سهم بازار پلتفرم های آنلاین فعال در حوزه گردشگری مؤثر واقع شد. مشوق هایی که آژانس های آنلاین گردشگری برای پیروزی در رقابت بازار به پکیج های مسافرتی خود اضافه کردند، تجربه متفاوتی از گردشگری را





گفت‌وگو با محسن قادری، مدیرعامل ژیاوار گردشگری اول کسب‌وکار است بعد فعالیت فرهنگی!

به گفته قادری باید برای حضورهای بین‌المللی ایران برنامه‌ریزی دقیق‌تر و منسجم‌تری داشت و نگذاشت فرصت‌ها از دست بروند. «برای نمونه اتفاقی که قرار است در اکسپوی دبی شاهد باشیم، حضور قریب به ۳۰ میلیون گردشگر در همسایگی ایران است و این بهترین فرصت برای معرفی هرچه بهتر کشور تلقی می‌شود. مبنای بسیاری از کشورها در معرفی خود استفاده از نمادهای فرهنگی و تاریخی است. برای مثال کشور مصر این کار را در اکسپوی ۲۰۱۵ میلان به‌خوبی انجام داده بود اما برای کشور ما کاملاً شکل دیگری در جریان بود. ما نه از معماری ایرانی استفاده کردیم و نه از نمادهای فرهنگی و تاریخی کشورمان که قدمت ۲۵۰۰ ساله دارد. به نظر من رویداد اکسپو حتی از رویدادهایی مانند جام جهانی و دیگر رویدادهای ورزشی هم مهم‌تر است، چراکه تمام ملت‌ها با فرهنگ‌های بسیار متفاوت در آن حضور دارند و رنگ و نمای جامعه خود را در ویترین غرفه‌هایی که در اختیار دارند به نمایش می‌گذارند. بنابراین هیچ فرصتی بهتر از این نیست که یک کشور از این شرایط هوشمندانه استفاده کند و بتواند بالاترین بازدهی را داشته باشد. ما باید برند گردشگری خود را شکل بدهیم و در دنیا یک شعار داشته باشیم. تمامی دستگاه‌ها باید این برند را تبلیغ کنند، چراکه نزدیک‌ترین فرصت آن اکسپو ۲۰۲۰ دبی است. تمام کنسولگری‌ها و دفاتر فرهنگی ایران در خارج از کشور باید بسیج بشوند تا ما برای یک انقلاب گردشگری آماده شویم.»

مدیرعامل ژیاوار در مورد روزهای کرونا و استراتژی این کسب‌وکار برای بقا و رشد هم اینگونه توضیح می‌دهد: «بیشترین انرژی مان را در دوران کرونا بر حوزه گردشگری سلامت گذاشتیم و هنوز در این حوزه جای کار بسیاری داریم. برای مثال ایده جدیدی که در حوزه گردشگری ورودی داریم، این است که در قالب طراحی بسته‌های متنوع برگزاری تور، بخشی را به معرفی گردشگری سلامت ایران اختصاص دهیم. بخش خصوصی کار خودش را در

جهت گسترش گردشگری سلامت انجام می‌دهد و اگر بخش دولتی هم بتواند همراه شود و با استراتژی‌های مناسب راه را تسهیل کند، ایران به یک هاب گردشگری سلامت تبدیل می‌شود. در این صورت می‌تواند از ترکیه، امارات و هند و ستان سبقت بگیرد.»

محسن قادری، مدیرعامل شرکت گردشگری ژیاوار، اعتقاد دارد اگر درست برنامه‌ریزی کنیم، گردشگری ایران می‌تواند جان دوباره بگیرد. او تأکید می‌کند آسیب‌هایی که به دلیل شیوع کرونا به این صنعت وارد شد، جهان شمول بود، اما اینکه چرا این آسیب‌ها در کشور ما تأثیر عمیق‌تری داشته‌اند، مهم است. قادری می‌گوید: «مهم‌ترین علت این است که کسب‌وکارهای گردشگری ما قدرت تاب‌آوری ندارند و با اتفاق‌های مشابهی مانند شیوع کرونا نابود می‌شوند. کسب‌وکارهای عموماً نوپا نمی‌توانند در شرایط بحرانی از اندوخته‌های مالی خود استفاده کنند، چراکه اصلاً چنین اندوخته‌ای مثلاً برای دو یا سه سال ندارند. حالا باید به دنبال چرایی این موضوع بگردیم. از نظر من صدور مجوزهای بی‌حساب و کتاب یکی از علت‌های اصلی است. افراد غیرمتخصص با کسب این مجوزها عضوی از بدنه گردشگری می‌شوند و چون ریشه محکمی ندارند، شکست می‌خورند و گرنه در همین شرایط کرونا هم می‌شد کارهایی کرد. درباره مشکلاتی که پیش روی گردشگری ایران است باید بگویم مشکل نگاه حاکمیتی است که گردشگری را کسب‌وکار نمی‌داند و آن را به عنوان یک مؤلفه فرهنگی تعریف می‌کند. مؤلفه فرهنگی نمی‌تواند کسب‌وکار باشد، اما اعتقاد ما این است که گردشگری یک اقتصاد و یک کسب‌وکار است. این صنعت بسیار پول‌ساز و جذاب است و کشور ما هم پتانسیل‌های زیادی دارد. مشکل بعدی این است که گردشگری از ابتدا جولان‌گاه سیاسی کشور بوده است. یعنی جابه‌جایی‌های سیاسی که اتفاق می‌افتد، این حوزه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. امیدواریم در دوره وزارت آقای ضرغامی این مسائل را کمتر شاهد باشیم و متخصصان هاسر کار بیایند. گردشگری باید یک متولی واحد داشته باشد، نه اینکه چند نهاد مختلف در آن تصمیم‌گیری کنند. الان بسیاری از ارگان‌ها برای خودشان یک آژانس هواپیمایی و واحد گردشگری دارند. همگی هم مدعی هستند؛ دانشگاه‌ها، شهرداری‌ها و وزارتخانه‌ها همگی می‌خواهند در این صنعت دخالت داشته باشند. من اطمینان دارم با ادامه یافتن این رویه، اتفاق خوبی در کشور نخواهد افتاد.» قادری درباره راه موفقیت گردشگری هم تأکید دارد اگر خواهیم از بخش سیاست‌گذار که مهم‌ترین کلید این مسئله است عبور کنیم، داشتن یک وبسایت حرفه‌ای در کنار نیروهای متخصص اهمیت بالایی دارد. «گردشگری ورودی با ارتباطات فرامرزی پیوند خورده است. نیروها باید چندزبانه باشند، حوزه را به‌خوبی بشناسند و بدانند چگونه باید ارتباط بگیرند. در کنار نیروی متخصص، آرایش سایت هم باید برای توریست خارجی جذاب و البته کاربردی باشد که بتواند از خدمات آن شرکت استفاده کند.»

توریسم فیلم، محتوای سفارشی و تبلیغی نمی‌سازد

اسکندری می‌گوید رویکردشان در توریسم فیلم، ساخت فیلم تبلیغاتی نیست، بلکه تمام استانداردهای واقعی و مستند سفر را رعایت می‌کنند. او برای توضیح بیشتر نوع همکاری توریسم فیلم با آژانس‌ها می‌پردازد و می‌گوید: «ما با شبکه‌ای از آژانس‌ها ارتباط داریم، منتها ساختارمان متفاوت است. یعنی چنین نیست که از تورها و توریست‌ها فیلم بگیریم و آن‌ها هم این فیلم را روی بسته‌های تور خود به گردشگران بفروشند. معتقدیم در این کار باید عاشقی کرد تا کاسبی. در غیر این صورت نه توریست‌ها با ما ارتباط برقرار می‌کنند و نه محصول نهایی رضایت‌بخش است.»

او عامل تعیین‌کننده در موفقیت روانشناسی و شناخت صحیح گردشگران و فرهنگ آن‌ها می‌داند و اضافه می‌کند: «جنبه‌های فنی ساخت فیلم مستند شاید مهم باشد، اما نوع رفتار با توریست مهم‌تر است. یعنی باید به گونه‌ای رفتار کنیم که گردشگر خارجی احساس غریبی نکند، به راحتی با دوربین و گروه‌اخذ شود، در لحظه زندگی کند و صادقانه و شفاف احساس خود را نشان دهد. از طرفی نیز چون بیزینس‌مان خانوادگی است، توریست‌ها راحت‌تر اعتماد می‌کنند. ما در همان ابتدای شروع پروژه خودمان را معرفی می‌کنیم، از آن‌ها رضایت می‌گیریم و رفتارمان نیز به گونه‌ای است که بعد از مدتی، حضور گروه را در جمع خودشان احساس نمی‌کنند.»

کمک توریسم فیلم به بازار بابی گردشگری

اسکندری معتقد است مستندنگاری سفر گردشگران خارجی به شناخت بیشتر گردشگری ایران هم کمک می‌کند. او تفاوت‌های فرهنگی ایران با کشورهای دیگر را امتیازی مهم می‌داند که می‌توان با ساخت فیلم‌های مستند آن را نشان داد و برای گردشگری کشور ارزش افزوده ایجاد کرد: «مهم‌ترین رسالت توریسم فیلم این است که ایران را به دنیا نشان دهیم. بسیاری از توریست‌هایی که به ایران می‌آیند و ما فیلم آن‌ها را تهیه می‌کنیم، از سفرشان لذت می‌برند و چون مستندنگاری سفرشان را در اختیار دارند، می‌توانند آن را به اشتراک بگذارند. تلویزیون و صداوسیما هزینه‌های هنگفتی می‌کنند تا فیلمی درباره گردشگری کشور برای مخاطبان غیرایرانی بسازند، اما نهایتاً در شبکه جام‌جم به نمایش درمی‌آید که اصلاً دیده نمی‌شود. اما در مستندنگاری سفر چون توریست‌ها خودشان باز یگر فیلم هستند، طبیعتاً مایلند آن را به دیگران هم نشان دهند. با این نمایش دادن‌ها در جمع‌های دوستانه یا خانوادگی، جاذبه‌های تاریخی و طبیعی و فرهنگ و رسوم ایران هم به نمایش درمی‌آید. یعنی عملاً این فیلم‌ها تبدیل به نوعی بازار بابی برای صنعت گردشگری می‌شود.»

تهیه کنیم، اما امکان حضور هردو نفرمان در عکس‌ها و فیلم‌ها وجود نداشت. آنجا فکر کردیم کاش کسی از ما فیلم و عکس می‌گرفت و ما هم لذت حضور در لحظه و زندگی کردن در آن را از دست نمی‌دادیم. بعد از بازگشت به ایران این ایده جدی‌تر شد و با خودمان گفتیم به احتمال زیاد توریست‌هایی هم که به ایران می‌آیند با همین خلأ روبه‌رو می‌شوند و بهتر است ما این کار را برای دیگران انجام دهیم.»

همه چیز حالت طبیعی و مستند دارد

توریسم فیلم، تلفیقی است از گردشگری و فیلمسازی که در تمام طول سفر توریست‌ها را همراهی می‌کند و به مستندنگاری حضورشان در اماکن و جاذبه‌ها و موقعیت‌های مختلف می‌پردازد و تجربه‌های واقعی آن‌ها را به محتوایی ویدئویی در قالب فیلم مستند تبدیل می‌کند. اسکندری می‌گوید: «شعار ما این است که خاطرات سفر را ثبت می‌کنیم. سعی ما بر این است که به دور از شو و تبلیغات و نمایش، تجربیات روزمره توریست‌ها و حضورشان در ایران را به صورت خلاقه و در لحظه به صورت مستند ثبت کنیم. گروه فیلمسازی پایه‌پای گردشگران سفر می‌کند و از سفرشان فیلم مستند حرفه‌ای تهیه می‌کند. این نوع فیلمسازی سخت‌تر است. همه چیز حالت جنگی و مستند دارد، چیزی از پیش تعیین شده نیست و همیشه هم آماده هستیم که در موقعیت‌های مختلف از توریست‌ها فیلمبرداری کنیم. در فیلم‌هایی که می‌سازیم، خود توریست باز یگر است و بدون هیچ بازی یا اغراق‌کردنی اتفاقات و لحظات ناب ثبت می‌شود.»

مخاطبان توریسم فیلم

اشخاص، آژانس‌ها و تورها و کسب‌وکارهای گردشگری مخاطبان توریسم فیلم هستند. این کسب‌وکار هر نوع محتوای ویدئویی یا تصویری که گردشگران داخلی یا خارجی یا آژانس‌ها یا صاحبان کسب‌وکارها نیاز داشته باشند، در اختیارشان قرار می‌دهد. اسکندری در توضیح می‌گوید: «مهم‌ترین خدمات ما تهیه فیلم‌های مستند سفر برای گردشگران است. در این زمینه با برخی از آژانس‌های گردشگری ارتباط برقرار می‌کنیم و با آن‌ها قرارداد می‌بندیم که اگر گردشگری نیاز به مستند سفر داشت، این کار را برای آن‌ها انجام دهیم. سطح دیگر، ساخت فیلم به سفارش اماکن توریستی است. برای مثال اگر کسی بخواهد اقامتگاه بومگردی خود را افتتاح کند، ما به صورت حرفه‌ای و با بازیگران بومی فیلم آن را می‌سازیم و به صاحبان کسب‌وکارها می‌دهیم تا برای تبلیغات و جذب توریست از آن استفاده کنند. حتی این توانایی را داریم که اگر تورهای داخلی وارد اقامتگاهی می‌شوند و از آنجا خدمات می‌گیرند، ما فیلمشان را به شکل حرفه‌ای بسازیم.»



شماره ۴۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم

این مشکل را برطرف کرده است. به این صورت که با در اختیار قرار دادن اطلاعات مربوط به حوزه گردشگری، نیاز مخاطبان را رفع می‌کند. کاربران این اپلیکیشن می‌توانند با استفاده از هشتگ‌ها، مکان‌های خاصی را پیدا کنند و همچنین ویژگی «Backdrop Near Me» به آن‌ها اجازه می‌دهد مکان‌های دیگری را که می‌خواهند در نزدیکی مکان فعلی خود ببینند، کشف کنند. این شرکت یک تیم تحقیقاتی عکس هم دارد که این مکان‌ها را در ۲۶ شهر در سراسر جهان پیدا می‌کند، از آنجا عکس می‌گیرد و اطلاعات لازم را در کنار هر عکس وارد می‌کند.

کار کرده بود، اپلیکیشنی را طراحی می‌کند که بی‌شباهت به سایر پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی جهانی نیست، مانند تمام برنامه‌هایی که به کاربران اجازه می‌دهد عکس منتشر کنند، روی زندگی شخصی خود باشند یا میلیون‌ها فیلم کوتاه به اشتراک بگذارند برنامه‌ریزی شده بود. اما یک تفاوت مهم داشت و آن هم تخصصی بودن آن در حوزه مکان‌یابی و گردشگری بود. شما اگر در اینستاگرام یا گوگل سرچ کنید: «چگونه می‌شود...» نتایج جست‌وجو گاهی با هدف شما بی‌ارتباط است. بنابراین با اینکه این برنامه‌ها بسیار کاربردی هستند، می‌توانند شما را گمراه کنند. بک‌دراپ





پیش بینی درباره بازار تحويل غذا دهند رشد ۷۰۰ میلیون دلاری

بازار تحويل غذا در هند طی سال های ۲۰۲۲ تا ۲۰۲۶ به میزان ۷۱۶/۵۳ میلیون دلار رشد خواهد کرد.

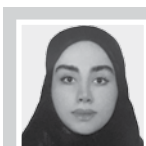
ریسرچ اند مارکت با بررسی بازار دلیوری غذا در هند پیش بینی کرده است این بازار طی سال های ۲۰۲۲-۲۰۲۶ به میزان ۷۱۶/۵۳ میلیون دلار رشد خواهد کرد. این میزان برابر با نرخ رشد مرکب ۲۸ درصدی در دوره پیش بینی شده برای این کشور خواهد بود. این مرکز با تجزیه و تحلیل جامع، اندازه گیری و پیش بینی بازار، روندها، محرک های رشد و چالش ها و همچنین تجزیه و تحلیل ۲۵ فروشنده به نتایج فوق رسیده است.

عناصر تعیین کننده در هدایت این بازار به نقل از این گزارش عبارتند از: افزایش مشارکت بین رستوران ها و ارائه دهندگان خدمات دلیوری غذا، هزینه ها و مزایای عملیاتی برای رستوران ها. این تحلیل

که با تأکید بر وضعیت سفارش ها و همچنین پرداخت ها انجام شده است، تقاضای رو به رشد مصرف کنندگان برای سفارش غذای راحت را به عنوان یکی از دلایل اصلی رشد بازار تحويل غذا در هند طی چند سال آینده معرفی می کند. این گزارش با بررسی سه حوزه «اندازه بازار دلیوری»، «پیش بینی بازار دلیوری» و «تجزیه و تحلیل صنعت دلیوری غذا» به دست آمده است. مطالعه حاضر با استفاده از ترکیبی عینی از اطلاعات اولیه و ثانویه داده های شرکت کنندگان کلیدی در این صنعت انجام شده و علاوه بر تجزیه و تحلیل تأمین کننده های کلیدی، یک چشم انداز جامع از این بازار و تأمین کننده ها به دست می دهد.



شماره ۴۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



ملیکانظری

melikanazari1919@gmail.com

سالانه در ایران

۵ میلیارد بسته

ارسال می شود!

مهدی خادمی مقدم، هم بنیان گذار پیک هاب می گوید از عدد دورقم های بازار بزرگ لجستیک می گوید که سهم شرکت پست از آن تنها پنج درصد است

اگر اکوسیستم استارتاپی ایران را همانند خودروبی فرض کنیم که با سرعتی بی وقفه در حال حرکت رو به جلوست، صنعت لجستیک، چرخ های این خودروست که بدنه و موتور را حمل کرده و راه می برد.

لجستیک بخش جدایی ناپذیر اکوسیستم استارتاپی است که زنجیره تولید را به زنجیره تأمین کالا متصل می کند. در ایران، بخش اعظمی از این صنعت توسط بازیگران سنتی و قدیمی و بخش کوچکی توسط بازیگران جدید که با فناوری های روز دنیا آشنایی دارند اداره می شود. بنابراین باید پذیرفت این صنعت هنوز سنتی و دستی است. مهدی خادمی مقدم، مدیرعامل سابق شرکت لجستیک اسپید و هم بنیان گذار پیک هاب است که شرکتی مشابه در حوزه حمل و نقل و ارسال

کالاست. او با در نظر داشتن آمار و ارقام منتشر شده از سوی منابع رسمی کشور، صنعت لجستیک ایران را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و در گفت و گوی پیش رو، افق های جدیدی درباره آمار جابه جایی بسته و بار توسط بازیگران ریز و درشت این صنعت به روی خواننده می گشاید.

در سال ۱۴۰۰ حجم جابه جایی بسته و بار در کشور چه میزان بوده و کدام شرکت ها جزو بازیگران آن بودند و هر کدام چه حجمی را جابه جا کرده اند؟

سال ۱۴۰۰ حدود پنج میلیارد بسته در سطح کشور توسط سیستم های باربری، سیستم های محلی و درون شهری، سامانه های پستی و سیستم پست باربری اتوبوسی جابه جا شده است.

پست جمهوری اسلامی که به عنوان بازیگر اصلی در عرصه لجستیک کشور شناخته می شود، در سال ۱۴۰۰، ۲۵۰ میلیون بسته را منتقل کرده، یعنی سهم این شرکت از کل ارسال ها حدود ۵ درصد بوده است. این در حالی است که آمار ارسال بار و بسته های پستی در سال ۱۴۰۰

به دلیل مسائلی همچون کرونا و تغییر فرهنگ رفتار مشتری بیش از دو برابر شده است. البته آمارهای داخلی در این بخش با آمارهای بین المللی کاملاً همخوانی دارد و صنعت لجستیک در دنیا نیز با شیوع کرونا با همین میزان رشد مواجه بوده است. با اینکه زیرساخت های لجستیکی کشور تا حدود زیادی سنتی بود، اما کرونا باعث شد این زیرساخت ها تا حدودی به روز شود و چیزی که جالب است و در رفتارشناسی مخاطب نیز دیده می شود، این است که مخاطب دیگر عجله ای برای دریافت بسته ارسالی اش ندارد یا لاقط توقع ندارد کالایی که می خرد دو ساعت بعد به دستش برسد و مؤلفه سرعت ارسال کالا فقط برای کالاهای تندمصرف مانند خریدهای سوپرمارکتی و نان ضروری به نظر می رسد.



منیره شاه حسینی

M_shah1358@yahoo.com

همان طور که گفتید شرکت پست جمهوری اسلامی به عنوان اولین بازیگر معروف و شناخته شده در ذهن مخاطب، تنها ۵ درصد از سهم بازار را در اختیار دارد. بعد از شرکت پست، دومین و سومین بازیگران این عرصه کدام شرکت ها هستند؟

دومین بازیگر این عرصه شرکت تیپاکس (زیر مجموعه هلدینگ فاخر) است. طبق اعلام این شرکت، سال گذشته حدود ۱۹/۵ میلیون بسته توسط این شرکت در سطح کشور جابه جا شده که این رقم در مقابل پنج میلیارد بسته رقم بزرگی نیست.

سومین بازیگر، شرکت کالارسان است. این شرکت به صورت تخصصی روی پست اتوبوسی کار می کند و تقریباً تمام ترمینال های کشور را به صورت انحصاری در اختیار دارد. سال گذشته مطابق اعلام شرکت کالارسان، بین ۱۷ تا ۱۸ میلیون بسته توسط این شرکت جابه جا شده است، یعنی کالارسان شانه به شانه تیپاکس جلو رفته است. این در حالی است که پست اتوبوسی در شرکت کالارسان



ساختار و اتوماسیون درستی ندارد و کاملاً به صورت سنتی کالاها را منتقل می کند. بعد از شرکت هایی که ذکر شد، شرکت هایی مانند ماهکس، چاپار و یار باکس، سهمی در بازار لجستیک ایران دارند. همچنین پلتفرم هایی مانند پستکس و تاپینگ از بازیگران این مارکت هستند و سهمی را به خود اختصاص داده اند.

آماری که از سامانه های پستی در دست است، نشان می دهد که این بازیگران نتوانسته اند سهم زیادی از بازار پنج میلیاردی ارسال مرسوله را به خود اختصاص دهند. در این مورد توضیح دهید بازیگران اصلی صنعت لجستیک چه شرکت هایی هستند و در چه جایگاهی قرار دارند؟ دقیقاً نکته جالب در این صنعت همین جاست که اگر کل آمار بازار اشتراکی (Market Share) سامانه های پستی را جمع بزنید، کمتر از ده درصد از کل بازار را تشکیل می دهند. یعنی بیش از ۹۰ درصد بازار لجستیک ایران در دو قسمت انجام می شود. یکی سیستم های سنتی مانند باربری ها که همچنان سنتی اند و هنوز به روز نشده اند و بخش عمده ای از آنان حتی سیستم و اتوماسیون ندارند. بخش بعدی، شرکت های کوچکی هستند که به شکل محلی در حال فعالیت اند. حتی برخی از آنان از حالت سنتی خارج شده و به روز کار می کنند اما محدوده جغرافیایی کوچکی برای خود در نظر گرفته اند و کار سرویس دهی را انجام می دهند. به عنوان مثال، شرکت هایی مانند اسپید، لینک، تعارف و تینکس و... محدود به تهران و نهایتاً کرج هستند.

شرکت های کوچک محلی در چه پایه و رتبه ای قرار دارند؟ آمار ارسالی سالانه آنها به چند بسته می رسد؟

در مورد شرکت های کوچک محلی نمی توان آمار دقیقی ذکر کرد، اما به طور میانگین، هر یک از این شرکت ها



آشنایی با برترین اپلیکیشن‌های تحویل غذا و کالا در برزیل

جولان دادن لجستیک‌ها در یک بازار فعال و جذاب

و شامل داروخانه‌ها، فروشگاه‌های حیوانات خانگی، فروشگاه‌های محصولات بهداشتی، عمده‌فروشی‌ها و... می‌شود.

این اپلیکیشن این امکان را دارد که برای یک تقاضای خاص یک تحویل دهنده ارائه دهد که کالایی را از یک نقطه تحویل گرفته و به نقطه دیگر ببرد. این شرکت ادعا می‌کند به منظور مدیریت بهتر، داده‌ها و اطلاعات مهم مثل اطلاعات فروش و سایر شاخص‌های عملیاتی را در اختیار شرکای خود قرار می‌دهد.

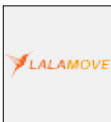
۹۹ فود



این اپلیکیشن مانند اوبر فعالیت خود را صرفاً با حمل‌ونقل مسافر شروع کرد و سپس آن را با نسخه ۹۹ فود به دلیوری غذا هم توسعه داد.

بنا بر ادعای شرکت، این پلتفرم دارای یک تیم فنی دقیق برای سازماندهی امور رستوران‌های شریک در راه‌اندازی فروشگاه مجازی است و برنامه ۹۹ استور را برای کمک به شرکا در مدیریت فروشگاه و ارائه داده‌های مربوط به عملکرد فروش و... در دسترس آنها قرار می‌دهد.

لالاموو



این شرکت هنگ‌کنگی، دلیوری اقلام مختلف را با انواع وسایل نقلیه در اندازه‌های متفاوت، از موتورسیکلت گرفته تا تریلر انجام می‌دهد. لالاموو به خاطر استفاده از لجستیک ارزان و سریع که با شبکه‌ای از ۷۰۰ هزار راننده شریک در سرتاسر جهان فعالیت می‌کند، شناخته شده است. این شرکت فقط در برزیل دارای ۵۰ هزار راننده ثبت شده و ۶۰ هزار کاربر است. لالاموو خدمات دلیوری خود را به صورت ۲۴ ساعته در هفت روز هفته ارائه می‌دهد و این امکان را در اختیار مشتریان قرار داده که محصول سفارشی خود را در همان روز دریافت کنند.

برزو دلیوری



از جمله نکات قابل توجه این اپلیکیشن، سهولت پرداخت، بهینه‌سازی مسیر و بیمه سفارش است. تمرکز برزو دلیوری روی رستوران‌ها و تجارت الکترونیک است و ضمانت می‌کند که با این پلتفرم می‌توان تا ۲۰ درصد در هزینه‌های لجستیک صرفه‌جویی کرد. این شرکت دارای ۳۰ هزار تحویل دهنده ثبت شده و ۲۵۰ هزار سفارش در ماه است.

مدتی است دیگر سفارش غذا مترادف با پیتزا یا میان‌وعده نیست. امروزه گزینه‌های سفارش غذا بسیار متنوع شده و شامل غذاهای مرسوم تا عجیب‌ترین‌ها می‌شود. همین موضوع در مورد کالاها نیز صدق می‌کند و لیست دلیوری‌هایی که می‌تواند به درب خانه‌ها برسد، تنوع بیشتری دارد. برزیل به عنوان پنجمین کشور بزرگ دنیا با حدود ۲۱۵ میلیون جمعیت، یک بازار مناسب برای هر هدف اقتصادی است. به همین دلیل است که اپلیکیشن‌های دلیوری در این کشور پهناور و پرجمعیت موفق بوده‌اند. هر چند شرایط پاندمی در دو سال گذشته در اوج گرفتن این برنامه‌ها بی‌تأثیر نبوده است. در ادامه به اپلیکیشن‌های دلیوری موفق در برزیل نگاهی می‌اندازیم.

آی فود



آی فود در حال حاضر یکی از بهترین اپلیکیشن‌های دلیوری غذا در برزیل است. این سرویس به صاحبان کسب‌وکار، وعده مدیریت تجاری آسان روی پلتفرم و افزایش ۵۰ درصدی درآمد می‌دهد. به گفته آی فود، این شرکت بیش از ۶۰ میلیون سفارش در ماه، ۲۷۰ هزار رستوران همکار و ۲۰۰ هزار نفر تحویل دهنده فعال دارد. آی فود با رستوران‌ها، شیرینی‌فروشی‌ها، نانوايي‌ها، میوه و سبزی‌فروشی‌ها، سوپرمارکت‌ها، فروشگاه‌های حیوانات خانگی و سایر فروشگاه‌ها کار می‌کند.

لوگی



لوگی شناخته شده‌ترین اپلیکیشن حمل‌ونقل کالا در برزیل است. این استارت‌آپ برزیلی بیش از ۴۰ هزار تحویل دهنده و شریک ثبت شده دارد و روزانه میلیون‌ها دلیوری در گوشه و کنار برزیل انجام می‌دهد. این اپلیکیشن علاوه بر منابع تکنولوژیک، راهکارهایی برای خرده‌فروشی و تجارت الکترونیک فراهم می‌کند که به گفته لوگی، مقیاس و سودآوری تجارت را تضمین می‌کند. با استفاده از اپلیکیشن لوگی مشتری می‌تواند وضعیت بسته سفارشی خود را پیگیری کند و از زمان دقیق رسیدن آن آگاه شود. همچنین مشتری می‌تواند هر زمان که بخواهد تاریخچه سفارش، فاکتورها و رسیدها را درخواست و چک کند.

رپی



رپی یک اپلیکیشن دلیوری است که فقط به رستوران‌ها و توزیع غذا محدود نیست

دارویی می‌شود. این بخش نیز لجستیک بسیار وسیعی دارد. به‌علاوه بخش ترانزیت را داریم که تراکنش بزرگی نیز در این قسمت در حال وقوع است. منتها این بخش نیز به شدت سنتی است. بسیاری از استارت‌آپ‌ها سعی کرده‌اند به این بخش وارد شوند، اما تا جایی که من اطلاع دارم اجازه ورود به آنها در این حوزه داده نشده و مقاومت زیادی وجود دارد؛ زیرا ترانزیت کالا حوزه‌ای به شدت آفلاین و مافیایی است.

چه تعریفی از ترانزیت وجود دارد؟

ترانزیت به بخش حمل‌ونقل سنگین گفته می‌شود. کامیون، خاور و هجده چرخ‌هایی که در سطح کشور بار جابه‌جا می‌کنند و... حمل‌ونقل ترانزیت را شکل می‌دهند. این ماشین‌های بزرگ، اجسام سنگین و حجیم را از یک محل یا از یک شهر به محل مورد نظر منتقل می‌کنند.

حجم تراکنش لجستیک بازار وسیعی

را تشکیل می‌دهد. آیا هر یک از شرکت‌ها در یک حوزه تخصصی فعالیت می‌کنند؟

بله، دقیقاً همین‌طور است. هر شرکت فعالیت خود را به یک بخش معطوف کرده است. حتی شرکت‌هایی که در بازار جابه‌جایی پنج میلیاردی سهم دارند، در حوزه‌های تخصصی جداگانه شامل فرست مایل، مید مایل و لست مایل فعالیت می‌کنند. به عنوان مثال، شرکت کالارسان فقط حوزه مید مایل را پوشش می‌دهد و کالا را در تریمینال از مشتری تحویل می‌گیرد و در تریمینال شهر مورد نظر به انبار تحویل می‌دهد و با بخش لست مایل دلیوری (تحویل به درب منزل) کاری ندارد. این بخش که سهم قابل توجهی را به خود اختصاص داده، از زیرساخت انوبوسی کشور بهره می‌گیرد.

برخی از شرکت‌ها نیز فقط روی حوزه لست مایل متمرکز هستند و بسته را در درب منزل تحویل می‌دهند، مانند پیک موتوری‌ها.

پیک موتوری‌ها باز یگران عمده‌ای در بازار

لجستیک هستند. آنها در کدام حوزه جای می‌گیرند؟

عمده باز یگران بزرگی که در بخش پیک موتوری فعال‌اند، در بخش لست مایل دلیوری خدمات ارائه می‌دهند. پیک بادپا، پیک ملل و پیک سیطره و حتی پیک‌های محلی کوچکی که مناطق کوچکی را تحت پوشش دارند، از باز یگران حوزه تخصصی لست مایل دلیوری هستند. در اصفهان پیک موتوری شیب نو حجم عظیمی از تراکنش بازار را پوشش می‌دهد اما به صورت محلی کار می‌کند. در اصفهان تنها در اطراف بازار سنتی یک شرکت پیک موتوری با ۸۰ موتور، تقریباً کل بازار را پوشش می‌دهد. پیک موتوری‌ها به صورت محلی فعالیت می‌کنند و این تراکنش گسترده بین کسب‌وکارهای کوچک محلی تقسیم شده است.

میانگین درآمد این بخش را چقدر

تخمین می‌زنید؟

میانگین هر بسته ارسالی ۱۵ هزار تومان اعلام شده. اگر این قیمت را در تعداد بسته‌های ارسالی، یعنی پنج میلیارد بسته ضرب کنیم، حدود ۷۵ هزار میلیارد تومان تراکنش مالی در این بخش وجود دارد. پیش‌بینی می‌شود شیب رشد طی دو، سه سال آینده همچنان صعودی باشد. به عنوان مثال، در سه سال گذشته نیز باز یگران اصلی این بخش، یعنی پست و تیپاکس حدود چهار برابر ظرفیت خود را افزایش داده‌اند.

پیش‌بینی می‌شود سال ۱۴۰۱ حجم تراکنش لجستیک حداقل دو برابر افزایش یابد و حجم بار و بسته‌های ارسالی به ۱۰ میلیارد بسته برسد.

حدود دو هزار بسته در روز یا حدود یک میلیون بسته در سال جابه‌جا می‌کنند.

آیا شرکت‌های محلی دیگری هستند که کاملاً سنتی باشند؟

شرکت محلی دیگری به نام «سیطره»، روزانه سه هزار بسته را در تهران با موتور جابه‌جا می‌کند اما به صورت کاملاً دستی و سنتی این کار را انجام می‌دهد. پیک بادپا نیز همین حالت را دارد. در واقع پیک موتوری‌ها سهم بسیار عمده‌ای از این بازار دارند.

اگر سهم ۲۰ درصدی شرکت‌هایی که با

فناوری‌های روز دنیا صنعت لجستیک ایران را اداره می‌کنند، جدا کنیم، باز یگران ۸۰ درصد دیگر بازار چه شرکت‌هایی هستند؟

این‌طور می‌توان گفت که از این ۸۰ درصد، ۶۰ درصد از بازار در دست برابری‌ها و سامانه‌های کاملاً سنتی است. حتی اگر فقط روی بخش لجستیک تمرکز کنیم، بخش عمده‌ای از بازار در دست بخش آفلاین (سنتی) قرار دارد.

زنجیره تأمین لجستیک شامل چه بخش‌های دیگری می‌شود؟

وقتی درباره زنجیره تأمین در یک کارخانه صحبت می‌کنیم، اولین بخش که یک کارخانه با آن درگیر است، بخش لجستیک آن است. در واقع لجستیک مواردی چون زنجیره تأمین، تأمین‌کنندگان، رساندن مواد اولیه به دست کارخانه، زنجیره تولید، مراحل انبار کردن، پردازش و توزیع کالاها بین شبکه‌های موبوگی تا هنگامی که به دست مصرف‌کننده نهایی برسد را در بر می‌گیرد.

اما چیزی که از بخش لجستیک مدنظر ماست، بخش حمل‌ونقل یا مرحله نهایی کار است و هنگامی که بسته نهایی به دست مصرف‌کننده می‌رسد، از دیدگاه ما لجستیک به حساب می‌آید. در حالی که وقتی چند کالا را از یک فروشگاه آنلاین مثل دیجی کالا سفارش می‌دهید، ممکن است کالاها از شهرهای دیگری به دست دیجی کالا برسد. در این صورت، در مرحله اول، بسته باید توسط تأمین‌کننده پست شود و به دست دیجی کالا در تهران برسد. دیجی کالا در بخش پردازش، آن کالاها را با خریدهای دیگری که همزمان داشته‌اید، یکی کرده و سپس برای شما می‌فرستد.

مثال‌هایی که زده شد یا مثال‌های

خرده‌فروشی هستند یا مربوط به جابه‌جایی یک کالا. حالا سؤال اینجاست که شرکت‌های بخش مواد غذایی مانند بخش هجرت یا شرکت‌هایی که کار توزیع محصولات خود یا یک برند را بر عهده دارند و توزیع کالای آنها در بخش فروشگاه‌های صورت می‌گیرد، در کجای این صنعت قرار می‌گیرند؟ و چه حجم از صنعت لجستیک در این بخش قرار دارد و اینها چه باز یگرانی هستند؟

تراکنشی که توسط شرکت بخش کارخانه - از محل کارخانه به محل فروشگاه - انجام می‌گیرد، قابل قیاس با آنچه در بخش لجستیک کسب‌وکارهای اینترنتی تجربه می‌کنیم، نیست و حداقل چندین برابر بیشتر است. اما نکته‌ای که وجود دارد این است که توزیع محصولات غذایی از محل کارخانه به مقاصد فروشگاهی به صورت یک کار روتین و مشخص انجام می‌گیرد و مبدأ همیشه ثابت است و مقصد نیز به ندرت تغییر می‌کند و توزیع برنامه‌ریزی شده‌ای صورت می‌گیرد. فقط در مورد کالاهاى تدم مصرف، شرایط توزیع و بخش اندکی متفاوت و توأم با تکرار است.

ابعاد دیگر لجستیک کالاها که در

بخش پنج میلیاردی قرار ندارند، چیست؟

بخش دیگری وجود دارد که شامل حال توزیع کالاهای



همه چیز به ریسک شرکت بستگی دارد احتمال عرضه خصوصی تپسی در فرابورس

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار از احتمال عرضه خصوصی سهام تپسی خبر داد و با اشاره به تدوین ضوابط در مورد شرکت‌های دانش بنیان اعلام کرد: «شرکت‌های دانش بنیان برای ورود به بازار سرمایه دچار حساسیت هستند و طبق ضوابطی در بازار پذیرش خواهند شد. این ضوابط نهایی شده و برخی شرکت‌ها که دارای ریسک بالایی هستند، به سرمایه‌گذاران حرفه‌ای عرضه می‌شوند.» او افزود: «در کل دنیا این مسئله مرسوم است و سهام همه شرکت‌ها به صورت عمومی عرضه نمی‌شود، بلکه در این زمینه عرضه خصوصی وجود دارد. بنابراین اکنون معلوم نیست که عرضه اولیه تپسی به صورت عمومی انجام شود یا خیر، بلکه این اقدام نیازمند تصمیم فرابورس است و در خصوص پیشنهاد شرکت فرابورس در زمینه عرضه اولیه تصمیم‌گیری می‌شود، اما در خصوص برخی شرکت‌ها این اقدام را انجام می‌دهیم. این اقدام وابسته به ریسک شرکت است؛ اگر ریسک شرکت بالا ارزیابی شود، فقط سهام‌داران حرفه‌ای می‌توانند اقدام به خرید کنند.»

مجید عشقی با مروری بر اقدامات دولت در خصوص حضور شرکت‌های دانش بنیان در بازار سرمایه گفت: «در شش ماه گذشته به دنبال این بودیم تا عرضه‌های اولیه متناسب با شرایط بازار و نیز ورود نقدینگی به بازار انجام شود. اکنون نزدیک به ۲۵ شرکت آماده عرضه اولیه در بازار هستند. همچنین تعدادی شرکت هم در مرحله پذیرش و درج نماد قرار دارند.»

او ادامه داد: «در این زمینه سخت‌گیری‌هایی در خصوص ورود شرکت‌های دانش بنیان به بازار وجود دارد که فقط مربوط به عرضه آنها در بازار سرمایه نیست. سازمان بورس نسبت به این مسئله حساس است و شرکت‌هایی باید وارد بازار شوند که از نهایت شفافیت برخوردار باشند و اطلاعات مالی آنها دارای شفافیت کامل باشند.»

به گفته رئیس سازمان بورس فعالیت شرکت‌هایی که قرار است وارد بورس شوند، نباید دچار ریسک‌های جدی و عمده باشد.



شماره ۴۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم

ترکیب بانک و سرمایه‌گذاری

امین آقاچانی، مدیر بازاریابی توسعه کسب و کار بانکینو، درباره راه‌اندازی سرویس سرمایه‌گذاری در پلتفرم بانکینو به عنوان یک ارزش افزوده جدید توضیح می‌دهد

این روزها روند جدیدی در دنیا باب شده که سرمایه‌گذاری و بانکداری را در هم ترکیب می‌کند. این روند که Corporate banking نام دارد، توجه تعداد زیادی از نئوبانک‌های شناخته‌شده دنیا را به خود جلب کرده و آنها را به سمت خود کشانده است.

نئوبانک ایرانی بانکینو از قافله روند جهانی تلفیق سرمایه‌گذاری با بانک عقب نمانده و مدتی است که سرویس سرمایه‌گذاری را به پرتفوی خدماتش اضافه کرده است. به گفته امین آقاچانی، مدیر بازاریابی توسعه کسب و کار بانکینو، راه‌اندازی سرویس سرمایه‌گذاری در

پلتفرم بانکینو یک ارزش افزوده است؛ ارزش افزوده‌ای که کاربران بانکینو به واسطه آن می‌توانند به راحتی دارایی‌های خود را از سمت حساب بانکی به کانال‌های سرمایه‌گذاری منتقل کنند. آقاچانی با تأکید بر همگام‌شدن بانکینو با روندهای



فین‌تک به زبان ساده

پیشنهاد ویژه
به مناسبت انتشار چاپ جدید



وحیده نورانی، مسئول میز نوآوری پژوهشکده بیمه از ضرورت آینده پژوهی در صنعت بیمه می‌گوید

فناوری‌های نو، جریان پیش‌بینی آینده را تسهیل می‌کنند

چیزی که حتی معتبرترین کارشناسان - اعم از دانشمندان، فناوران، اقتصاددانان یا دیگران - پیش‌بینی می‌کردند، آشکار شوند. علاوه بر این، به‌هم‌پیوستگی دنیای امروز، همراه با ساختارهای مالی که حاشیه کمی برای خطا دارند، ما را به‌طور فزاینده‌ای در برابر این رویدادها آسیب‌پذیر می‌کند.

او در این باره گفت: «متأسفانه، کووید ۱۹ تنها خطر جهانی نیست که ما با آن روبه‌رو هستیم و مطمئناً بدترین آن هم نیست. رهبران کسب‌وکار و به‌ویژه صنعت بیمه، می‌توانند نقشی پیشرو داشته باشند، اما برای دستیابی به این هدف، شرکت‌ها باید ریسک‌های طولانی‌مدت پیچیده و به‌هم‌پیوسته‌ای را که با آن مواجه هستند، بهتر درک کنند که لازمه آن درک ضرورت آینده‌پژوهی است.»

آینده‌پژوهی؛ امکانی برای مدیریت ریسک

کرنا درس بزرگی به صنعت بیمه داد؛ اینکه گروه‌های رهبری غالباً فاقد تخیل هستند و اتفاقات غیرمتعارف احتمالی را در می‌کنند. ضمن اینکه پیش‌بینی‌ها و آینده‌پژوهی‌ها یا اصلاً انجام نمی‌شوند یا خیلی کم و خیلی دیر اتفاق می‌افتند. خوشبختانه، چندجانبه‌گرایی فراتر از تصور نیست و رشد نمایی نوآوری ممکن است چشم‌انداز ریسک را تغییر دهد. وحیده نورانی با اشاره به قابلیت استفاده از فناوری‌های روز در صنعت بیمه و ترسیم آینده گفت: «امروز در عصر کلان‌داده‌ها، هوش مصنوعی و بسیاری از فناوری‌های تسهیل‌کننده، پرداختن به آینده و پیش‌بینی بسیار سهل‌تر از هر زمان دیگری شده است. منابع و جریان‌های روبه‌رشد داده، زمانی که با تجزیه و تحلیل و پیش‌بینی ترکیب می‌شوند، رویکردهای جدیدی را برای مدیریت سیستم‌ها و ریسک‌ها تسهیل می‌کنند. زیرساخت‌های مربوط به حسگرهای مستقر در محل ریسک، جریان‌های داده بلادرنگ و تجزیه و تحلیل پیش‌بینی‌کننده که امکان این پیشرفت‌ها را فراهم می‌کند نیز برای پیش‌بینی و مدیریت ریسک‌های بسیار خاص استفاده می‌شوند.»

مسئول میز نوآوری پژوهشکده بیمه، خروج از سیستم‌های موروثی، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و اولویت قائل شدن برای پیشگیری به جای واکنش و انفعال را حلقه مفقوده صنعت بیمه می‌داند که می‌تواند با قرار گرفتن تیم‌های تخصصی آینده‌پژوهی در کنار فناوران و متخصصان داده‌کاوی، آینده‌های درخشان را برای صنعت بیمه رقم بزند؛ آینده‌ای که سنگ بنای آن امروز باید گذاشته شود.

تا پیش از این ساختار سنتی بیمه صرفاً بر پایه فروش و رسیدن به حجم بالایی از سهم بازار بود، اما امروز قاعده بازی در صنعت بیمه به سبب حضور بازیگران جدید تغییر کرده است. حالا فناوری‌ها و روندهای جدید بیمه‌گری هستند و رقابت ساخت یک تجربه مشتری خاص. امروز صنعت بیمه مانند صنایع مالی دیگر ناگزیر از تن دادن به روند برهم‌زننده فناوری است و شرکت‌هایی می‌توانند به ادامه روند فعالیت خود در سال‌های آینده امید داشته باشند که هر روز ورود بازیگران جدید و شرایط نو را با استفاده از گستره وسیع داده‌ها تخمین بزنند و بر پایه آن به ترسیم استراتژی و نقشه‌راه آینده خود بپردازند؛ رویکردی به نام آینده‌پژوهی که این روزها در صنایع مختلف دنیا اهمیت آن روزبه‌روز بیشتر نمایان می‌شود.

هجوم فناوری‌ها و ضرورت آینده‌پژوهی

امروز آینده‌پژوهی جزء جدانشدنی صنعت بیمه است و قابلیت مهم برای شرکت‌های بیمه برای تبیین استراتژی‌های بلندمدت. آینده‌پژوهی قابلیت سازمانی است که به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد که تحولات پیش‌رو را جلوتر از رقبا پیش‌بینی کنند و قبل از اتفاق، به راهکارهایی برای آن بیندیشند. وحیده نورانی، مسئول میز نوآوری پژوهشکده بیمه، آینده‌پژوهی در بیمه‌رانی ضروری برای شناخت و درک مسائل نوظهور در صنعت بیمه و برخورد با آنها می‌داند که باید جایگاه خاصی در ساختار شرکت‌های بیمه برای آن در نظر گرفته شود. به عقیده او پیشرفت‌های فناورانه از یک سو و از سوی دیگر رویدادهای غیرقابل پیش‌بینی در زمینه‌های مختلف، چنان بر رفتار مشتری و سایر خدمات تأثیر دارند که نمی‌توان از آینده و واکنش به آن غافل بود.

او با اشاره به موضوع کرنا و غافلگیری شرکت‌های بیمه از مسئله بیماری‌های همه‌گیر در این باره گفت: «بحران جهانی شیوع ویروس کرنا که همه حوزه‌های کسب‌وکار و اقتصاد را تحت تأثیر قرار داد، کمبود برخی راهکارهای مدیریت و انتقال ریسک را بیش از پیش آشکار کرد. وضعیتی که در اثر همه‌گیری کووید ۱۹ در جهان به وجود آمد، پیش از این هرگز پیش‌نیامده بود و در ارزیابی‌ها و پیش‌بینی‌های تحلیلگران نیز، چنین ریسکی در رده‌های آخر اولویت قرار داشت. به همین دلیل صنعت بیمه در این زمینه بسیار غافلگیر شد.» به عقیده او همه‌گیری کووید ۱۹ زنگ بیدارباش بزرگی بود برای صنعت بیمه؛ چراکه به شرکت‌های بیمه نشان داد خطرات ناشی از رویدادهای مختلف می‌توانند سریع‌تر و شدیدتر از آن

به درگاه‌های پرداخت مراجعه کند. در نتیجه پرداخت ساده‌تری را تجربه خواهد کرد. سقف ثبت سرمایه‌گذاری از طریق درگاه‌های پرداخت محدود به ۵۰ تومان است. این محدودیت در خرید با بانکینو وجود ندارد و فرد می‌تواند با رقم دلخواهش سفارش خود را ثبت کند.»

به گفته آقاجانی، فرایندهای صدور و ارسال از عموم صندوق‌ها سریع‌تر است و تجربه کاربری خوبی دارد. او در خصوص زمان‌بندی سپرده‌ها می‌افزاید: «مکانیسم صندوق درآمد ثابت به این صورت است که هر واحد قیمت مشخصی دارد. این صندوق‌ها کارمزد خرید ندارند، اما قیمت خرید واحد با قیمت فروش آن متفاوت است، مانند دلار و طلا. پس کاربران برای متضرر نشدن باید حداقل یک هفته واحدهایشان را نگه دارند. به عبارتی فرد ممکن است سهام را در یک قیمت خریداری کند و سهم روزبه‌روز با ارزش‌تر شود.»

او در خصوص نحوه محاسبه سود در صندوق‌های درآمد ثابت می‌گوید: «سود حاصل از خرید سهام ابتدای هر ماه پرداخت می‌شود، آخرین قیمت به قیمتی پیش‌فرض بازمی‌گردد و عدد نهایی از تقسیم عدد اضافه‌شده بر قیمت پیش‌فرض به دست می‌آید. در این چرخه، روزشمار بودن است که اهمیت دارد.»

اعطای وام با پشتوانه صندوق درآمد ثابت

آقاجانی در توضیح برنامه‌های آتی بانکینو در حوزه سرمایه‌گذاری بیان می‌کند: «همان‌طور که گفتیم بانکینو به‌دنبال ترکیب سرمایه‌گذاری و بانک در یک پلتفرم است. در همین راستا هر خدمت و هر نوع سرمایه‌گذاری را که باعث ایجاد ارزش افزوده شود، به پلتفرم اضافه خواهیم کرد. همچنین در آینده ارتباط میان حساب سرمایه‌گذاری و حساب بانکی را تسریع می‌کنیم. امکان‌پذیر کردن سرمایه‌گذاری در طلا، سرمایه‌گذاری در صندوق‌های ETF در آینده‌ای نزدیک و خریدوفروش سهام در آینده‌ای دور از دیگر برنامه‌های بانکینو است. همچنین قصد داریم به پشتوانه صندوق درآمد ثابت به کاربران وام و تسهیلات اعطا کنیم.» او در پایان صحبت‌هایش با بیان اینکه در بانکینو فقط به فکر افزودن خدمات نیستیم، می‌گوید: «بانکینو به‌دنبال تلفیق بانکداری و سرویس‌های سرمایه‌گذاری است. از چالش‌هایی که سرویس مذکور برای رسیدن به نقطه نهایی تجربه خواهد کرد، مطلع هستیم، اما تنها اولویت‌مان ایجاد ارزش افزوده است.»

جهانی می‌گوید: «بیشتر افراد ترجیح می‌دهند پول‌هایشان را یا به بانک بسپارند یا از راه‌های گوناگون در کانال‌های متفاوت سرمایه‌گذاری کنند. در همین راستا در گام اول صندوق‌های درآمد ثابت کارگزاری بانک خاورمیانه را به پلتفرم بانکینو اضافه کرده‌ایم.»

به گفته او، کاربران بانکینو برای سرمایه‌گذاری در صندوق درآمد ثابت کارگزاری بانک خاورمیانه باید در سامانه سجام ثبت‌نام کرده باشند.

متضرر نشدن مردم؛ اولویت بانکینو

آقاجانی در خصوص ویژگی‌های صندوق‌های درآمد ثابت می‌افزاید: «سود صندوق‌های درآمد ثابت بر خلاف سود سپرده‌های بانکی روزشمار و بیشتر است. در حالی که در سپرده‌های بانکی بر حداقل موجودی ماه سود تعلق می‌گیرد، صندوق‌های مذکور ماهیانه بین ۱۸ تا ۲۲ درصد سود می‌دهند.»

او با بیان اینکه متضرر نشدن مردم اولویت بانکینو است، توضیح می‌دهد: «امنیت صندوق‌های درآمد ثابت نسبت به صندوق‌های سهامی بالاتر است؛ شاید افراد

با سرمایه‌گذاری در صندوق‌های سهامی سود بیشتری کسب کنند، اما در دوران ضرر امکان دارد اصل پول‌شان را از دست بدهند. بانکینو یک بانک است و مردم باید در مورد وضعیت سپرده‌هایشان احساس امنیت کنند. امنیت و متضرر نشدن مردم اولویت بانکینو است؛ برای همین صندوق درآمد ثابت بانک خاورمیانه تنها گزینه موجود در پلتفرم است.»

او می‌گوید: «دارایی‌های موجود در صندوق‌های درآمد ثابت نقد است، به همین دلیل دستخوش نوسانات نمی‌شود. سرمایه‌گذاران این صندوق‌ها از ریسک بازار بورس در امان‌اند، در نتیجه سرمایه‌گذاران دیگر دغدغه نوسانات را نخواهند داشت.»

به گفته آقاجانی، صندوق‌های درآمد ثابت مناسب کاربرانی است که با فضای سرمایه‌گذاری در صندوق سهامی آشنا نیستند و به‌دنبال جایگزینی بهتر از سود بانکی می‌گردند. گرچه تفاوت‌شان اندک و خرد است.

در حال حاضر عمده صندوق‌های دارای درآمد ثابت از ترکیب مشخصی تشکیل شده‌اند. ترکیب این صندوق‌ها شامل پول، اوراق دولتی و درصد بسیاری کمی سهام است.

او با اشاره به مزیت‌های قرار گرفتن صندوق سرمایه‌گذاری کنار حساب بانکی می‌گوید: «برای سرمایه‌گذاری در صندوق، دیگر لازم نیست متقاضی



غزل یگانگی



dilmerforeveryas@gmail.com



شماره ۴۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم

شکی نیست که حوزه **فین‌تک** یکی از داغ‌ترین مباحث کسب‌وکاری در دنیای امروز به‌شمار می‌رود. همین‌کافی است که بگوییم طی سال‌های اخیر روزبه‌روز به تعداد افرادی که عبارت فین‌تک را در اینترنت جست‌وجو می‌کنند افزوده شده است. اما فین‌تک چیست و چرا به صنعت مالی امروزی مربوط می‌شود؟ کتاب راهنمای کاربردی و قابل‌فهم «**فین‌تک به زبان ساده**» منابعی را که برای یادگیری تمام موضوعاتی که در صحنه متغیر این صنعت نیاز دارید در اختیاران می‌گذارد. این کتاب نوری تازه روی چشم‌اندازمان از فین‌تک، که به سرعت تغییر می‌کند، می‌اندازد و به همین جهت **منبعی ارزشمند** از اطلاعات برای تمام کسانی است که در این حوزه کار می‌کنند یا به آن علاقه‌مند هستند. «فین‌تک به زبان ساده» دیدگاه‌ها، دانش و دستورالعمل‌هایی را از کارشناسان این صنعت از جمله **استیو اوهائلون و سوزان چیستی** ارائه می‌دهد.



ایده‌های نوآورانه برای شروع کسب‌وکار پس از پایان پاندمی خدمت و کالا بفروشید، اما آنلاین!

← سه؛ محصولات سوپرمارکتی و غذا را تحویل دهید

بعید است به این زودی‌ها مردم به عادات قدیمی خود بازگردند. ترس از بیماری یا علاقه به ماندن در خانه، برای بسیاری از مردم تبدیل به عادات رفتاری جدیدی شده است. بنابراین فعالیت در این حوزه‌ها همچنان عاقلانه است.

← چهار؛ ورزش آنلاین را جدی بگیرید
مردم کمتر وقت دارند به ورزشگاه‌ها بروند و شرایط همچنان برای بازگشایی آن‌ها امن نشده است. اپلیکیشن‌های ورزشی بسیار طرفدار شده‌اند و ساخت آن‌ها احتمالاً بازدهی مالی زیادی خواهد داشت.

← پنج؛ سالن‌های سینمایی ماشینی
این مورد از روندهای جدید و عجیبی است که پس از همه‌گیری به راه افتاده است. اینکه مردم همراه خانواده و دوستان خود در ماشین‌های شخصی شان به تماشای فیلم بپردازند، احتمالاً مورد علاقه اهالی سینما نیست، اما ممکن است در ادامه هم طرفداران خود را حفظ کند.

← شش؛ سازندگان بازی‌های کامپیوتری و فروشندگان آن‌ها

قرنطینه باعث شد تا بازی‌های کامپیوتری ۲۰ درصد فروش بیشتری داشته باشند. بازی‌ها دیگر تنها به کار سرگرمی‌های فردی نمی‌آیند و راهی برای جمع شدن افراد کنار یکدیگر هستند و حتی در آموزش‌های مختلف هم کاربرد دارند. در مجموع می‌توان گفت که دهه آینده، دهه‌ای است که ایده‌های نوآورانه می‌توانند در آن دوام بیاورند و حتی سود کافی را کسب کنند. تنها باید مبتنی بر شرایط، تصمیمات عاقلانه‌تری اتخاذ کنند.

همه‌گیری ویروس کرونا، وضع بسیاری از کسب‌وکارها را به فروپاشی کامل کشاند و در مقابل به نفع تعداد معدودی از صاحبان کسب‌وکارها تمام شد. پاندمی باعث کاهش تولید ناخالص داخلی جهانی شد، قواعد و هنجارهای جدیدی بنیان گذاشت و شرایط کاری برای همیشه تغییر کرد. «آینده‌ای» که از همیشه دور و دست‌نیافتنی به نظر می‌رسید، زودتر از پیش‌بینی‌ها فرا رسیده است. بنابراین بسیاری از کارشناسان کسب‌وکار، پیشنهادها و ایده‌هایی را برای مشاغل سودآور آینده مطرح کرده‌اند. مشاغلی که منطبق با شرایط جدید هستند و سرمایه‌گذاری در آن‌ها با مخاطره کمتری روبه‌روست:

← یک؛ معلم و مربی آنلاین باشید
بچه‌ها از مدرسه دور افتاده‌اند و معلوم نیست چه زمانی شرایط عادی شود یا اساساً قرار است آموزش سنتی گذشته ادامه پیدا کند یا خیر. بسیاری از کلاس‌های آزاد مانند موسیقی و زبان، شکل مجازی پیدا کرده‌اند و اتفاقاً موفق هم بوده‌اند. چنین شیوه آموزشی افراد بیشتری را از شهرهای مختلف پوشش می‌دهد و عمومی‌تر است.

← دو؛ فروشگاه مجازی باز کنید
البته که شرکت‌هایی مانند آمازون، سهم اصلی را در تجارت الکترونیک از آن خود کرده‌اند. اما همچنان راه برای فروشگاه‌های مجازی با ایده‌های خاص که به فروش عمده کالاهای کارخانه‌ای نمی‌پردازند، باز است. مردم همچنان به دنبال سلیقه، تجربه خاص، اعتماد فردی و طراحی‌های منحصر به فرد و شخصی شده هستند.



تویزه: از آبادان تا اصفهان

گفت و گو با نیلوفر عیدی زاده که فروش تویزه را از یک صفحه اینستاگرام شروع کرده و حالا یک فروشگاه دارد و در فکر راه‌اندازی وب‌سایت برای کسب‌وکار خود است



شماره ۴۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم

هوش مصنوعی می‌تواند به تولید محتوا بپردازد. در واقع می‌تواند محتواهای موجود را به شکل بهتری عرضه کند. اما این به چه معناست؟ آیا دیگر شغل و پیشه‌ای به نام نویسنده وجود نخواهد داشت؟ بسیاری از شرکت‌ها برای ویرایش، تحقیق و انتشار مطالب خود از هوش مصنوعی بهره می‌گیرند. این کار باعث صرفه‌جویی بیشتری در زمان می‌شود، اتفاقاً هوش مصنوعی محتوایی را تولید می‌کند که مخاطبان بیشتری دارد، اما این هنوز به معنای محتوای خوب، قابل دفاع و درست نیست. در حال حاضر با استفاده از امکانات T-NLG شرکت مایکروسافت، محتواهایی توسط هوش مصنوعی تولید می‌شود. در سپتامبر سال ۲۰۲۰ مدیرعامل این شرکت اعلام کرد که با استفاده از فناوری GPT-3 اقدامات جدیدی در این حوزه صورت گرفته که می‌تواند انقلابی در حوزه تولید محتوا باشد. انقلابی که به معنای استفاده از هوش مصنوعی در فرایند نوشتن است.

مایکروسافت به دنبال راهکارهای تازه تولید محتوا

هوش مصنوعی جایگزین نویسندگان محتوا می‌شود؟





تویزه بافی؛ عکس: مرتضی صالحی

تویزه بافی از هنرها و صنایع دستی مردم جنوب ایران است. جنوبی‌ها سینی‌های حصیری لبه‌دار را تویزه می‌نامند. سال‌های سال است که دست‌بافته‌های حصیری جنوبی از برگ‌های نخل خرما در هم تنیده می‌شوند. کارهایی که با وجود زیبایی و کاربردی بودنشان از حافظه بصری مردم اغلب شهرهای ایران فراموش شده بودند. نام کسب‌وکار نیلوفر و محبوبه عیدی‌زاده «تویزه» است؛ کسب‌وکاری که زیبایی حصیربافی‌های جنوب ایران را به خاطر ما آورد. نیلوفر عیدی‌زاده سال ۱۳۷۲ و خواهرش در سال ۱۳۷۰ در آبادان به دنیا آمدند و از زمان دبیرستان در اصفهان ساکن شدند.

بازگشت به ریشه‌های خانوادگی

نیلوفر معماری داخلی خوانده و سال‌هایی را در این حوزه کار کرده است. او در مورد داستان راه‌اندازی تویزه می‌گوید: «ما اصالتاً جنوبی هستیم و اوابل هم این کار را از سر کنجکاوای و علاقه شخصی به اصالت جنوبی‌مان شروع کردیم. در میان آشنایان خانواده پدری ما کسانی حضور داشتند که سربافنده بودند یا اینکه با بافندگان جنوبی ارتباط داشتند. در واقع این کار برای ما نوعی بازگشت به ریشه‌های خودمان بود. این هنر در آن زمان خیلی شناخته‌شده نبود و مردم بیشتر حصیرهای شمال ایران را می‌شناختند. اما به مرور زمان وقتی که استقبال از کارها بیشتر شد و حجم سفارش‌ها بالا رفت، کار برای ما جدی‌تر شد و من هم دیگر نمی‌توانستم کار دیگری را انجام دهم و اکنون بیشتر طراحی‌های تویزه را خودم انجام می‌دهم و بعد بافندگان و سربافندگان آن‌ها را اجرا می‌کنند.»

نجات هنری از خطر فراموشی

اکنون حدود ۱۰۰ تا ۱۵۰ سربافنده و بافنده جنوبی با تویزه همکاری می‌کنند و این موضوع یکی از معنابخش‌ترین جنبه‌های این کسب‌وکار برای نیلوفر عیدی‌زاده است. او درباره این هنر که می‌رفت تا فراموش شود، می‌گوید: «بعد از معرفی شدن حصیربافی، مخاطبان از آن بسیار استقبال کردند. واقعیت این است که ما تبلیغات خاصی هم نکردیم، یعنی برای تبلیغ صفحه خود پولی به کسی ندادیم. انگیزه اصلی و اولیه ما حمایت از بافندگان بود. آن زمان که ما شروع کردیم، خود جنوبی‌ها هم علاقه زیادی به حصیر نداشتند. اکثر بافندگان ما از زنان بالای ۶۰ سال تشکیل می‌دادند و این هنر در معرض فراموشی بود. اما با معرفی این

کار و گسترش شبکه ارتباطی ما در سراسر ایران، جوانان نیز به این کار جذب شدند. الان تعدادی از بافندگان ما زیر ۲۲ سال سن دارند. در واقع خود آن‌ها مدام پیگیر هستند که سفارش‌های جدیدی بگیرند و کار کنند. مخصوصاً که بسیاری از این خانم‌ها سرپرست خانوار هستند و از این طریق

می‌توانند درآمد معقولی به دست بیاورند.»

وبسایت تویزه در راه است

در حال حاضر تویزه مغازه‌ای برای فروش حضوری در میدان نقش جهان اصفهان دارد و از طریق سفارش گرفتن از پلتفرم اینستاگرام، محصولات خود را به سراسر ایران ارسال می‌کند و البته قصد دارد بخش فروش اینترنتی خود را قوی‌تر کند: «ما کار خودمان را از اینستاگرام شروع کردیم و احساس می‌کنم یکی از دلایل موفقیت ما، زمان‌بندی مناسب بود. کارمان در اردیبهشت ۱۳۹۷ شروع شد و در آن زمان این قدر کسب‌وکار از اینستاگرام برای فروش محصول استفاده نمی‌کردند. فروش محصولات حصیری جنوب ایران نیز برای بار اول اتفاق می‌افتاد. این موضوع کمک کرد تا کار ما دیده شود و البته اینفلوئنسرهایی بودند که از کار ما حمایت کردند. رفته‌رفته مردم با این جنس کالاها آشنا شدند و این کارها در گالری‌های مختلف راه پیدا کرد.»

اما چرا اقدام به راه‌اندازی فروشگاه فیزیکی کردند؟ عیدی‌زاده در این خصوص توضیح می‌دهد: «ما همیشه متقاضیانی داشتیم که می‌گفتند باید محصولات را از نزدیک ببینند و حس کنند. بنابراین فروشگاه‌های در میدان نقش جهان اصفهان به راه انداختیم. با این حال به خاطر کرونا هنوز بخش اصلی فروش ما اینترنتی است و اتفاقاً پس از همه‌گیری رشد بسیار خوبی هم داشته است و ما قصد داریم وبسایت تویزه را نیز راه‌اندازی کنیم، چراکه بستر مناسب‌تری برای خرید و فروش اینترنتی است.»

نیلوفر عیدی‌زاده تویزه را همچون فرزند خود می‌داند که اندک‌اندک بزرگ شده است. او معتقد است که در تمامی این سال‌ها سعی کرده حس خوبی در مخاطب ایجاد کند و شاید

دلیل محبوبیت تویزه نیز همین باشد. در هر صورت امروزه حصیربافی‌های سنتی در دل خانه‌هایی با طراحی‌های مدرن جای گرفته‌اند و به آن‌ها هویتی شرجی و جنوبی می‌بخشند و قسمتی از این اتفاق، مرهون تلاش‌های تویزه و بافندگان آن است.

در حال حاضر تویزه مغازه‌ای برای فروش حضوری دارد و از طریق سفارش گرفتن از پلتفرم اینستاگرام، محصولات خود را به سراسر ایران ارسال می‌کند



درباره یکی از بهترین محیط‌های کاری ارتقای فرهنگی سازمانی با پرداختن به مسائل اجتماعی

رایان هنسان و اندرو لئون، بنیان‌گذاران شرکت دیسپچ (Dispatch) هستند. آن‌ها نیز همچون میلیون‌ها آمریکایی دیگر پس از مرگ جورج فلویید، متأثر شده بودند و کیلومترها دورتر از جایی که جورج فلویید به قتل رسیده بود، نگران این بودند که ۱۱۳ کارمندشان درباره این موضوع چه نظری دارند. به همین دلیل مقدمات یک گفت‌وگوی یک ساعته در زوم را فراهم کردند؛ گفت‌وگویی که به کارمندان آن‌ها این امکان را می‌داد تا تجربیات، احساسات و نظراتشان را درباره تبعیض نژادی به اشتراک بگذارند. چند ماه پس از این اتفاق، مدیران این شرکت ابتکار عمل جدیدی به نام LEADD را آغاز کردند که برگرفته از حروف اول کلمات رهبری، تعهد، سازمان‌دهی مجدد و توسعه در شرکت دیسپچ است. در این شرکت همچنان مرتباً جلساتی را با حضور کارکنان و کارمندان برگزار می‌شود. هدف بلندمدت این شرکت این است که فرهنگ سازمانی خود را از غیرنژادپرستانه بودن به ضد نژادپرستانه بودن تغییر دهد. به گفته مدیران شرکت، چنین اقداماتی کمک کرده تا تعریف آن‌ها از حمایت و مراقبت از کارکنانشان تغییر پیدا کند و تنها به ساعات کاری محدود نشود. این شرکت در سال گذشته رتبه ششم را در میان سایر استارت‌آپ‌های آمریکا از حیث داشتن بهترین محیط کاری و مدیران در مجله فوربز کسب کرد. سایت استیسکا و مجله فوربز، فرهنگ سازمانی ۲۵۰۰ شرکت آمریکایی را که از سال ۲۰۱۱ تأسیس شده بودند، بررسی کردند. آن‌ها حسن شهرت مدیران سازمان‌ها را ضمن بررسی مقالات، یادداشت‌ها و پست‌های اینترنتی مورد مطالعه قرار داده بودند و از کارکنان آن‌ها به صورت اینترنتی نظرسنجی کرده بودند. آن‌ها در بررسی‌های خود به مسائلی همچون فرهنگ همکاری، تنوع و تعهد کاری تأکید داشتند.



شماره ۴۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم

نویسندگان بیاید، نه اینکه بخواهد جای آن‌ها را در آینده بگیرد.



از جذابیت‌های مرسوم تهی می‌شوند و دنبال کردن آن‌ها توسط مخاطب سخت می‌شود.

پس هوش مصنوعی به چه کار نوشتن می‌آید؟

بدر نظر گرفتن اینکه نوشتن یک متن ۱۰۰۰ تا ۱۲۰۰ کلمه‌ای حدوداً چهار تا پنج ساعت زمان می‌برد. استفاده از هوش مصنوعی برای گرفتن ایده و بررسی ادبیات پیشین، می‌تواند زمان زیادی را برای نویسندگان ذخیره کند. در نهایت اما همچنان برای داشتن یک متن مستحکم و منظم، نیاز به نویسندگان و ویراستارانی است که بخواهند به متن سروسامان دهند. با این حال روند تغییرات بسیار سریع است. در یک آزمایش انجام‌شده روی ۸۰ متن، تنها ۴۸ درصد از مخاطبان توانستند متن نوشته‌شده توسط هوش مصنوعی و انسان‌ها را تشخیص دهند. امید است که هوش مصنوعی به کار و کمک

برد اسمیت، مدیرعامل وردابیل (Wordable) و کدلس (Codeless) معتقد است که مهم‌ترین مشکل فعلی، تکیه بیش از اندازه بر الگوهای پیشین و پیش‌بینی پذیر کلمات در پی یکدیگر است. در نتیجه بسیاری از متون، غیرقابل فهم و تکراری می‌شوند. همچنین متون واقعی دارای انسجام گفتاری و استدلالی هستند که هوش مصنوعی فاقد آن است. در هوش مصنوعی نمی‌توان حوزه‌های مختلف دانش در یک متن را به هم مرتبط کرد. بنابراین بسیاری از جملات غیرمرتبط و فاقد ربط منطقی هستند. نویسندگان با بیان دیدگاه‌های موافق و مخالف، نظر نهایی خود را به عنوان یک نویسنده اعلام می‌کنند، ولی در متونی که توسط هوش مصنوعی تولید می‌شود، دیدگاه‌های مخالف و نقیض کمتر مورد توجه قرار می‌گیرند و فراموش می‌شوند. همچنین صحبتی از دلیل مشروعیت یک ادعا نمی‌شود. مهم‌تر اینکه با عدم دخالت احساسات انسانی، متون تولیدشده



چند نکته مهم در جذب نیروی انسانی

کارمندان را در اتاقک به دام نیندازید!

در سال ۲۰۲۲، برند کارفرمایی بیش از هر زمان دیگری مهم خواهد بود. حضور نسل جدید در محل کار، جهانی آسیب دیده از بیماری همه گیر کووید و تقاضای زیاد برای شفافیت، نحوه جذب استعداد های جدید توسط شرکت ها را تغییر خواهد داد.

تغییر را اضافه نکنید، آن را ادغام کنید

اگر می خواهید استعداد های جدید را جذب کنید، باید بدانید که آنها شرکت هایی را ترجیح می دهند که تصویر برندشان ارزش های شخصی آنها را منعکس کند. فورس می نویسد ایجاد محیطی که افراد با پیشینه های مختلف بتوانند با هم در آنجا همکاری کنند، یک موقعیت برد-برد است. با قرار دادن تنوع در اولویت بالا، جوانان ارزش محور را جذب خواهید کرد و جریانی از استعداد را ایجاد خواهید کرد.

به تجربه کارکنان خود جنبه شخصی بدهید

در یک محل کار عالی، کارمندان هرگز حس نمی کنند مانند چرخنده های قابل تعویض یک ماشین هستند. بهترین راه برای رسیدن به این هدف این است که با تمام اعضای تیم به عنوان افراد منحصر به فرد رفتار کنید. طبق مقاله ای از تلنت وورکس، تجربیات شخصی سازی شده کارفرما برای ساختن یک برند کارفرمایی موفق حیاتی است. آنها مثال های مفیدی از نحوه دستیابی به آن ارائه می دهند: «مزایا باید طوری به نظر برسند که انگار به تیم های شما کمک می کنند، توسعه باید به طور باور نکردنی شخصی و متناسب با جاه طلبی های تیم های شما باشد و همدلی باید بخش مهمی از مرخصی با حقوق باشد.»

توانایی در سازگاری نشان دهید

در طول همه گیری، بسیاری از کارفرماها مجبور شدند به سرعت شیوه کار خود را با شرایط جدید تطبیق دهند. اگرچه این یک مبارزه بوده است، اما درس های آموخته شده می تواند ثابت کند که شرکت شما مترقی و پویاست. با ارائه راه حل های فنی ساده و انعطاف پذیری در محل کار، توانایی خود را برای سازگاری به نامزدهای بالقوه نشان دهید.



گفتن از برند کارفرمایی کافی نیست

چه چیزهایی برند کارفرمایی یک سازمان را می سازد؟

«ما می خواهیم بهترین باشیم» یا یک کلمه واحد (مانند «صداقت») گنجانده شود. اما حق با کیست؟ چه چیزی یک برند کارفرمایی را می سازد؟ در این مطلب به استراتژی هایی که برند کارفرمایی را شکل می دهد، اشاره می کنیم.

شهرت

در عصر رسانه های اجتماعی، کلمات به سرعت حرکت می کنند و ادراک اهمیت دارد. جویندگان کار مدرن در تصمیم خود برای درخواست شغل یا پذیرش یک پیشنهاد، شهرت کارفرمای احتمالی را می سنجند، زیرا آنها به شدت از تأثیر آن بر شهرت خود و برداشت دیگران از آنها آگاه هستند. شهرت را می توان بر اساس CCC ارزیابی کرد. اولین C، کاتالیزور (Catalyst) شغلی، به یکی از اولین سؤالاتی که جویندگان کار هنگام یادگیری در مورد یک شرکت از خود

سازمانی، انسجام تیمی و تجربه کارکنان به دست آوردند. اکنون بیش از هر زمان دیگری، این ویژگی ها محرک های مهمی برای نامزدهایی هستند که در بحبوحه استعفای بزرگ به حرکت های شغلی فکر می کنند. در نتیجه، آنها به مدیرانی که به دنبال راه هایی برای متمایز کردن خود از رقبا هستند، توجه بیشتری نشان می دهند.

برخی بر این باورند که دستیابی به یک برند کارفرمایی معتبر غیرممکن است، زیرا به ندرت بیانه های بلند پروازانه روی دیوارهای اداری یا وبسایت های شرکت، واقعیت آن سازمان را منعکس می کند. برخی دیگر تصور می کنند که این فقط برای محیط های اداری کاربرد دارد، زیرا مدل های کار از راه دور و ترکیبی برای تثبیت هویت شرکت بیش از حد بی نظم هستند. بعضی نیز هنوز استدلال می کنند که برند کارفرمایی می تواند در یک بیانیه مأموریت کلی (مانند

برند کارفرمایی به تدریج در مکالمات رهبران شرکت ها اهمیت بیشتری پیدا می کند، اما هنوز یک مفهوم نسبتاً جدید است. چندین سال پیش رهبران کسب و کار ممکن بود به ماشین های پین بال در اتاق بازی اداری یا ناهار به عنوان نمونه ای از برندسازی کارفرما اشاره کنند، اما در سال ۲۰۲۲، اکثر افراد آگاه هستند که چنین امتیازاتی به سختی یک استراتژی جامع حفظ کارکنان را تشکیل می دهد یا نقش معناداری در نبرد برای جذب استعداد های برتر ایفا می کند. این تکامل در تفکر بدون شک با همه گیری کووید-۱۹ که فشار زیادی بر رهبران وارد می کند تا نه تنها ارزش های خود را بیان کنند، بلکه آنها را نیز نشان دهند، تسریع شده است. در مواجهه با تصمیم های دشوار، کارفرمایان ناگهان باید تصمیم می گرفتند که آیا آرمان های آنها واقعی و اساسی هستند یا صرفاً در حد حرف. آنها آگاهی بیشتری از اهمیت هدف

اهمیت اثرگذاری و ذوق کارآفرینی

چه چیزهایی از «مرکادولیر» یک شرکت با برند کارفرمایی قدرتمند ساخته است؟

به خرید، فروش، تبلیغ، ارسال، تأمین مالی و پرداخت برای کالاها و خدمات بپردازند. آنتونلا اسکولا درباره این شرکت می گوید: «آنچه ما را به عنوان یک سازمان هدایت می کند، هجوم آدرنالین کارآفرینی است. فرهنگ کارآفرینی ما این است که هر روز بهترین هایمان را ارائه دهیم، یک اجرای عالی داشته باشیم و برای مشتریان مان ارزش ایجاد کنیم؛ ریسک کنیم و دائماً یاد بگیریم.»

او برای اینکه نشان دهد «ارائه بهترین ها» در عمل چه معنایی دارد، افرادی را مثال می زند که محصولات را انتخاب، بسته بندی و برای تحویل آماده می کنند؛ «مردم ما به کار خود افتخار می کنند، ما آنها را تشویق می کنیم که به جای

برند کارفرمایی، فرهنگ یک سازمان را منعکس می کند. بنابراین حمایت مرکادولیر از سلامت و رفاه کارکنان در طول تحولات کووید-۱۹، برند کارفرمایی آن را تقویت کرده است. آنتونلا اسکولا، مدیر ارشد فرهنگ و تجربه این سازمان، درباره رویکرد مرکادولیر و ارزش ها و فرهنگ این سازمان توضیح می دهد. مرکادولیر (مللی) که در سال ۱۹۹۹ تأسیس شد، به بزرگترین گروه تجارت الکترونیک آمریکای لاتین تبدیل شده است. مأموریت آن دموکراتیزه کردن تجارت و پرداخت ها از طریق امکان خرید و فروش آنلاین هر چیزی است. این شرکت هر روز بیش از ۱۳۰ میلیون کاربر در ۱۸ کشور را قادر می سازد تا به سهولت و با سرعت



شماره ۴۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



وقتی افراد به علت مسن بودن از کار کنار گذاشته می شوند

تبعیض سنی: جایی برای پیرمردها نیست

محاکمه، به توافق رسیدند.

این اقامتگاه طی سال‌های اخیر چند مورد شکایت داشته است؛ دو بار به دلیل عدم پیروی از قانون آمریکایی‌های دارای معلولیت در اقامتگاه‌هایش و یک بار برای سرقت دستمزد. اینیسبروک هرگونه اتهامی مبنی بر تخلف در این موارد را رد کرد و هر سه مورد را حل و فصل کرد. مطالعات متعدد نشان می‌دهد که تبعیض سنی در محل کار ممکن است در پی همه‌گیری ویروس کرونا در حال افزایش باشد. تقریباً ۸۰ درصد از کارگران مسن‌تر در نظرسنجی AARP که سال گذشته انجام شد، گزارش دادند که تبعیض سنی را در کار دیده‌اند یا تجربه کرده‌اند. این نسبت از ۶۱ درصد در سال ۲۰۱۸ افزایش یافته است و بالاترین درصد از زمانی است که گروه حمایت از سالمندان شروع به ردیابی این داده‌ها در حدود ۲۰ سال پیش کرده است.

بر اساس یافته‌های AARP که به داده‌های یک مطالعه توسط مؤسسه اوربن استناد می‌کند، هنگامی که کار یک فرد مسن در شرکتی خاتمه می‌یابد، احتمالاً نسبت به یک فرد جوان برای مدت طولانی‌تری بی‌کار می‌ماند. بر پایه مطالعه‌ای که ماه گذشته منتشر شد، تعداد افراد مسن‌تری که در سال اول شیوع همه‌گیری به علت بی‌کاری بازنشسته شدند، ۱۰ برابر بیشتر از دوران قبل از همه‌گیری بود. چنین شواهدی حاکی از آن است که «استعفای بزرگ» به طور متفاوتی به کارگران مسن‌تر در مقایسه با کارگران در سایر گروه‌های سنی ضربه زده است، زیرا بسیاری از آنها به انتخاب خود بازنشسته نشده‌اند، بلکه اخراج شده‌اند. نگرانی‌های مربوط به پذیرفتن مسئولیت سلامتی افراد مسن در برابر ویروس که به‌ویژه برای این گروه خطرناک‌تر از سایرین بود، ممکن است تبعیض سنی را در دو سال گذشته تشدید کرده باشد. وکلای کار پیش‌بینی می‌کنند که این بحران جهانی به موجی از شکایتهای تبعیض سنی منجر خواهد شد.

۱۵ کارمند سابق یک استراحتگاه گلف شهرستان پینلاس در ایالت فلوریدا، طی دادخواستی ادعا کرده‌اند که شغل خود را به دلیل شرایط سنی‌شان از دست داده‌اند. یکی از شاکیان، مایک مارکونیوس به مدت ۴۵ سال در اینیسبروک ریزورت کار کرد تا اینکه در سن ۶۲ سالگی از کار کنار گذاشته شد. بر اساس دعوی تبعیض سنی که ماه گذشته در شهرستان پینلاس علیه سالاماندر اینیسبروک ال ال سی، شرکت مادر استراحتگاه پالم هاربر مطرح شد، پنج نفر از کارکنانی که از کار کنار گذاشته شده‌اند، در دهه ۷۰ زندگی خود بوده‌اند و ۹ نفر از آنها برای بیش از دو دهه در استخدام این استراحتگاه بوده‌اند. این شرکت در سال ۲۰۰۹ با اتهامات تقریباً مشابهی از سوی چهار کارگر ارشد روبه‌رو شد. مایک ویلیامز، مدیر عامل این استراحتگاه می‌گوید که هیچ‌کس را به خاطر سن و سال اخراج نکرده‌اند و منتظرند تا روند حقوقی، حقایق را در این خصوص آشکار کند.

کارمندان سابق که همگی بیش از ۴۰ سال دارند در شکایت خود مدعی شده‌اند که همراه با سایر کارکنان استراحتگاه در شروع همه‌گیری در مارس ۲۰۲۰ مرخص شده‌اند. اما کارمندان جوان‌تر تماس‌هایی در مورد بازگشت به محل کار در ژوئن دریافت کرده‌اند، در حالی که کارمندان مسن‌تر تماسی در این خصوص نداشته‌اند و به کلی از کار اخراج شده‌اند. از کار اخراج شدند. آنها می‌گویند تصمیم شرکت در مورد اینکه کدام کارمندان را رها کند، صرف نظر از عملکرد یا سال‌های کار در استراحتگاه، تنها با انگیزه سن صورت پذیرفته است.

تیلور روبیگ، وکیل کارگران می‌گوید: «دادگاه تازه شروع شده است. ما وارد مرحله اکتشافی می‌شویم و اینجاست که اطلاعات آشکار خواهد شد.» در سال ۲۰۰۹، چهار کارمند قدیمی اینیسبروک از این شرکت به دلیل اخراج آنها به خاطر سن‌شان و جایگزین شدن کارمندان جوان‌تر شکایت کردند، اما طرفین قبل از آغاز روند

است. کسانی که از این شرکت استعفا داده‌اند می‌گویند عدم تعادل میان کار و زندگی و بی‌توجهی به فرهنگ سازمانی، از نقاط ضعف این شرکت بزرگ است. این در حالی است که ارزش پیشنهادی شفاف می‌توانست از آسیب به برند کارفرمایی این شرکت جلوگیری کند و به افراد مستعد کمک کند تا تصمیمی آگاهانه برای کار در این شرکت بگیرند. جویندگان کار هنگام ارزیابی یک نقش یا یک سازمان از خود می‌پرسند: «آیا این کار ارزش تلاش را دارد؟» وقتی پاسخ مثبت است، احتمالاً به این معنی است که شما یک ارزش پیشنهادی قوی ارائه داده‌اید.

کارفرمایان می‌توانند کار سخت، ساعات کاری طولانی، نوآوری و عملکرد عالی را طلب کنند، اما در مقابل لازم است به کارمندان که این خواسته‌ها را برآورده می‌کنند به گونه‌ای پاداش دهند که با اهداف شخصی و حرفه‌ای کارمندان همسو باشد. وقتی این اتفاق بیفتد، هم سازمان و هم نیروی کار می‌توانند با یکدیگر رشد کنند.

تجربه

تجربه کارمند بسیار ارزشمند است و نقش مهمی در ایجاد و تثبیت شهرت شما به عنوان یک کارفرما دارد. اگر این شهرت به اندازه کافی قوی باشد، استعدادهای برتر ممکن است مایل به چشم‌پوشی از یک تجربه خسته‌کننده باشند. اما اگر نام تجاری کارفرمای شما ضعیف باشد، حتی بهترین تجربه کارمندی شما را در رادار اکثر جویندگان کار قرار نمی‌دهد. ماهیت تجربه به کارمند مستقیماً به توانایی شما در ارائه پیشنهاد ارزش کارفرما بستگی دارد. هنگامی که کارکنان انتظارات کارفرما را درک کرده و برآورده می‌کنند و بر اساس آن پاداش دریافت می‌کنند، احتمالاً تجربه کار برای سازمان شما را مثبت می‌بینند. تجربه مثبت کارمند به عملکرد بهتری و در نهایت عملکرد بهتر سازمان منجر می‌شود. تجربه کارمند شما باید منعکس‌کننده معیارهای ارزیابی شهرت باشد که برای اولویت‌بندی انتخاب کرده‌اید. به عنوان مثال، مک کنزی شرکتی است که به کاتالیزور شغلی شهرت دارد. این شرکت با تجهیز مداوم کارمندان خود به تخصص و تجربه مورد نیاز برای کسب موقعیت‌های مورد علاقه در شرکت‌هایی مانند گوگل و آمازون یا شروع سرمایه‌گذاری‌های خود، برند کارفرما را به شکلی ملموس تقویت می‌کند. در نهایت، شما نمی‌توانید به جای داشتن یک برند کارفرمایی خوب، کارمندی خوش صحبت را استخدام کنید که برند کارفرمایی‌تان را تبلیغ کند. همان‌طور که مشتریان راضی از یک خدمت یا محصول، تبدیل به بهترین تبلیغ‌کنندگان و فروشنده‌های همان خدمت یا محصول می‌شوند، کارمندان فعلی و سابق یک شرکت نیز می‌توانند بهترین مبلغان برند کارفرمایی یک سازمان باشند.

می‌پرسند، اشاره می‌کند: آیا کار در اینجا باعث پیشرفت شغل من می‌شود؟ استعدادهای برتر به شرکت‌هایی سرازیر می‌شوند که فرصت‌هایی را برای توسعه مداوم در داخل و خارج از دفتر ارائه می‌دهند. C. دوم، فرهنگ (Culture) محصول مستقیم افرادی است که شما استخدام می‌کنید و نگه می‌دارید. این یک محیط کاری است که برای یک نوع خاص از افراد جذاب است یا برای هر کسی؟ به عنوان مثال تمرکز شرکت مسس موچوال بر تنوع، مستقیماً با تمرکز آن بر شهروندی مرتبط است. این شرکت علناً در مورد اهمیت تنوع در سازمان و گام‌های ملموسی که برای ایجاد یک محل کار واقعاً عادلانه برداشته است، از جمله هزینه‌های بیشتر با مجموعه‌ای از تأمین‌کنندگان مختلف، ارائه آموزش‌های ضد نژادپرستی به کارکنان و افزایش تنوع در رهبری موضع‌گیری می‌کند. شرکت اینتین نیز به نقش فرهنگ در برند کارفرمایی خود توجه کرده است. اعتقاد شرکت به تنوع پیشینه، تفکر و تجربه در تمام ارزش‌ها و اقدامات آن نهفته است. اینتین تأکید زیادی بر حصول اطمینان از این دارد که استعدادهای این را می‌دانند و از آن تبعیت می‌کنند تا یک فرهنگ قوی و سازگار را پرورش دهند.

پیشنهاد

پیشنهاد ارزش کارفرما (EVP) به وضوح می‌گوید که رابطه کارفرما - کارمند در یک سازمان خاص چطور تعریف می‌شود و عملکرد و رفتار سازمان را که ممکن است شامل غرامت مالی، فرصت‌های توسعه حرفه‌ای، ایجاد تعادل میان کار و زندگی، احساس تعلق یا هر چیز دیگری باشد و کارکنان در سازمان آنها را به دست می‌آورند، مشخص می‌کند. پیشنهاد ارزش، اعتبار شما را به عنوان یک سازمان در بازار تأیید می‌کند. مزایایی که ارائه می‌دهید باید متناسب با انتظاراتی باشد که از کارمندان خود دارید تا اطمینان حاصل شود که ارزش پیشنهادی‌تان منصفانه است و هر دو طرف باید با برند کارفرمایی که می‌خواهید بسازید و اهداف استراتژیک سازمان همسو باشید. اگر خواسته‌هایی که از کارمندان می‌شود بیشتر از آن چیزی باشد که در ابتدا به آنها گفته می‌شود، یا اگر در ارائه مزایایی که قول داده‌اید شکست بخورید، نه تنها کارمندان خود را از دست خواهید داد، بلکه ممکن است به برند کارفرمایی خود آسیب دائمی وارد کنید. تسلارادر نظر بگیرد. این شرکت با وجود اینکه این توان را دارد که یک ارزش پیشنهادی عالی به کارمندان خود ارائه دهد، از انجام آن خودداری می‌کند. این در حالی است که برند شخصی ایلان ماسک و اهداف تجاری تسلارا به خودی خود می‌توانند در جذب نیروی کار مؤثر واقع شوند، اما برند کارفرمایی این شرکت با شهرت منفی خود فرصت جذب نیروهای مستعد را تا حد زیادی از دست داده



ترانه احمد دوست

taraneh-ahmaddoust@yahoo.com



شماره ۴۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



استخدام افراد، همان اندازه که مهارت و تجربه اهمیت دارد، نگرش آنها نیز مهم است؛ «ما به دنبال افرادی با سازگاری و تناسب فرهنگی لازم برای رونق در کسب‌وکاری سریع هستیم. ما افرادی با انرژی و ذوق کارآفرینی می‌خواهیم. افرادی که می‌خواهند تفاوت ایجاد کنند و اثری از خود به جای بگذارند.»

فرایند انتخاب آنها نیز نشان‌دهنده این تمرکز آنها بر مسائل فرهنگی است و شامل قرار دادن کانیداها در موقعیت‌های کاری روزمره و سنجش واکنش‌های آنها می‌شود.



رسیدگی به یک محصول یا بسته‌بندی، این را به عنوان بخشی از تحقق وعده ما به خریدار در نظر بگیرند.»

اسکولا می‌افزاید: «ما می‌خواهیم فرهنگ شرکت ما در سراسر سازمان بازتاب پیدا کند. ما می‌خواهیم مردم ما خود واقعی‌شان باشند و در محل کار خود را آزادانه بیان کنند. ما از آنها می‌خواهیم که پتانسیل خود را بالفعل کنند.» نیروی کار مللی طیفی از استعدادهای مختلف را در بر می‌گیرد؛ از تیم‌های نرم‌افزاری، بازاریابی و توسعه کسب‌وکار گرفته تا پرسنل مراکز تماس و توزیع. او توضیح می‌دهد که در



آرزوهای زیبا و والابرای پیشبرد کار لازم است اما کافی نیست

ورود به باشگاه بزرگان

نه آنچنان شور که بگوییم «هنر نزد ایرانیان است و بس» و نه آن قدر بی نمک که در دنیای پرشتاب کسب و کار جهانی خود را دست و پا بسته و ناتوان بدانیم. اما زنده ماندن در میدان رقابت و سر برکشیدن و وارد شدن به باشگاه بزرگان بیش و پیش از آنکه به گذشته تمدنی یا آرزوهای زیبایی ما بستگی داشته باشد، نتیجه تلاش‌های روشن بینانه و پیروی از راهبرد هوشمند است.

تغییر میدان فعالیت، جابه‌جایی جغرافیایی، ارتباط با افراد جدید و کارهایی از این دست برای دگرگون کردن شرایط افراد مفید است، اما جای شگفتی است که برخی از کسب و کارها هم برای جبران کاستی‌ها و چیره شدن بر مشکلات خود همین روش را در پیش گیرند و بلادرنگ چشم به بازارهای خارجی می‌بندند، این در حالی است که برخی از کارگزاران دولتی هم در آتش این اشتیاق می‌دمند بی آنکه پیش‌نیازهای چنین کاری فراهم باشد.

تجربه نشان داده که آرزوهای زیبا و والابرای پیشبرد کار لازم است اما کافی نیست. تلاش برای ورود به بازارهای خارجی یا گسترش کسب و کار در حوزه‌های دیگر اگر به دلیل ناتوانی از پیشبرد برنامه‌های جاری باشد، نه تنها سودی به بار نخواهد آورد بلکه مرگبار نیز خواهد شد. در حالی که دست یافتن به بازارهای خارجی به معنای دسترسی به منابع مالی ارزشمند است که نه تنها در شرایط دشوار کنونی بلکه همیشه اشتیاق زیادی را برانگیخته، اما ورود به این میدان پیش‌نیازهایی دشوار دارد.

کسب و کارهای بسیاری را می‌توان یافت که در میانه بحران‌های مالی یا دشواری‌های کلان ملی و منطقه‌ای با ایجاد تغییراتی در برنامه‌ها

و بازار خود موفقیت‌های چشمگیری به دست آورده‌اند، اما نکته کلیدی در این روند آن است که برنامه راهبردی روشن و واقع بینانه‌ای در اختیار باشد. گرچه داستان‌های دلنشینی از تصمیمات دشوار صاحبان کسب و کارها بازگو می‌شود که شونده‌ها به سوی رویارویی حسی و شهودی با مشکلات در پیچ‌های سرنوشت‌ساز می‌کشاند، اما واقعیت‌ها به گونه‌ای دیگر است. شهادت در انتخاب راه، به ویژه آنکه که شرایط دشوار و مه‌آلود است، بیش از آنکه بر پایه شهود و خیال پردازی باشد، به داده‌های قابل تکیه و ارزیابی موشکافانه وابسته است. همین داده‌ها و ارزیابی‌های سخت گیرانه در کنار دانش و تجربه زیسته، زمینه ساختن راهبرد درست را ایجاد می‌کند. به این ترتیب صاحب کسب و کار به جای برگزیدن یک مسیر از میان انبوه راه‌های ناروشن، با گروه کوچکی از گزینه‌ها روبه‌روست که داده‌های کافی درباره پیامدهای انتخاب هر کدام را در اختیار دارد. برگزیدن یک مسیر در چنین شرایطی نه اقدامی بر پایه احساس، بلکه گامی استوار رو به پیش است که به سادگی می‌توان افراد دیگری را هم در ادامه آن با خود همراه کرد، چراکه نه بر دریافت فردی بلکه روی ارزیابی روشمند و قابل سنجش پایه‌گذاری شده است.

بهبتر است تلاش برای یافتن بازارهای خارجی، گسترش دامنه کارها و ورود به باشگاه بزرگان را نه با پشتوانه هنر ایرانی بودن و نه اشتیاق فراوان خود، بلکه بر پایه راهبرد روشن و سنجش‌پذیر دنبال کنیم. پیشینه تمدنی ما نیز نشان می‌دهد انتخاب‌هایی سرنوشت‌ساز که امروز هم افتخار آفرین هستند، از همین الگو پیروی کرده‌اند.



شماره ۴۷
اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



داستان شعله‌های آشنا

مقایسه کوتاه بزرگان کبریت‌سازی اروپا و ایران

را در سال ۱۹۱۱ در Fredriksdackalmar و سال ۱۹۱۲ در Monstera راه‌اندازی کرد. این کسب و کار خانوادگی یک سال پس از این با تعدادی شرکت دیگر کبریت‌سازی سوئدی ترکیب شده و شرکت بزرگی را ایجاد کرد. این روند در سال ۱۹۱۷ تکرار شد و آن‌ها با ادغام با شرکت بزرگ دیگری در نهایت سوئدیش مچ را ایجاد کردند. با این ترکیب و ادغام‌ها آن‌ها بر کارخانه‌های سازنده تجهیزات، تأمین مواد اولیه و کارخانه کبریت‌سازی تسلط یافتند. پس از این شرکت شروع به گسترش بازار خود در سایر کشورها کرد. روند یکپارچه کردن صنعت کبریت‌سازی پس از سوئد، در نروژ و فنلاند هم دنبال شد و به تدریج سوئدیش مچ بزرگ‌ترین بازیگر کبریت‌سازی دنیا شد.



مهران امیری

mehranamiri@gmail.com

سال‌های پایانی قرن ۱۹ و ابتدای قرن ۲۰ اروپای صنعتی شده شاهد شکل‌گیری کارخانه‌های تولید کبریت بود. سوئد، اتریش و انگلستان از نخستین کشورهای اروپایی بودند که وارد این صنعت شدند. بزرگ‌ترین این تولیدکنندگان برابانت اندمی (Bryant & May) از انگلستان و سوئدیش مچ (Swedish Match) از سوئد بود. رقابت این تولیدکنندگان برای تسخیر بازارهای جهانی پای آن‌ها را در سال‌های آغاز قرن ۲۰ به ایران نیز باز کرد. کارخانه‌های معروف کبریت توکلی و کبریت ممتاز در ایران که از همین سال‌ها شکل گرفتند و در دهه‌های بعد دستخوش مشکلاتی شدند و هرگز نتوانستند پای خود را فراتر از مرزهای کشور بگذارند. این در حالی است که رقابتی خارجی آن‌ها به سرعت بر بازار کشورهای مختلف چیره شده و خود را با روند به‌روز فناوری‌های جدید نیز همراه کرده بودند.

غولی به نام سوئدیش مچ

شرکت سوئدیش مچ امروز یکی از بازیگران اصلی تولید کبریت در دنیاست. این شرکت در ۱۰ کشور کارخانه تولیدی دارد و محصولات خود را به بیش از ۱۰۰ کشور می‌فروشد. این شرکت نخستین کارخانه خود

گرفتار در چنبره مدیران دولتی

در همین دوران کبریت‌سازی در ایران درگیر فراز و فرودهای برگرفته از تحولات سیاسی بود. کارگاه‌های تولید کبریت که در تبریز پایه‌گذاری شده بود رو به تعطیلی رفت و رقابت روسیه و انگلیس باعث شد امتیازهای انحصاری تولید و واردات محصولات جذابی همچون قند و کبریت و پارچه دچار





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

یک ساتوشی

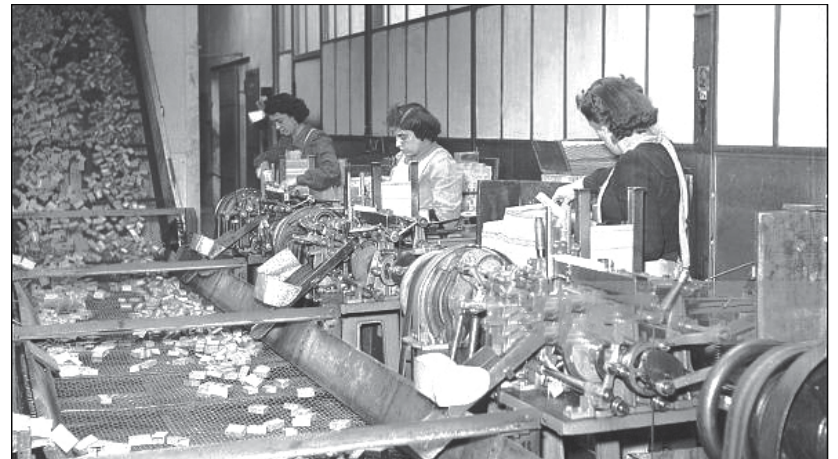
محمد آذر نیوار / نیما ملک پور | چاپ ششم



چاپ ششم منتشر شد

پیشنهادهای دویژه به مناسبت انتشار چاپ جدید

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



شماره ۴۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم

بازار که بگویند هنوز کبریت توکلی هست!... سال ۱۳۱۳ به تهران آمدیم و در خیابان ناصرخسرو کوچه خدا بنده لوه‌ها، منزل معتمد الملک، دو تا اتاق اجاره کردیم. تا اینکه در سال ۱۳۱۷ در تهران به پدرم می‌گویند کار کارخانه‌ات درست شد و می‌توانی دوباره آن راه اندازی کنی... زمان جنگ که قوای اشغالگر به ایران آمدند، ما ۸۰۰ نفر کارگر داشتیم. کار نیمه دستی و ماشینی بود.»

راهبرد توسعه برای مقابله با ناکامی

کسب و کارها گرچه برای پیشبرد برنامه‌های خود به بنیان‌گذاران پرتلاش وابسته هستند و مشتریانی که محصول / خدماتشان را می‌خواهند راه را هموار می‌سازند، اما پایدار ماندن و گسترش کسب و کار به بیش از این‌ها نیاز دارد. محمد تقی توکلی در این باره می‌گوید: «به هر حال کبریت رفتنی است. به همین علت من شش کارخانه دیگر در کنار کبریت‌سازی دایر کرده بودم. کبریت ضعیف می‌شود اما از بین نمی‌رود. ولی مسلماً دیگر نمی‌تواند به هزار کارگر کار بدهد یا سه میلیون قوطی بسازد. بنابراین من آن سال‌ها پیش بینی کرده بودم و ۱۲۷ هزار مترمربع زمین در منطقه صنعتی تخصیص داده بودم به کارخانه‌های جدید.»

راهبرد توسعه، برنامه اجرایی مناسب، شریک تجاری کارآمد و شناخت بازار عبارات آشنایی هستند که پیروزی یا ناکامی کسب و کارها را رقم می‌زنند. در کنار این‌ها، فرصت‌هایی که در دوره‌های ویژه تاریخی شکل می‌گیرند، راه ادامه زندگی و پیشرفت کسب و کارها را هموار یا دشوار می‌سازند. مقایسه تاریخی پایه‌گذاری، رشد و ادامه کار صنعت کبریت‌سازی در ایران و اروپا تصویر روشنی از کارکرد این موارد را نشان می‌دهد. دگرگونی‌های صنعتی و اجتماعی انگیزه و بستر رشد را برای شرکت سوئدی فراهم ساخت تا خود را از تولیدکننده کبریت به یک غول صنعتی تبدیل سازد که در همه بخش‌های زنجیره تولید تا فروش حضور کارآمد داشته باشد و در همین حال پایه‌گذاران داخلی کبریت‌سازی سال‌های بسیاری را درگیر تلاش برای زنده ماندن بودند.

نوسان شود. ورود دولت برای حمایت از تولید کبریت به آنجا رسید که چاپ برجسب قوطی کبریت باید تنها در چاپخانه مجلس انجام می‌شد. در این دوره گرچه معافیت‌های گمرکی و مالیاتی با هدف حمایت از تولید در جریان بود، اما کبریت‌سازی کشور نتوانست رشد کند. ناتوانی در تأمین نیاز بازار کشور تا حدود دهه ۴۰ و ناکامی در کسب سهم از بازار کشورهای همسایه به ویژه پاکستان در دهه‌های ۲۰ و ۳۰ شواهد این روند هستند. در همین حال در دهه‌های ۴۰ و ۵۰ با کم‌رنگ شدن حضور دولت در این صنعت و باز شدن دست صنعتگران برای واردات ماشین‌آلات، رونقی نسبی در این صنعت پدید آمد. گرچه اسنادی که نشان‌دهنده برنامه‌ریزی همگام با پیشرفت کشور برای پاسخگویی به نیاز در این زمینه باشد در دسترس نیست و تنها خاطرات محمد تقی توکلی، فرزند بنیان‌گذار کبریت توکلی، گویای آن است که آگاهی درباره روند روبه کاهش تقاضا برای کبریت وجود داشته است. در حالی که شرکت‌های داخلی هرگز راهبرد ادغام و گسترش دامنه کار به خارج از مرزها را دنبال نکردند. در روزهایی که شرکت سوئدیش مچ به دنبال یافتن بازارهای جدید بود و توانست محصولات جایگزین را در سبد تولیدات خود قرار دهد، کارخانه‌های ایرانی گرفتار مدیران دولتی شدند و پس از چند دهه آنگاه که تجهیزات فرسوده شده بودند، بازار از دست رفته و تولید کاهش یافته بود، به بخش خصوصی برگشت داده شدند.

کبریت توکلی هنوز هست!

محمد تقی توکلی بخشی از داستان کارخانه کبریت‌سازی پدرش را چنین بازگو می‌کند: «پدرم کارخانه کبریت‌سازی را تأسیس می‌کند، اما پس از چند سال بعضی دوستان برای ما مشکلاتی ایجاد کردند و کارخانه مدتی بسته شد. کارخانه ما را در تبریز مهر و موم کردند و پدرم در سال ۱۳۱۳ دست مرا گرفت و رفتیم تهران. اما این مردم بودند که نام کبریت توکلی را در آن سال‌ها زنده نگه داشتند. سقف کارخانه را سوراخ کرده بودند و شب‌ها می‌رفتند صدتا دیو است تا جعبه کبریت درست می‌کردند و می‌دادند به



نصایح عبدالقادر گیلانی

زیردستان را تو از پا درمیار

ابومحمد عبدالقادر گیلانی (۴۷۱-۵۶۱ ه. ق.) ملقب به محی الدین، عارف و صوفی و شاعر ایرانی قرون پنجم و ششم قمری و از مشاهیر عرفای تاریخ اسلام و از بزرگان صوفیه است که یکی از طریقت‌های مهم صوفیانه جهان اسلام، یعنی طریقت قادریه به وی منسوب است. طریقت قادریه از نخستین فرقه‌های صوفیانه اسلام است که شکل‌گیری آن از اواخر قرن ششم تا اوایل قرن دهم به طول انجامید. این طریقه در کارنامه ۹۰۰ ساله خود در برهه‌هایی از زمان میان مردم نقش بسیار مؤثری ایفا کرد. از آنچه درباره احوال و زندگی شیخ در بیشتر کتب ذکر شده، چنین برمی‌آید که شیخ عبدالقادر گیلانی در قریه نیف یا نایف از توابع گیلان غرب زاده شده و تا حدود ۱۸ سالگی از او اطلاعات زیادی در دست نیست. شیخ پس از گذراندن مراحل تحصیل در علم حدیث، فقه، ادب و لغت و طریقت عرفانی، سرآمد زمان خود شد و از این پس دوران وعظ و تدریس او شروع شد. در یکی از غزلیات عبدالقادر آمده است:

در جهان امروز بی‌پروا مباش
فارغ از اندیشه فردا مباش

کشتی‌ای پیدا کن و بنشین در او
ایمن از غرقاب این دریا مباش

غافل از احوال مظلومان مشو
بی‌خبر از ناله شب‌ها مباش

در پی خود کن دعاگویان نیک
بد مکن با مردمان تنها مباش

کار درویشان و مسکینان برآر
یاد کن از مرگ و درد افزا مباش

نیکوئی می‌کن، نیکو نام شو
بد مکن مشهور در ایندا مباش

دادخواهی را چو بینی، داده
در دکان و جاه بی‌سودا مباش

زیردستان را تواز یا درمیار
عزّه این فرقی فرقد سا مباش

خلق را محیی تو ناصح گشته‌ای
پیرو این نفس بی‌پروا مباش

نقاره زدن ایلان خان روی سیبیل شاه

یک عده روزنامه‌نگار بیکار پیدا شده‌اند که توی این بازار بی‌سوژگی‌هی حساب می‌کنند با آن چهل و نمی‌دانم چند میلیارد دلاری که ماسک خرج خریدت تویتر کرد، چه چیزهایی می‌شد خرید

که توی این بازار بی‌سوژگی‌هی حساب می‌کنند با آن چهل و نمی‌دانم چند میلیارد دلاری که ماسک خرج خریدت تویتر کرد، چه چیزهایی می‌شد خرید. یکی فهرست باشگاه‌های جهان را می‌نویسد، آن یکی تعداد گرسنگان جهان را حساب می‌کند، این یکی هزینه حقوق کارگران خودروسازهای داخلی را محاسبه می‌کند.... خلاصه یک اوضاعی درست شده که به قول قدیمی‌ها «بیبا و ببین». باز هم به قول همان قدیمی‌ها «فقیر روغن چراغش را می‌سوزاند، پول پولدار را حساب می‌کند!» یعنی توی این وضعیت «بی‌گیگی» و «کم‌گیگی»، ما هی باید ویدئو و عکس و اینفوگرافیک و... باز کنیم که ببینیم ایلان چقدر پول دارد؟ شب کجا می‌خوابد؟ بقیه پول‌هایش کجا هستند و سفر بعدی فضایی‌اش چه زمانی است؟

از قدیم گفته‌اند: «پول داشته باش، روی سیبیل شاه نقاره بز.» حالا ما با قدرت تخیل آن بنده‌خدایی که اولین بار این ضرب‌المثل را نوشته کاری نداریم و نمی‌پرسیم که آدم چطور می‌تواند روی سیبیل کسی برود، آن هم با اسباب و آلات موسیقی. اینها هیچ‌بعداً سر جایش سؤال می‌کنیم، اما می‌خواهم ببینم واقعاً آدمی پول داشته باشد، هر کاری می‌تواند بکند؟ یعنی این کاغذهای رنگی‌رنگی این قدر توانایی دارند؟ چه می‌دانم والله. برای پاسخ به این سؤال باز هم باید برویم سراغ ایلان خان!



عبداللّه مقدمی

@moghaddamy0007

ایلان ماسک این بار هم ره‌ما را غافلگیر کرد، حتی هیئت مدیره تویتر را. یعنی شما فکرتش را بکنید این جماعت همه از اینکه تویتر بیفتد دست هم‌چین آدم ناراحتی، اظهار ناراحتی می‌کردند اما در همان لحظات با یک چشم‌اشک و یک چشم خون، قرارداد واگذاری این شبکه اجتماعی گردن کلفت را امضا می‌کردند. من بی‌سواد عامی متوجه موضوع نشدم؛ شما اگر متوجه شدید به من بگویید.

حالا این وسط یک عده روزنامه‌نگار بیکار پیدا شده‌اند

۱

تویتر به دست ایلان آزاد شود، صفحه او را تحویلش می‌دهد. خب حالا جواب این همه ضرر را چه کسی می‌دهد؟

۲

راستش اگر همین الان از من بپرسند مگر تو تویتر را از نزدیک دیده‌ای؟ باید بگویم: خیر. بالاخره چیز فیلتر شده را که نباید باز کرد. کار درستی نیست و اگر بعضی‌ها انجامش می‌دهند، ما تأییدش نمی‌کنیم. اتفاقاً از مسئولین محترم تقاضا می‌کنیم که هرچه زودتر بزندان از بیخ بترکانند این جرثومه فساد را. جریان یک سفر ساده ترکیه را که دیدید.

۳

ما هم بهتر است برویم به آن شبکه‌های پرافتخار ملی که دارند برایمان می‌تراشند، فکر کنیم. این طوری برای پوست‌مان هم بهتر است.

۴

اما خودمانیم در این میان بزرگ‌ترین ضررکننده دونالد ترامپ بدبخت بود که بعد از اخراجش از تویتر، چنان ناراحت شد که رفت و از بیخ برای خودش یک شبکه اجتماعی زد؛ درست مثل آن گل‌پسری که پدر و مادر

برایش مدرسه مناسب پیدا نکردند و مجبور شدند که یک مدرسه دور بچه بسازند. البته این بچه و والدینش که ضرر نکردند، اما دونالد ضرر کرد چون به محض اینکه آن مدیر، درست همان وقتی که فریبا در جست‌وجوی شماره آن نگون‌بخت بود، من از در وارد شده بودم که باعث خوش‌بختی مدیر مورد اشاره شدم؛ اگر بفهمد!

ماجرای هم از این قرار بود که بچه‌ها برای پیگیری مراحل اداری امضای یک قرارداد نامه‌نگاری‌هایی کرده‌اند و ناگهان نامه‌ای دریافت شده که در آن مجموعه‌ای موارد تخصصی اما نادرست کنار هم قرار گرفته و درخواست‌هایی شده که به قول فریبا و سمیرا، اجرای هر کدام یک قرارداد جداگانه است. گرچه ما پیش‌تر هم با این شکل درخواست‌ها روبه‌رو شده‌ایم ولی این یکی با هر دیدگاهی یک پدیده ویژه بود.

در کنار همه اینها، سمیرا هم می‌گوید اصلاً مسئولیت این آقا براساس سمتی که در زیر نامه‌اش نوشته، نه به قرارداد ما ربط دارد و نه مواردی که درخواست کرده است. گویا فریبا هم در نظر داشت در یک گفت‌وگوی تلفنی همین‌ها را بپرسد که من رسیدم. برای آرام کردن آنها پرسیدم: «خودتون مراقب بودید که همین اشتباه را انجام ندید؟ چرا سامان پیگیری نکرد؟ شاید بد نبود محمد پرس‌وجو بکنه.» ولی نگاه

شب نوشته‌های یک بچه نوآورا! (۴۰)

اندر احوالات یک نامه خیلی جالب اما گره‌انداز!

اگر کمی دیرتر رسیده بودم، شاید فریبا تماس تلفنی را گرفته بود و حالا این کار سخت روی دوش خودم نبود؛ آخر من چطور به یک آدمی که رئیس و تصمیم‌گیر برای طرح همکاری با ماست، بگویم: «داداچ اجتهاب می‌فهمی، درست نخوندی، شاید هم فقط شنیده‌ای ولی نادرست؛ حالا چرا با انبوه نداشته‌ها دست توی سوراخ دماغ ما کردی؟»

گرچه گناهی هم ندارد. هنوز باخبر نیست که این سوی ماجرا فریبا نشسته که همه ما از حساب می‌بریم و چنان مورا از ماست بیرون می‌کشد که تبدیل به کره

شود و همه بگوییم اصلاً کشک چی و پشم چی؟ به هر حال از بخت بد و اقبال شور من و خوش‌بختی



مهران امیری



mehranamiri@gmail.com

همراه با سکوت فریبا همه‌چیز را یادآوری کرد! قرار همیشه‌گی ما این بوده که پیگیری با مشتری را تنها فریبا انجام بدهد تا چندگانگی پیش نیاید و آن نگاه ژرف خیلی روشن‌نگر بود. خودم را کمی جمع و جور کردم و پرسیدم مواردی را که قرار بود در گفت‌وگوی تلفنی به آنها اشاره کنید، فهرست کرده‌اید؟ عجب پرسش نامناسی بود.

پیش از آنکه فریبا دوباره من را هدف نگاهی تند کند، خودم پاسخ دادم و خنده کوتاهی کردم و گفتم: «خب مهم‌ترین مطلبی که قرار بود گفت‌وگو رو با اون شروع کنید چی بوده؟» و با اشاره فریبا به خط نخست فهمیدم عجب نامه جالبی گرفته‌ایم.

مدیر گران قدر وقتی دست به قلم مبارک برده‌اند، یادشان بوده که در ماه میهمانی خدا هستیم و نامه را این‌گونه آغاز کرده‌اند: «ضمن قبولی طاعات و عبادات و مسئلت روح بازماندگان.»

به هر حال با تلاش بسیار فهمیدم که ایشان آرزوی قبولی عبادات ما را از درگاه الهی داشته‌اند، نه اینکه خودشان طاعات و عبادات ما را قبول کنند! اما روشن نشد که پای کدام بازماندگان در میان است و حالا چه چیزی را از چه کسی مسئلت می‌کنند؟ اصلاً «مسئلت روح بازماندگان»!

رئیس سازمان بورس خبرداد

صندوق سرمایه گذاری رمزارزی در انتظار دریافت مجوز فقهی



ضمیمه رایگان
هفته نامه
کارنگ در
حوزه رمزارزها
سال دوم
یازده اردیبهشت
۱۴۰۱
صفحه ۱۶

رمزارز

۱۷

گفت و گویا آرشی فروزان اعلا، فعال حوزه رمزارز و بلاکچین که می گوید نهادهای رگولاتور باید از تجربیات فعالان اکوسیستم رمزارزی استفاده کنند

تصمیمات تنش زا اکوسیستم را زیرزمینی می کند!

اجازه دهیم دوره گذار
کسب و کارهای رمزارزی طی شود

تکس: پریا امیرحاجلو

۱۲

خانم شریفی نیا هرچیز و هرکسی را تبلیغ نکنید!

درباره یک استوری اینستاگرامی که بهانه خوبی شد برای بحث و گفت و گو درباره خطر ورود سلبریتی ها به حوزه رمزارزها

۱۰

عرض اندام در برابر دیگر بازارها

Financial services industry \$22.5 trillion	Food industry \$5 trillion	Oil and gas exploration and production \$4.6 trillion	Automobile manufacturing \$3 trillion	Cryptocurrency industry \$2.35 - 2.9 trillion	Telecommunications industry \$1.74 trillion
--	-------------------------------	--	--	--	--

<p>خبر NEWS</p> <p>آهنگی از استاد شجریان ان اف تی شد</p> <p>۱۲</p>	<p>تحلیل ANALYSIS</p> <p>کسب و کارهای رسمی در برابر کلاهبرداران</p> <p>۳</p>	<p>گزارش REPORT</p> <p>بازار سرمایه و اقتصاد توکن محور</p> <p>۴</p>
--	--	---

۲

چرا توکن ووجک بانماد WOJ تقلبی است؟

از آدرس های جعلی
تانا شناس بودن
بنیان گذاران، دلایل
زیادی برای هشدار
دادن درباره
این توکن وجود دارد

این یک هشدار است!

همدستی خطرناک سلبریتی ها، استادان
اینستاگرامی و توکن های تقلبی



همدستی خطرناک سلبریتی‌ها، استادان اینستاگرامی و توکن‌های تقلبی

این یک هشدار است!

❖ اخیراً پای سلبریتی‌ها به حوزه تبلیغ توکن‌های تقلبی باز شده است؛ نه اینکه قبلاً در این عرصه حضور نداشتند، بنابراین جای خالی‌شان را شاخ‌ها و غول‌های اینستاگرامی پر کرده بودند. سلبریتی‌های تلویزیونی که به واسطه بیت‌المال و استفاده از رانت‌های گوناگون از طریق صداوسیما جمهوری اسلامی ایران رشد کرده‌اند، اکنون شروع به تبلیغ توکن‌های تقلبی کرده‌اند. متأسفانه در شرایطی هستیم که فناوری بنیادین بلاکچین در حال تغییر همه‌چیز است و به دلیل سواد مالی پایین مردم ایران بسیاری فرصت را غنیمت شمرده‌اند و با استفاده از احساسات خام مردم در حال سوءاستفاده از آنها هستند. روش همه آنها هم شناخته شده است و می‌گویند با توکنی که معرفی می‌کنند، سریع پولدار می‌شوید! این در حالی است که دنیای رمزارز مانند دیگر بازارهای سرمایه‌گذاری و حتی پریسک‌تراز آنهاست. اگر کسی بتواند به سرعت در بازارهای بورس و اوراق بهادار پولدار شود، قطعاً در بازارهای پریسکی مانند کریپتو هم می‌تواند. منتها نکته اینجاست که آنچه این بازارها را جذاب می‌کند، نه پولدار شدن یک‌شبه در آن، بلکه فرصت‌های کسب‌وکاری است.



مینا والی
مدیرمسئول

@mina_vali

❖ توکن‌های تقلبی که توسط اینستاگرامرها معرفی می‌شود و حمایت برخی چهره‌های شناخته شده تلویزیونی را هم به دست آورده‌اند، توکن‌هایی پوچ هستند که در نهایت باعث مال‌باختگی مردم می‌شوند. در آخرین مورد شاهد بودیم که ملیکا شریفی‌نیا، بازیگر سریال‌های تلویزیونی دست به معرفی یکی از شاخ‌های اینستاگرامی زده و او را مشاور مالی خودش معرفی کرده است. این فرد که گویا در ایران هم ساکن نیست و صرفاً برای مشاوره مالی به خانم شریفی‌نیا به ایران آمده، در حال تبلیغ توکن تقلبی «ووچک» با نماد WJ است. گفته می‌شود افرادی مانند علی حسنی، باربد معصومی ملقب به bitbod و ماهان تیموری در کانال‌های تلگرامی در حال تبلیغ گسترده این

توکن تقلبی هستند. جالب اینجاست که پیش از این برخی خواننده‌های فارسی‌زبان خارج از کشور هم این توکن را معرفی کرده بودند، ولی بعداً بابت معرفی عذرخواهی کردند. ولی فعلاً خبری از عذرخواهی توسط چهره‌های تلویزیونی نیست.

❖ متأسفانه اکوسیستم رمزارز ایران اکوسیستم نوپایی است و هنوز قوانین و مقررات آن تدوین نشده است. در این شرایط آنچه این اکوسیستم را سالم و سرپا نگه داشته، خودتنظیم‌گری‌ای بوده که کسب‌وکارها و افراد شناخته شده انجام داده‌اند. اکوسیستم رمزارز ایران متمرکز بر رمزارزهای شناخته شده است؛ رمزارزهایی مانند بیت‌کوین و اتریوم و در مواردی که رمزارزهایی ریسک بالایی دارند، مانند دوچ و شیبا اینو حتماً توسط فعالان گفته می‌شود که خدای ناکرده افراد به هوای سود بالا متحمل ریسک‌های بالانشوند.

❖ چهره‌های شناخته شده اکوسیستم رمزارز ایران همیشه نسبت به ریسک‌ها هشدار می‌دهند و هرگز پروژه‌های شبه‌دار را معرفی نمی‌کنند، این در حالی است که چهره‌های اینستاگرامی با سوءاستفاده از اتمسفر ایجاد شده، مردم را به سوی پروژه‌های ناشناخته هدایت می‌کنند. استدلال آنها هم این است که سود در توکن‌های ناشناخته است.

❖ اکنون شاهد ورود چهره‌هایی هستیم که از شناخته شدن‌شان به واسطه تلویزیون و جذابیت حوزه رمزارزها، می‌خواهند از این کلاه‌نمدی برای خود بدوزند. در این زمینه به نظر عاقلان اکوسیستم و چهره‌های شناخته شده باید هماهنگ و یکپارچه و مورد به مورد نسبت به هرگونه تبلیغات توکن‌های تقلبی در محیط عمومی تذکر دهند. در صورتی که شاخ‌های اینستاگرامی بر این حوزه مسلط شوند، هرگز نمی‌توانیم امیدوار باشیم که اکوسیستم رمزارز ایران شکل بگیرد و شاهد جنگلی خواهیم بود که مشتکی کلاهبردار آن را می‌گردانند.



از آدرس‌های جعلی تاناشناس بودن بنیان‌گذاران، دلایل زیادی برای هشدار دادن درباره «ووچ» وجود دارد

چرا توکن ووچک با نماد WJ تقلبی است؟

که با مشاهده آن متوجه می‌شویم متن باز نیست و تقریباً هیچ فعالیتی جز درخواستی برای فهرست شدن مشاهده نمی‌شود.

آدیت یا حسابرسی قرارداد هوشمند این توکن توسط شرکت eNebula انجام شده که گویا شیطنتی اینجا انجام شده و قرارداد هوشمندی که آدیت شده، با قرارداد هوشمند متفاوت هستند. در قرارداد هوشمند توابعی وجود دارد که مالک می‌تواند هر کیف پولی را که مایل باشد، بلاک کند یا هر لحظه که اراده کند، قرارداد را متوقف کند. در کیف پول‌های مالکان نیز مقدار بسیار زیادی توکن وجود دارد که به کار پامپ و دامپ می‌آید. این در حالی است که چهره‌های اینستاگرامی و تلویزیونی ایران این توکن را تبلیغ کرده‌اند.



رضا قربانی

@mediamanager_ir

پروژه‌های کلاهبرداری در زمینه رمزارز روش‌های مشخصی را دنبال می‌کنند؛ با کلاهبرداری پانزی هستند، یا فعالیت‌های هرمی و بازاریابی شبکه‌ای دارند یا دروغ می‌گویند و عدم شفافیت دارند و وعده‌های غیرمنطقی می‌دهند. آنهایی که فعالیت‌های پانزی انجام می‌دهند، قطعاً کلاهبرداری هستند. در این شیوه از کلاهبرداری افرادی که تازه وارد می‌شوند، تأمین‌کننده سود کسانی هستند که قبلاً وارد شده‌اند و این کلاهبرداری تا زمانی که افراد جدیدی وارد شوند، ادامه می‌یابد. در روش‌هایی مانند فعالیت هرمی یا بازاریابی شبکه‌ای لزوماً با کلاهبرداری مواجه نیستیم، بلکه با پروژه‌های روبه‌رویی که ریسک بالایی دارد و باید به همه کسانی که می‌خواهند وارد این پروژه‌ها شوند، هشدار داد و افراد با

در نظر گرفتن همه جوانب وارد این پروژه‌ها شوند. در برخی موارد هم شاهد پروژه‌هایی هستیم که وعده‌های غیرمنطقی می‌دهند؛ این پروژه‌ها هم لزوماً کلاهبرداری نیستند، ولی باید دقت کنیم که در عمل وعده‌های منطقی هم به آسانی عملیاتی نمی‌شوند، چه برسد به رؤیابرداری‌های غیرمنطقی. در این موارد ما نمی‌توانیم نیت‌خوانی کنیم و شاید افراد به رؤیاهای خود ایمان داشته باشند، اما مردم مسئول رؤیابرداری‌های دیگران نیستند و اگر کسی می‌خواهد از عملی شدن رؤیای کسی حمایت کند، باید بداند که ریسک بزرگی را برداشته است.

یکی از پروژه‌هایی که با قطعیت می‌توان گفت کلاهبرداری است، پروژه ووچک با نماد WJ است. معمولاً تمام پروژه‌های موفق نرم‌افزاری در گیت‌هاب صفحه دارند و اتفاقاً صفحات آنها معمولاً شلوغ است و مدام به‌روزرسانی می‌شود. اولین چیزی که در WJ محل ایراد است، صفحه این توکن در گیت‌هاب است



شماره ۱۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سوم

راه‌پداخت

عصر تراکنش

انتشارات راه‌پداخت

کارگاه

رمزارز



فرصتی تاریخی در چند قدمی صنعت گردشگری ایران

خاطر هست که سال ۱۳۹۴ یا شاید هم ۱۳۹۵ بود که در صحبت‌ها و نشست‌های رسمی و غیررسمی با مدیران دولتی و مقامات کشوری سعی می‌کردیم آنها را متقاعد کنیم که بخشی از صندوق توسعه ملی ایران را به بیت‌کوین تبدیل کنند؛ فرصتی تاریخی که اگر با بیت‌کوین سه هزار دلاری صورت گرفته بود و امروز - حتی در روزهایی که بیت‌کوین روزهای خوشی را سپری نمی‌کند - با ۱۲ الی ۱۳ برابر شدن این سرمایه ملی طرف بودیم. خاطر هست در همان روزها نیز در همان جلسات وقتی دیدیم گوش کسی در نهادهای دولتی و حاکمیتی بدهکار این حرف‌ها نیست، سعی کردیم سناریوی دیگری را از یک فرصت تاریخی دیگر برای مدیران باز کنیم و آن هم فرصت تاریخی ماینینگ در ایران به جای صادرات نفت خام بود و درخواست خیلی ساده بود؛ «به جای صادرات ۱۰۶ بشکه نفت، آن را در نیروگاه‌های برق صرف تولید برق کنید و این برق را به تولید بیت‌کوین اختصاص دهید.» درباره روزهایی صحبت می‌کنیم که هر بشکه نفت در بهترین حالت ۵۰ دلار فروش می‌رفت، در صورتی که با تبدیل هر ۱۰۶ بشکه نفت خام به برق، امکان استخراج یک بیت‌کوین وجود داشت. یعنی مصرف پنج هزار و ۳۰۰ دلار نفت برای استخراج بیت‌کوینی که در همان زمان ۲۰ هزار دلار قیمت داشت. البته این پیشنهاد هم در کلان نادیده گرفته شد و هر چند به یک اتفاق ملی تبدیل نشد، اما حداقل قدم‌های کوچکی برداشته شد.

حالا به نظر می‌رسد یک بار دیگر فرصتی تاریخی در

چند قدمی ایران است و ما می‌توانیم یک بار دیگر نظاره‌گر آمدن و از دست رفتن فرصت‌ها باشیم یا اینکه برای بهره‌برداری حداکثری از آن خودمان را آماده کنیم. جام جهانی فوتبال ۲۰۲۲ قطر آذرماه ۱۴۰۱ در کشور همسایه ما یعنی قطر با سه میلیون نفر جمعیت و مساحتی ۱۴۲ برابر کوچک‌تر از ایران برگزار خواهد شد. جاذبه‌های گردشگری و مخصوصاً طبیعی قطر به هیچ‌وجه با جاذبه‌های طبیعی و گردشگری ایران قابل مقایسه نیست و به نظر می‌رسد گردشگران فوتبالی در کشورهای همسایه قطر به دنبال فرصت‌های جایگزین خواهند بود. این فرصت مناسبی برای ایران است تا سهم بزرگی از این جریان گردشگری را برای خود رقم بزند؛ به شرطی که شرایط را تسهیل کنیم.

در همین هفته‌ای که گذشت، مهرداد تاوتلی، دبیرکل جامعه هتلداران جزیره کیش گفته بود: «با توجه به مشکلات تحریم و ممکن نبودن استفاده از روش‌های معمول پرداخت‌های بین‌المللی، با استفاده از متخصصان بومی در جزیره کیش امکان استفاده از ارزهای دیجیتال برای گردشگران خارجی فراهم می‌شود. بازی‌های جام جهانی ۲۰۲۲ از ۳۰ آبان تا ۲۷ آذر در قطر برگزار خواهد شد و جزیره کیش با توجه به نزدیکی به این کشور و تشابه آب‌وهوایی، به‌عنوان پشتیبانی از جام جهانی در حال بررسی و تدارک گسترش زیرساخت‌ها



رسول قربانی
سردبیر راه پرداخت



@rasoulqorani

برای گردشگران است.»
حالا سؤال این است که چرا فقط کیش؟ چرا در یک برنامه منسجم و یکپارچه تمام استان‌های ایران، مخصوصاً استان‌های گردشگرپذیر نباید برای استفاده از این فرصت تاریخی خودشان را آماده کنند؟ نداشتن امکان استفاده از سرویس‌های رایج پرداخت بین‌المللی همیشه ایران را از فهرست بسیاری از گردشگران خارج کرده و حالا با فرصتی که پیش روی ماست و توسعه زیرساخت‌های پرداخت مبتنی بر رمزارز و تسهیل شرایط حضور گردشگران، می‌توانیم امیدوار باشیم که وعده و وعیدهایمان برای استفاده از این فرصت تاریخی واقعی بوده و صرفاً یک حرف جوگیرانه نبوده است. در روزهایی که صنعت گردشگری ایران به خاطر شیوع کرونا ضربه سنگینی خورده و مردم نیز با تورمی کمرشکن روبه‌رو هستند، شاید این درآمد دلاری برای مردم این سرزمین بتواند گره از بسیاری از مشکلاتشان بگشاید. امروز مدیران دولتی و حاکمیتی در نهادهای مرتبط باید از این فرصت تاریخی برای تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری در خصوص این فرصت تکرارنشده، اقدامی مهم انجام دهند؛ اقدامی که یک سال دیگر همین موقع به خودمان ببالیم که ما از این فرصت به بهترین شکل بهره بردیم، نه مانند فرصت‌های دیگر که امروز فقط افسوس‌شان را می‌خوریم.



شماره ۱۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



چرا فعالان واقعی رمزارزی بیشتر از همه در برابر این زیست‌بوم مسئول‌اند؟ کسب‌وکارهای رسمی مراقب کلاهبرداران باشند

یکی از ابدهای هر زیست‌بوم کارآفرینی و کسب‌وکاری پایش و رصد آسیب‌هایی است که می‌تواند به کلیت آن ضربات جبران‌ناپذیری وارد کند. آسیب‌هایی که هم ممکن است ناشی از خطاهای عمدی یا سهوی خودی‌ها و برخی کسب‌وکارهای رسمی و شناسنامه‌دار درون آن زیست‌بوم باشند یا سوءاستفاده‌ها و کلاهبرداری‌هایی که افراد یا کسب‌وکارهای در سایه و بدون شناسنامه مرتکب می‌شوند.

اگرچه خسارت‌های دسته‌اول معمولاً سنگین‌تر و لطمات‌گیرمادی آنها بیشتر است، اما همیشه راه جبران آنها به دلیل دسترسی به کسب‌وکارهای رسمی و دارای

آدرس و هویت شفاف، باز است. اما در دسته دوم که نام‌ها و افراد گذری و موقتی بیشتر به چشم می‌خورند، معمولاً جبران خسارت‌ها کاری است سخت و بسیار پرهزینه. پروژه‌های یک‌شبه و چهره‌های اینستاگرامی که از راه‌نرسیده‌می‌خواهند از این فضا سوءاستفاده کنند و یک‌شبه میلیاردها

تومان به جیب بزنند، چندان پایبند اصول کسب‌وکاری و حرفه‌ای آن نیستند و حاضرند به هر ضرب‌و زوری شده کاربران هیجان‌زده زیست‌بوم رمزارزی کشور را اغفال کنند تا به اهداف خود برسند.

از این رو در برابر این نام‌های مخرب، همه فعالان و کسب‌وکارهای واقعی رمزارزی موظف‌اند با دقت و تأمل راه نفوذ آنها به این فضا را ببندند و بدون تعارف‌ها و ملاحظات مرسوم کسب‌وکاری برای جلوگیری از چنین آسیب‌هایی وارد میدان شوند؛ آن هم با کمک رسانه‌های رسمی کشور و همکاری مداوم با آنها. اگر جز این باشد، دود این خسارت‌ها به چشم کسب‌وکارهای رسمی کشور می‌رود که برای توسعه زیرساخت‌هایشان در سال‌های گذشته هزینه‌های هنگفتی کرده‌اند. وگرنه آنها که تمام آورده‌شان به این صنعت یک کانال اینستاگرامی است، همان‌گونه که یک‌شبه آمده‌اند، یک‌شبه هم خواهند رفت؛ بدون آنکه چیزی از دست داده باشند!



رضا جمیلی
سردبیر



@rezajamili



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 هرگونه فعالیت در آن مطمئن شوید اطلاعات کافی درباره آن را دارید.

رمزارز؛ هفته‌نامه اکوسیستم بلاکچین و رمزارز ایران محصولی از گروه رسانه‌ای راه پرداخت

اشتراک هفته‌نامه کارنگ و رمزارز از فروشگاه اینترنتی انتشارات راه پرداخت بخرید

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



به سوی آینده

فرصت‌های بورس از یک فناوری

در بازار سرمایه یک بخش معاملاتی و یک بخش پسا معاملاتی وجود دارد. در بخش پس از معاملات در بازار سرمایه متمرکز و رگوله شده، کلیه رینگ و دیپازیت وجود دارد. در این بازار، یک سیستم کامپیوتری وجود دارد و گواهی‌هایی برای افراد صادر می‌شود. یکی از اتفاقاتی که می‌تواند در این بخش بیفتد، این است که ما این گواهی را در قالب توکن صادر کنیم. یعنی یک گواهی دیجیتالی در بستر بلاکچین داشته باشیم. برخی مواقع ما فکر می‌کنیم برای بهبود فرایندهای فعلی بازار سرمایه چه پروژه‌هایی می‌توان تعریف کرد. برخی مواقع هم یک شبکه بلاکچین خصوصی و اختصاصی بازار سرمایه ایجاد می‌کنیم. در این روش در واقع بورس مبتنی بر بلاکچین ایجاد می‌کنیم که در دنیا هم در حال اجراست.

مزیت‌های توکن‌های بهادار

در باب سرمایه گذاری در این فضا نگرانی‌هایی وجود دارد، اما باید توجه کرد که می‌توان نگرانی‌های افراد را در بستر بلاکچین ثبت و آنها در قالب قراردادهای هوشمند تعریف کرد. در نتیجه از بعد مسائل قانونی می‌توان شفافیت بیشتری ایجاد و ریسک‌ها را کمتر کرد. این یکی از مزیت‌هایی است که سرمایه‌گذاری در بستر بلاکچین برای ما ایجاد می‌کند.

دیگر مزیت این توکن‌ها این است که هفت روز هفته و ۲۴ ساعته قابل معامله هستند. یکی از کارهایی که بورس بوستون در دست اجرا دارد، این است که به کاربران امکان دهد فرایند واریز و پرداخت معاملات را در لحظه انجام دهند. این باعث می‌شود که هزینه معاملات کاهش و سرعت آنها افزایش یابد. این امر برای افراد حرفه‌ای و فعال نکته قابل توجهی است. به علاوه، مزایای کلی شبکه بلاکچین مثل افزایش شفافیت، افزایش امنیت فرایند یا کاهش هزینه‌ها شامل حال بازار سرمایه یا صندوقی که روی بستر بلاکچین می‌رود هم می‌شود.

مزیت‌های دیگری هم وجود دارد. اول اینکه ما با افزایش انطباق پذیری سیستم‌های موجود با زنجیره ارزش کسب و کارهای نوآورانه، خدمت جدیدی می‌آفرینیم. دومین مزیت بهبود تجربه سرمایه‌گذاری است. همچنین مؤلفه‌هایی مانند نقدشوندگی که قلب تپنده یک بازار هستند، در این فضا افزایش پیدا می‌کنند.



شماره ۱۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم

در لایو اینستاگرامی آکادمی
مزدکس بررسی شد

بازار سرمایه واقاعد توکن محور

مکانیسم‌های اقتصادی جوامع بشری همواره در حال تغییر بوده است. تغییرات اقتصادی ناشی از تحولات نوآورانه و پارادایم‌های مختلفی بوده که در هر دوره اتفاق افتاده است. فناوری بلاکچین هم به عنوان یک نوآوری نوین در حال زیرورو کردن صنعت خدمات مالی است. یکی از جدیدترین نوآوری‌های مبتنی بر بلاکچین، توکنایز کردن دارایی‌هاست. به لطف شفافیت، اثربخشی هزینه‌ها و دسترسی آسان، توکنایز کردن می‌تواند باعث ایجاد یک سیستم تجارت مالی جدید شود. اخیراً مؤسسه رولند برگر مطالعه‌ای در مورد تأثیر توکن‌سازی بر معاملات سهام انجام داده که نشان می‌دهد افزایش پذیرش توکنایز کردن سهام می‌تواند تا سال ۲۰۳۰ سودی معادل ۴/۶ میلیارد دلار به دست دهد. به علاوه، توکن‌سازی می‌تواند فرصت‌هایی را برای کل صنعت خدمات مالی به ارمغان بیاورد.

لایو اینستاگرامی آکادمی مزدکس که در روز سه‌شنبه ششم اردیبهشت از صفحه اینستاگرام این صرافی پخش شد، به همین موضوع پرداخته است. موضوع این برنامه «بازار سرمایه و اقتصاد توکن محور» بود و به مسائلی از جمله شکل‌گیری و قانون‌گذاری اقتصاد بلاکچین، پیامدها و مزایای اقتصاد بلاکچین برای کسب و کارها، قابلیت‌های برای پیوستن به این اقتصاد نوین، پیوند بین بلاکچین و بازار سرمایه و مزیت‌های توکن‌های بهادار پرداخته شد. مهدی شبانی، تحلیلگر بازار سرمایه و مهمان این برنامه، سال‌ها در کارگزاری‌ها و شرکت‌های تأمین سرمایه فعالیت داشته و در یک سال اخیر هم مطالعات خود را در زمینه اقتصاد بلاکچین توسعه داده است. گزیده‌ای از نکات مطرح‌شده توسط مهدی شبانی در این برنامه را می‌توانید در این صفحه مطالعه کنید.

عصر صنعتی شدن و اقتصاد بلاکچین

بعد از عصر صنعتی شدن، دوره‌های مختلفی را گذرانیم. در حال حاضر، در دوره پنجم یعنی فناوری اطلاعات یا به نوعی بیوفناوری به سر می‌بریم. همه این دوره‌ها از زمان شروع یک منحنی عمر دارند. این منحنی در ابتدا صعودی است، زیرا برای کسانی که به آن وارد می‌شوند، منافع اقتصادی ایجاد می‌کند. به مرور زمان، شیب این منحنی کم و صنعت مورد نظر کم‌کم به یک صنعت معمولی مبدل می‌شود. سپس منحنی به سمت پایین حرکت می‌کند و نشانگر بازده منفی است.

دوره‌ای که در آن به سر می‌بریم، با عصر کامپیوتر و اینترنت شروع شده و جدیدترین زیرشاخه آن بحث بلاکچین است. بلاکچین موضوع روز دنیاست و فرصت‌های زیادی به وجود می‌آورد. اگر بتوانیم از فرصت‌های آن استفاده

کنیم، می‌توان گپی را که بین اقتصاد ما و دنیا قرار دارد، پر کرد. در واقع، در این حوزه فرصت‌های زیادی وجود دارد که کشور ما می‌تواند با استفاده از آنها رشد قابل ملاحظه‌ای را تجربه کند. من معتقدم این یک فرصت تاریخی است و امیدوارم از آن استفاده کنیم.

شکل‌گیری اقتصاد بلاکچین

فناوری‌ها معمولاً بر اساس یک نیاز شکل می‌گیرند. یعنی نیازی به وجود می‌آید و برای پاسخ به آن نیازها به سراغ راه‌حل می‌رویم و این راه‌حل گاهی به پیدا شدن یک فناوری جدید منجر می‌شود. فناوری حاصل شده، به آن نیاز پاسخ می‌دهد و گاهی در جاهای دیگر هم اثر می‌گذارد. یعنی اینکه کسب و کارهای دیگر از آن فناوری استفاده می‌کنند و اتفاقات جدیدی را در سیستم اقتصادی رقم می‌زنند.

به نظر می‌رسد ما در حوزه بلاکچین با موضوعی مشابه با تجربه اینترنت طرف هستیم. یعنی در این دوره، شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های زیادی شکل می‌گیرند و از این فناوری استفاده می‌کنند تا مسائلی را در صنایع و کسب و کارهای جدید و سنتی حل کنند. به نوعی فناوری بلاکچین کمک می‌کند که ما بتوانیم برخی مسائل را در کسب و کارها حل و فرایندها را بهینه کنیم و اتفاقات جدیدی رقم بزنیم. طبیعتاً چون تمام این اتفاقات اثرات اقتصادی دارند، عملاً می‌توانیم بگوییم چیزی شبیه اقتصاد بلاکچین یا حتی اقتصاد توکن در حال شکل‌گیری است. به مرور هرچه این حوزه در صنایع و کسب و کارهای مختلف بیشتر نفوذ کند، این مفهوم جدی‌تر می‌شود و اثرات اقتصادی بیشتری را شاهد خواهیم بود.

قانون‌گذاری بلاکچین

اصولاً قانون‌گذاری در مباحث جدید، قدم آخر است. عموماً در دنیا ابتدا فناوری‌ها شکل می‌گیرند، تغییرات را ایجاد می‌کنند و قانون‌گذار این اتفاقات را مشاهده می‌کند و می‌بیند که چگونه می‌تواند آن فناوری را قانون‌گذاری کند. یعنی برای چیزی که جدید است و تازه شکل گرفته، قانونی نمی‌توان گذاشت. به همین علت است که الان بعد از گذشت مدت‌ها به مرور کم‌کم در مورد بحث رمز ارز، احراز هویت و قوانین ضد پول‌شویی می‌شنویم.

پیامدها و مزایای اقتصاد بلاکچین برای کسب و کارها

ولی از بعد پیامدها و مزایا، نکته مهمی وجود دارد. در کسب و کارها و اقتصاد مفهومی تحت عنوان نقطه چرخش استراتژیک وجود دارد. در این نقطه، فناوری به کسب و کارها دیکته می‌شود. یعنی کسب و کار، صنعت یا شرکت به



جایی می‌رسند که اگر نتوانند خودشان را تطبیق دهند، احتمالاً از صفحه بازی حذف می‌شوند. به همین علت شرکت‌های پیشرو در جهان به این نکات توجه می‌کنند و هزینه‌ها را می‌سنجند و خیلی اوقات منتظر پایین آمدن هزینه‌ها نمی‌مانند. چون هر فناوری جدیدی در ابتدا گران است و بعد از مدتی به دلایل مختلف هزینه‌ها پایین می‌آید.

در آن نقطه استراتژیک، با وجود هزینه‌ها و تبعات، شرکت‌ها و کسب و کارها فناوری جدید را می‌پذیرند، زیرا اگر این اتفاق نیفتد و در آن نقطه تصمیم درستی گرفته نشود، آن شرکت یا کسب و کار به سرنوشت نوکیا دچار می‌شود. نوکیا با عدم تصمیم‌گیری درست در نقطه استراتژیک، نتوانست مسیر خود را از گوشی‌های معمولی به سمت گوشی‌های هوشمند تغییر دهد و الان در بازار حضور پررنگی ندارد.

پس برای اینکه کسب و کارها از این موقعیت جدید استفاده کنند و موقعیت رقابتی خودشان را در بازارها بهبود ببخشند، اکثر آیین هزینه را می‌پذیرند و خود را با فناوری‌های جدید تطبیق می‌دهند.

قابلیت صنایع برای پیوستن به موج جدید بازآفرینی ساختارها

شبانی می‌گوید زمانی که مطالعه در مورد رمز ارز و بلاکچین را آغاز کردم، حدود هفت هزار رمز ارز وجود داشت، اما الان بیش از ۱۷ یا ۱۸ هزار رمز ارز وجود دارد. بسیاری از این رمز ارزها پروژه‌هایی هستند که در بخش‌های مختلف بر مبنای همان احساس نیازی که اشاره شد، شکل گرفته‌اند. دو صنعتی که قابلیت پیوستن به این موج جدید را دارند، فایننس و زنجیره تأمین هستند. در فایننس مفهومی به نام آلترناتیو فایننس وجود دارد که شامل گزینه‌های مختلف مالی غیرسنتی است. این گزینه‌ها خارج از بانک و بازار سرمایه تعریف می‌شوند و یکی از آنها کریپتوکارنسی است.

صنعت دیگر، زنجیره تأمین است. از زمان تأمین مواد اولیه برای تولید یک کالا تا تولید نهایی، انواع و اقسام اتفاقات و تراکنش‌های مالی روی می‌دهد. برای مثال در تولید بیسکویت بخش‌های مختلفی؛ از کشاورزی گرفته تا لجستیک دخیل هستند. ثبت و ضبط این پروسه معمولاً به صورت کاغذی و با دقت پایین انجام می‌شود. شبکه‌های بلاکچینی در پاسخ به مشکلات زنجیره تأمین شکل گرفته‌اند. باید توجه داشت که زنجیره تأمین بخش بسیار بزرگی است و گردش سالانه این بخش ۵۰ تریلیون دلار برآورد شده است.

ادامه در صفحه بعد



ادامه از صفحه قبل

پیوند بین بلاکچین و بازار سرمایه در ایران

استرالیا در بازار سرمایه خود، سیستم ثبت clarity و Depository را بر مبنای بلاکچین قرار داده است. اما بوستون توکن سکیوریتی اکسچنج (The Boston Security Token Exchange) در آمریکا اتفاق متفاوت تری است. یعنی بورسی را شکل می دهند، یکسری سهام و ای تی اف را در آن می پذیرند و با پشتیبانی آنها توکن منتشر می کنند و اینها را در بستر یک بلاکچین خصوصی می برند. بعد از پذیرش این سهام و انتشار توکن ها و شکل گیری بازار، سهام پذیرفته شده می توانند در تمام بورس های آمریکا وارد شوند.

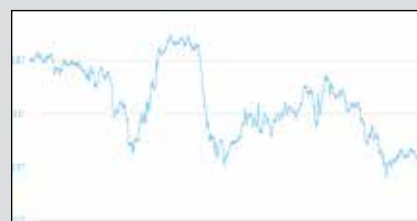
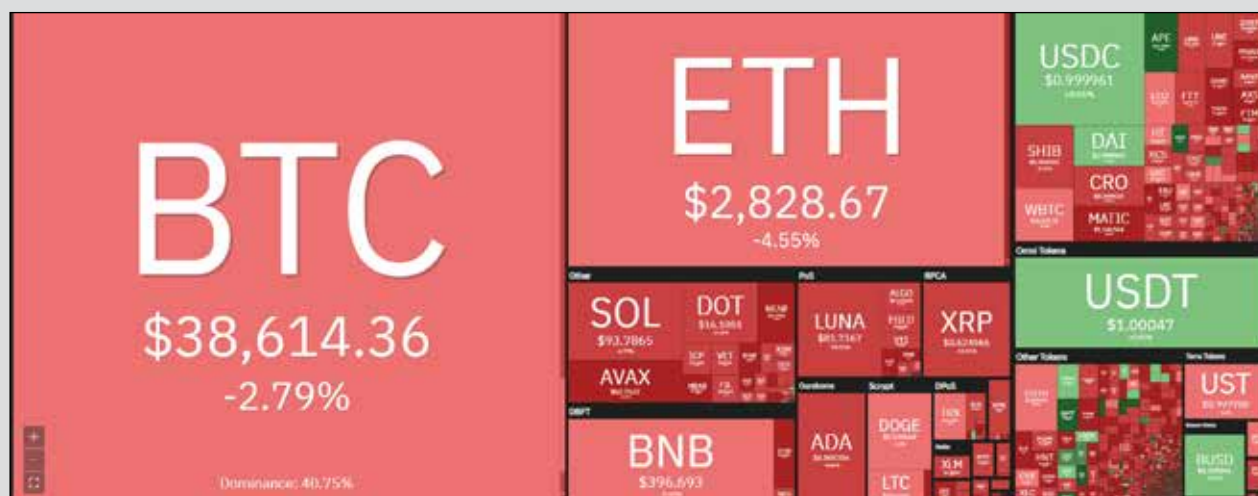
هرچند نهاد های ناظر ماعلاقه مند هستند که برنامه ریزی در مرکزیت اتفاق بیفتد، سپس بلاکچین و توکن آن ایجاد و مقررات از ابتدا مشخص شود، اما این روش در برخورد با فناوری های جدید درست نیست. ما باید اجازه دهیم ابتدا اتفاقات و پروژه های کوچک در این حوزه پیش روند و بخش های مختلف خود را تطبیق دهند. سپس به مرور این اتفاقات گسترش یابد و به سمت بالا رود. یعنی نمی توان با رویکرد معمول سازمان بورس پیش رفت و از قبل مدل را ساخته و بعد اجرا کنیم. این مدل و روش خیلی قابل اجرا نیست. حداقل در مورد فناوری های جدید و این فناوری خاص نمی توان آن را اجرا کرد.

شاید برای شروع، یک شرکت سبدگردان بتواند در بستر اختصاصی بلاکچین خود ای تی اف ایجاد کند و فعالیت های خود را روی بستر بلاکچین انجام دهد. یا حتی می توان بخشی از یک صندوق را در قالب توکن برد. یا برای مثال یکسری توکن با پشتوانه دارایی (asset backed token) ایجاد کنیم و به مرور بازار ما با این موضوع و مسائل مرتبط آشنا شود. این توکن ها می توانند روی سهام، انواع صندوق های سرمایه گذاری، طلا و ملک تعریف شوند. سال ها پیش بحثی مبنی بر فروش متری مسکن داشتیم که محقق نشد. در بستر بلاکچین این کار را می توان انجام داد. یعنی می توان املاک را به تعداد زیادی توکن تبدیل کرد و بعد توکن ها را فروخت و افراد را در منافع آن ملک شریک کرد.

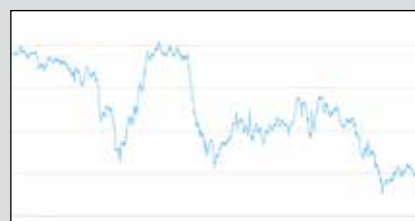
راه درست برای ورود بازار سرمایه به حوزه بلاکچین همین است. می بایست از پروژه ها شروع کرد و کم کم در جهت تطبیق کل بازار با این قضیه پیش رفت.



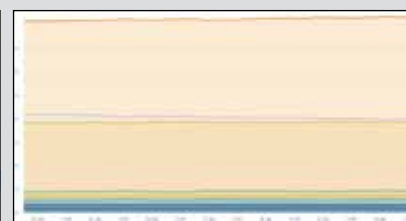
شماره ۱۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



روند ارزش بازار رمزارزها در هفته گذشته



روند ارزش بازار آلت کوین ها در هفته گذشته



روند تغییرات سلطه بیت کوین در هفته گذشته

تحلیل هفتگی بازار ارزهای دیجیتال که نشان می دهد ممکن است روند نزولی قیمت ها ادامه دار باشد

۳۸ هزار؛ کانال تعیین کننده بیت کوین

در حالی است که شاخص S&P۵۰۰ اکنون در پایین تر سطح خود از ابتدای سال ۲۰۲۲ قرار دارد. داده های مربوط به بازارهای آتی و کاهش تقاضا برای خرید تتر، نشان می دهد که ممکن است روند نزولی بازار ارزهای دیجیتال ادامه دار باشد و قیمت ها هم در ادامه به سطوح پایین تر سقوط کند. به گزارش کوین تلگراف و به نقل از سایت «ارز دیجیتال»، شاخص ارزش بازار ارزهای دیجیتال در سه ماه گذشته بالای یک خط روند صعودی در نوسان بوده است. سطح ۱٫۷۵ تریلیون دلار آخرین حمایتی است که سه روز پیش و در ۲۷ آوریل (۷ اردیبهشت) مورد آزمایش قرار گرفت. آزمایش این حمایت با سقوط بیت کوین به سطح ۳۸٫۰۰۰ دلار و کاهش قیمت اتر بوم تا ۲٫۸۰۰ دلار همزمان بود.

ارزش بازار ارزهای دیجیتال در هفت روز گذشته ۳٫۵ درصد کاهش یافته و در این میان بیشترین کاهش قیمت مربوط به توکن های ریپل (۱۸٫۸٪ سقوط)، کاردانو (۱۰٫۲٪ درصد سقوط) و پولکادات (۹٫۷٪ درصد سقوط) بوده است.

خود از ۱۹۴۲ دلار قرار دارد. در همین حال، قیمت طلا در بازارهای جهانی در ۲۴ ساعت گذشته رشد کرده و همچنان جهش شش درصدی شش ماه گذشته آن دست نخورده باقی مانده است. عملکرد بیت کوین از ابتدای سال ۲۰۲۲ تاکنون در مقایسه با شاخص بورسی S&P500 و طلا ضعیف تر بوده است. با این حال، همان طور که از نمودار زیر پیداست، این ارز دیجیتال در این بازه زمانی چهار ماهه بازدهی بیشتری از اوراق قرضه خزانه داری آمریکا داشته است. بازارهای مالی به طور کلی از ابتدای سال ۲۰۲۲ درگیر فضای پریسیکی بوده اند که از افزایش تنش ها میان روسیه و غرب (در مسئله جنگ اوکراین) و عوامل کلان اقتصادی نشئت گرفته است. روند قیمتی بیت کوین از ابتدای سال جاری میلادی، پرنوسان و بدون یک جهت مشخص بوده و محور میانی این نوسانات نیز سطح ۴۰٫۰۰۰ دلار است. با وجود بازدهی منفی بیت کوین از ابتدای امسال، قیمت بیت کوین همچنان ۱۶ درصد بیشتر از کف ۳۳٫۰۰۰ دلاری است که در ۲۴ ژانویه (۴ بهمن) به ثبت رسید. این

وضعیت بازار در ماه می (اردیبهشت) سال های گذشته، عمدتاً صعودی بوده است. امسال اما، بازار شرایط متفاوتی را تجربه می کند و بازدهی بیت کوین از ابتدای سال ۲۰۲۲ همچنان منفی است. با این اوصاف، آیا عملکرد خوب قیمت در ماه می سال های گذشته، این بار هم تکرار می شود؟ بیت کوین روز گذشته و به دنبال سقوط قیمت ها در بازار جهانی سهام، از اوج ۴۰٫۲۰۰ دلاری خود یک حرکت نزولی جدید را آغاز کرد. عملکرد بیشتر آلت کوین های مطرح بازار در ۲۴ ساعته گذشته بدتر از بیت کوین بوده که نشان می دهد با تشدید نوسان ها در بازار، میزان ریسک پذیری سرمایه گذاران هم کاهش یافته است. برای مثال، اتر بوم در ۲۴ ساعت گذشته بیش از پنج درصد کاهش قیمت داشته و اولنچ نیز سقوطی شش درصدی را تجربه کرده است؛ این در حالی است که بیت کوین در مدت مشابه چیزی حدود چهار درصد از ارزش خود را از دست داده است. شاخص بورسی «S&P۵۰۰» نیز روز جمعه با سقوط مواجه شد و اکنون در آستانه بدترین شروع سالانه



تعطیلی بیش از ۴۳ مرکز غیرقانونی استخراج رمزارز

مصرف ۳۱۱ میلیون کیلووات ساعت برق

مبارزه با مراکز استخراج رمزارز که به صورت غیرقانونی فعالیت می‌کنند، کماکان ادامه دارد. مسئله برق از یک سو و تلاش برای قانونی کردن فعالیت همه کسب‌وکارها و افراد فعال در این حوزه از سوی دیگر از دلایل تشدید سخت‌گیری‌ها در این حوزه عنوان شده است.

در آخرین مورد یک مقام مرتبط با این صنعت گفته در سال گذشته بیش از ۴۳۰ مرکز غیرقانونی استخراج رمزارز شناسایی و تعطیل شده‌اند. البته اگر این روند و پیگیری‌ها ادامه داشته باشد، در سال ۱۴۰۱ خبرهای بیشتری از برخورد با چنین مراکزی به گوش خواهد رسید.

محمد خدادادی بهلولی در گفت‌وگو با خبرگزاری صداوسیما با بیان اینکه تهران رتبه نخست کشف مراکز استخراج رمزارز غیرمجاز را دارد، افزود: «استان‌های خوزستان، اصفهان، خراسان رضوی و آذربایجان در رتبه‌های بعدی کشف استخراج مراکز رمزارز غیرمجاز قرار دارند.»

وی با بیان اینکه مراکز مجاز استخراج رمزارز در سال ۱۴۰۰ بیش از ۳۱۱ میلیون کیلووات ساعت برق مصرف کرده‌اند، گفت: «این در شرایطی است که فروش برق در ماه‌های سرد و گرم سال به این مراکز متوقف بوده است.»

مجری تأمین برق مراکز استخراج رمزارز ادامه داد: «در استان‌های کرمان، آذربایجان غربی و البرز بیشترین مراکز مجاز استخراج رمزارز راه‌اندازی شده است.»

خدادادی با بیان اینکه در سال ۱۴۰۰ بیش از ۴۳۲ مرکز غیرمجاز رمزارز کشف شده، گفت: «همه دستگاه‌های کشف‌شده توقیف و هرگز تحویل داده نخواهند شد، همچنین برق مشترک به‌طور دائم قطع و جریمه‌های سنگینی نیز تعیین خواهد شد.»

استرالیا: یک گام به جلو در رگولاتوری رمزارزها

آستراک و آپرا، دو رگولاتور اصلی استرالیا، برای کسب‌وکارهای رمزارزی توصیه‌هایی ارائه داده‌اند

دو رگولاتور اصلی استرالیا با صدور بیانیه و دستورالعمل، توصیه‌هایی به کسب‌وکارهای رمزارزی ارائه دادند. این اقدام از سوی مرکز تحلیل و گزارش تراکنش‌های استرالیا (AUSTRAC) و سازمان مقررات احتیاطی استرالیا (APRA)، در راستای افزایش شفافیت مالی این صنعت روبه‌رشد در این کشور در نظر گرفته شده است. آستراک و آپرا روز چهارشنبه ۲۰ آوریل، بیانیه‌هایی منتشر کردند که در آنها در مورد خطرات و مسائل پیرامون این طبقه دارایی نوپا، سخن گفته شده بود.

بر خلاف کشورهای دیگری مانند سنگاپور که قوانین رمزارزها در آنها به خوبی تنظیم و تثبیت شده‌اند، مقررات ارزهای دیجیتال در استرالیا شامل قوانینی است که از بخش مالی سنتی الهام گرفته شده است. ولی اقدام اخیر، گامی بزرگ به سمت شفافیت بیشتر برای کسب‌وکارهای رمزارزی فعال در استرالیا در ارتباط با چهارچوب‌های قانونی پیشنهادی است. در واقع قبل از این بیانیه‌ها، یک پروپوزال سیاستی برای تنظیم تمام مسائل مربوط به رمزارزها، از مالیات گرفته تا مجوز صرافی‌ها، طراحی شده بود.

بیانیه آستراک

آستراک، مسئول نظارت و پاسخگویی به جرائم مالی، باور دارد که افزایش پذیرش کریپتو، خطر فعالیت‌های مجرمانه را افزایش می‌دهد. «نیکول رز»، مدیرعامل آستراک در بیانیه‌ای گفت: «ارائه‌دهندگان خدمات مالی باید نسبت به نشانه‌های استفاده مجرمانه از ارزهای دیجیتال، از جمله حملات باج‌افزایی، هوشیار باشند.»

آستراک در بیانیه خود دستورالعمل‌هایی در مورد «جلوگیری از سوءاستفاده مجرمانه از ارزهای دیجیتال در جرائم مالی»، ارائه می‌دهد. این دستورالعمل‌ها برای کسب‌وکارهایی که

فرار مالیاتی، تأمین مالی تروریسم، کلاهبرداری و پول‌شویی را کشف می‌کنند، تنظیم شده است. به علاوه، این بیانیه در مورد بهترین روش شناسایی و جلوگیری از اخذی و حملات باج‌افزایی، به کسب‌وکارها توصیه‌هایی ارائه می‌دهد.

بانک‌زدایی از رمزارزی‌ها!

آستراک در این بیانیه قید کرده است: «ارزهای دیجیتال مانند بیت‌کوین، مجرمان سایبری را قادر می‌سازند تا راحت‌تر و بیشتر باج‌گیری کنند. آنها با استفاده از ارزهای دیجیتال مبالغ بیشتری درخواست می‌کنند و دریافت بیانیه آستراک به یافته‌های کمیته منتخب سنا در سال گذشته درباره استرالیا هم اشاره دارد. این کمیته متوجه شده بود که در استرالیا که «یک مرکز فناوری و مالی» است، فعالان صنعت کریپتو بانک‌زدایی و از دریافت خدمات از

چهار بانک اصلی استرالیا منع شده‌اند. بانک‌زدایی یک رویه به اصطلاح سنتی است که در آن مؤسسات مالی، حساب‌های کسب‌وکارهای رمزارزی را اغلب بدون هیچ دلیلی قطع می‌کنند. برای مثال، کمیته در مورد پرونده مایکلا جوریک، بنیان‌گذار بیت‌کوین بیب (Bitcoin Babe)، شنیده بود. خدمات بانکی جوریک بیش از ۹۰ بار در طول هفت سال فعالیت کسب‌وکارش قطع شده بود. در این راستا آستراک در بیانیه خود نوشت: «آستراک مؤسسات مالی را از بستن بی‌دلیل حساب‌ها در تمامی بخش‌ها منع می‌کند. بانک‌زدایی از کسب‌وکارهای قانونی می‌تواند بر افراد و کسب‌وکارها تأثیر منفی بگذارد. به علاوه می‌تواند خطرات پول‌شویی و تأمین مالی تروریسم را افزایش دهد و بر اقتصاد استرالیا تأثیر منفی بگذارد.»



راضیه مینایی

Raziyeh.minaei995@gmail.com

رئیس سازمان بورس از راه‌اندازی صندوق رمزارز در بورس خبر داد و گفت: «در خصوص معامله رمزارزها صندوقی پیشنهاد شده که قرار است به صورت آزمایشی در سندباکس اجرایی شود، اکنون اقدامات آن انجام شده و این صندوق‌ها در صورت تأیید مسائل فقهی راه‌اندازی خواهند شد.»

رئیس سازمان بورس از راه‌اندازی صندوق رمزارز در بورس خبر داد و گفت: «در خصوص معامله رمزارزها صندوقی پیشنهاد شده که قرار است به صورت آزمایشی در سندباکس اجرایی شود، اکنون اقدامات آن انجام شده و این صندوق‌ها در صورت تأیید مسائل فقهی راه‌اندازی خواهند شد.»

رئیس سازمان بورس از راه‌اندازی یک صندوق رمزارز در بورس خبر داد

صندوق سرمایه‌گذاری رمزارزی در انتظار دریافت مجوز فقهی

دستورالعمل آپرا بر بانک‌ها، اتحادیه‌های اعتباری، شرکت‌های بیمه و برنامه‌های بازنشستگی نظارت می‌کند. آپرا با انتشار این دستورالعمل در واقع انتظارات خود را از نهادهای تحت نظارت برای اتخاذ یک «رویکرد محتاطانه» هنگام مدیریت ریسک‌های مرتبط با دارایی‌های دیجیتال بیان می‌کند.

«وین بایرس»، رئیس آپرا، در نامه‌ای از کسب‌وکارهای زیر نظر خود می‌خواهد که خطرات را درک و در راستای کاستن آنها تلاش کنند. او نوشت: «شرکت‌ها باید اطمینان حاصل کنند که با کلیه مقررات رفتار و افشای تعیین شده توسط کمیسیون سرمایه‌گذاری و اوراق بهادار استرالیا، مطابقت داشته باشند.»

آپرا قصد دارد یک چهارچوب بلندمدت برای فعالیت‌های رمزارزی در استرالیا ارائه دهد. در همین راستا این رگولاتور، یک برنامه سه‌ساله جهت بنا نهادن الزامات جدید و تجدیدنظر شده برای مدیریت ریسک عملیاتی ارائه داده است. آپرا، به دنبال رویکردهای بالقوه برای «نظارت احتیاطی» بر استیبل‌کوین‌ها با قرار دادن آنها در چهارچوب نظارتی حاکم بر تسهیلات ارزش ذخیره‌شده (SVF) است. SVFها به خدمات پرداختی اطلاق می‌شود که مشتریان را قادر می‌سازد وجوه را در یک تسهیلات با قصد انجام پرداخت‌های آتی ذخیره کنند. در راستای توسعه چهارچوب قانونی و نظارتی گسترده‌تر، آپرا گفت که قصد دارد در سال آینده در مورد نظارت‌های احتیاطی برای SVFهای بزرگ مشورت کند.

در بیانیه آپرا قید شده است: «آپرا به نظارت دقیق روندهای صنعت و خطرات نوظهور مرتبط با دارایی‌های دیجیتال، تعامل با سایر رگولاتورهای داخلی و بین‌المللی و ارائه راهنمایی‌های بیشتر در صورت لزوم ادامه خواهد داد.»

زمینه انجام معاملات رمزارزها در بازار سرمایه، به خبرگزاری ایرنا توضیح داد: «با توجه به صحبت‌های انجام شده در دولت، اکنون مقررات و قانونی برای رمزارزها و نیز رمزارابی‌ها در حال تدوین است که در این قانون وظایفی برای سازمان بورس در نظر گرفته شده است؛ البته این قانون تاکنون نهایی نشده و باید به جمع‌بندی‌های لازم برسد.»

او ادامه داد: «در کل جنس این بازار (رمزارزها) متفاوت با بازار سهام است و با ریسک‌های کاملاً متفاوتی روبه‌رو است، همچنین در این میان برخی مباحث فقهی جدی هم در خصوص آن وجود دارد که در سازمان بورس مطرح و اکنون در حال بررسی آن هستیم. با توجه به وجود چنین مسائلی، تاکنون تصمیم جدی در خصوص معامله رمزارزها در بازار سرمایه گرفته نشده و به جمع‌بندی نهایی نرسیده است.»

رئیس سازمان بورس از راه‌اندازی صندوق رمزارز در بورس خبر داد و گفت: «در خصوص معامله رمزارزها صندوقی پیشنهاد شده که قرار است به صورت آزمایشی در سندباکس اجرایی شود، اکنون اقدامات آن انجام شده و این صندوق‌ها در صورت تأیید مسائل فقهی راه‌اندازی خواهند شد.»



عضو بانک اروپا می گوید
فضای بی قانون رمزارزها به
کنترل نیاز دارد

نوسان قیمت‌ها نگرانی اصلی اروپایی‌هاست

در حالی که تنش‌ها در پارلمان اروپا در بحبوحه جنگ جاری در اوکراین در بالاترین سطح است، در پس‌زمینه این جریان، رمزارزها هم نقش خود را در تنش‌ها و بحث‌ها حفظ کرده‌اند. کریپتو که در جبهه‌های مختلف با رقبای رگولاتوری مختلف در حال تنش است، حالا باید خود را برای مقابله با بانک مرکزی اتحادیه اروپا نیز آماده کند. بر اساس چندین بیانیه طی دو ماه اخیر، نگرانی اصلی مقامات این بانک، نوسان شدید قیمت در بازار رمزارز است. برخی کارکنان افراطی‌تر نیز تاجایی پیش رفته‌اند که کل صنعت را یک برنامه پانزی وهرمی معرفی می‌کنند.

فابیو پانتا، مقام بلندپایه بانک مرکزی اروپا و عضو هیئت‌مدیره این سازمان مالی مهم، یکی از این افراد است. او که از سال ۲۰۲۰ عضو هیئت‌مدیره این بانک است، در گذشته کل صنعت رمزارزها و فناوری بلاکچین را به یک جو دیوانه‌وار و بی‌قانون تشبیه کرده بود. حالا در سال ۲۰۲۲ به نظر می‌رسد اشتباهی او برای استفاده از عبارتهای رنگین در خصوص بازار رمزارزها کم نشده است. او که روز سه‌شنبه گذشته در دانشگاه کلمبیا ایالت نیویورک سخنرانی می‌کرد، گفت: «اعضای فرقه رمزارزها وعده بهشت روی زمین را می‌دهند.

آنها یک روایت وهم‌آور را به خورد مردم می‌دهند تا بتوانند تا جای ممکن حباب فعلی رمزارزها را زنده نگه دارند. ولی نگاه اول همیشه گول‌زننده است. رؤیای ساتوشی ناکاموتو برای ساخت ارز دیجیتال قابل اطمینان که بتواند ارزهای عادی را براندازد، فراتر از یک رؤیا نخواهد بود. باید در صحرای بی‌قانون رمزارزها قوانین محکم‌تری وضع شوند.»



شماره ۱۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



راهبرد جذاب باهاماس

چگونه یک میکروکشور در حال جذب استارت‌آپ‌های رمزارزی است؟

باهاماس افتتاح خواهد کرد، اما چرا در بین تمام کشورها اف‌تی‌ایکس و بسیاری دیگر باهاماس را انتخاب کردند؟

خوشنامی تاریخی

میراث باهاماس به‌عنوان یک کشور با قوانین مالی آسان‌ساز، نویست و به دهه‌ها پیش از محبوبیت رمزارزها بازمی‌گردد. تبدیل شدن این کشور به یک مقصد رمزارزی تنها نتیجه همراه شدن این کشور با آخرین روندها در جهت ادامه سنت خود برای عمل کردن به عنوان یک مقصد سرمایه‌گذاری و فعالیت‌های مالی است. دهه‌های متوالی است که باهاماس با نرخ کم مالیات و ایجاد نرخ‌های پایین‌تر برای سرمایه‌گذاران، به جذب آنها و نیز سرمایه‌شان می‌پردازد. به غیر از اینها قیمت ساخت و ساز عموماً ارزان‌تر از کشورهای دیگر است و کسب شهروندی یا اقامت آن نیز با سرمایه‌گذاری بسیار آسان می‌شود. تخمین زده می‌شود که کل فرایند مهاجرت، ساخت و ساز مقر جدید اف‌تی‌ایکس و انتقال پرسنل هزار نفره‌اش به باهاماس حدود ۶۰ میلیون دلار آب‌خورده باشد.

نبود محدودیت‌های کرونایی

بر خلاف کشورهای جنوب شرق آسیا مانند چین و سنگاپور که محدودیت‌های کرونایی در آنها به قول بنکمن فرید «آخرالزمانی» است، باهاماس از اوایل سال ۲۰۲۲ در جهت حذف کامل محدودیت‌های کرونایی

طی سال‌های اخیر و در میان باتلاقی از فعالیت‌های رگولاتوری مستمر از سوی کشورهای بزرگ، کشورهای کوچکی مانند السالوادور و باهاماس در پی استفاده از تنگی بازار و تثبیت جایگاه خود به‌عنوان مقاصد کسب‌وکارهای رمزارزی مختلفی هستند که به دلایل مختلف اعم از مالیات‌های رمزارزی و افزایش محدودیت‌ها بر دارایی‌های دیجیتال به فکر «مهاجرت رمزارزی» هستند.

با وجود مهاجرت برخی استارت‌آپ‌های کوچک‌تر به باهاماس طی سال اخیر، حالا این کشور با مهاجرت صرافی رمزارزی بزرگ و معتبر FTX موفق شده تا اولین غول رمزارزی را

به جزیره کوچک خود جذب کند. اف‌تی‌ایکس که تا پیش از این مقر اصلی خود را در سنگاپور برقرار کرده بود، طی سال اخیر بیشتر و بیشتر مورد محدودیت‌های رمزارزی جدید که توسط دولت این کشور وضع می‌شد، قرار گرفت. اما وقتی این محدودیت‌ها فراتر از حدود ملی به اجرا درآمد و خطری برای فعالیت‌های بین‌المللی اف‌تی‌ایکس شد، تصمیم «رایان سالام»، مدیر این شرکت، برای مهاجرت از سنگاپور قطعی شد.

روز سه‌شنبه بود که سالام و سم بنکمن فرید، بنیان‌گذار اف‌تی‌ایکس اعلام کردند که مقصد آتی این شرکت باهاماس خواهد بود. اف‌تی‌ایکس که پیش از این نیز در جزیره همسایه باهاماس، یعنی آنتیگوا دفتر داشت، حالا مقر دوم و اصلی خود را در ناسائو، پایتخت



پارسا خاک‌نژاد

Parsa.khaknezad@gmail.com

وجود و احداث مقرهای تعدادی از بزرگ‌ترین صرافی‌های رمزارزی جهان در مقاصد کمتر شناخته‌شده‌ای مانند مالت، باهاماس، آنتیگوا و السالوادور می‌تواند در بلندمدت تأثیر معکوسی نیز بر برند این صرافی‌ها و به‌طور کل صنعت رمزارزی داشته باشد.



که چگونه می‌توان از نوآوری‌های جدیدی در فرایند تسویه و نیز ثبت و نگهداری دارایی‌ها استفاده کرد.» او تأکید کرد: «در خصوص معامله رمزارزها صندوقی پیشنهاد شده که قرار است به صورت آزمایشی در سندباکس اجرایی شود، اکنون اقدامات آن انجام شده و این صندوق‌ها در صورت تأیید مسائل فقهی راه‌اندازی خواهند شد.»

بورس و اوراق بهادار در ادامه تأکید کرد: «در کنار این مسئله، موضوع استفاده از فناوری‌های بلاکچین و نیز فناوری‌های مشابه آن در فرایندها مطرح است؛ این موضوع دارای بحث و مقوله متفاوتی است و باید برخی فرایندها را از طریق استفاده از نوآوری‌های جدید در دستور کار قرار دهیم، در این زمینه هم با کمک سایر نهادهای مالی در حال بررسی و تصمیم‌گیری هستیم تا مشخص شود





فرصت‌های سرمایه‌گذاری و کسب‌وکاری رمزارزها محدود به صرافی‌ها نیست

چه کارهای دیگری می‌توان کرد؟

فرصت‌ها و راهکارهای زیادی برای ورود سرمایه‌گذاران حقیقی و حقوقی به این فضا وجود دارد. در مورد سرمایه‌گذاری در این فضا، هر چند خطرات زیادی، به خصوص برای قشر کم‌درآمد وجود دارد، اما با توجه به بحث تحریم‌ها می‌توان نگاه بلندمدتی نسبت به سرمایه‌گذاری در این فضا داشت. به شرطی که آگاهانه رفتار شود، می‌تواند فرصت جذابی برای مردم باشد.

نکته جذاب دیگری که وجود دارد مربوط به ان‌اف‌تی‌هاست. در فضای ان‌اف‌تی کشور به راحتی می‌توان درآمدهای جذاب و کنترل‌شده‌ای ایجاد کرد. می‌توان فضای فرهنگی ایران را به ان‌اف‌تی‌گره زد. هر کسب‌وکاری که مربوط به اقتصاد خلاق و هنر است، می‌تواند در فضای ان‌اف‌تی، مسیر کارآفرینی جامعه هنر ایران را به اقتصاد بین‌المللی بگشاید. تبدیل آثار فعالان حوزه هنری کشور به ان‌اف‌تی فضای جذابی را در ایران به وجود می‌آورد. البته موضوع بازی‌های بلاکچینی نیز قابل سرمایه‌گذاری است.

در حال حاضر بازیگران اصلی اکوسیستم رمزارزی، صرافی‌ها هستند و بخش تبادل در این اکوسیستم نسبت به سایر بخش‌ها رشد بیشتری داشته است. اما می‌توان برای بهبود این اکوسیستم و رشد متوازن آن، بخش‌ها و کسب‌وکارهای دیگری را هم توسعه داد. برای نمونه در فضای ان‌اف‌تی و متاورس کارهای بسیاری می‌توان انجام داد. همچنین، ظرفیت و قابلیت زیادی در کسب‌وکارهای مبتنی بر بلاکچین و توکنایز کردن برخی کسب‌وکارها وجود دارد. در توسعه نرم‌افزارهای بلاکچینی و پروژه‌های دیفای هم قابلیت‌های زیادی وجود دارد که می‌توانند باعث رشد درآمد در کشور شوند. همان‌طور که گفتیم بازی‌ها، متاورس و ان‌اف‌تی شدیداً مقیاس‌پذیرند.



شماره ۱۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



متن: پریا امیرحاجلو

تصمیمات تنش‌زا اکوسیستم را زیرزمینی می‌کند!

گفت‌وگو با آرش فروزان اعلا، فعال حوزه رمزارز و بلاکچین که می‌گوید نهادهای رگولاتوری باید از تجربیات فعالان اکوسیستم رمزارزی ایران استفاده کنند

به سوءمدیریت‌های ابتدایی دچار است که به نظرم تمام این موارد به علت دوره گذار این حوزه است. ما در حال طی کردن یک مسیر بلوغ هستیم و در این مسیر خواسته یا ناخواسته، یکسری اتفاقات ناهنجار و آزمون و خطا پیش می‌آید. به علاوه در این مسیر، رخدادها و عناصر زرد و اتفاقات غیرهمسو هم شکل می‌گیرند. اما به مرور جامعه (کامیونیتی) خود را غربال می‌کند و به جایی می‌رسد که خودتنظیم‌گری اتفاق بیفتد. البته رگولاتوری به معنای دانش آن، نه کنترل و نظارت آن. برای مثال در صنعت پرداخت ایران، شرکت شاپرک متشکل از فعالان حوزه بانکی و پرداختی بود که این خود نشان می‌دهد نقش بهره‌گیری از منابع انسانی موجود در همان حوزه می‌تواند به بلوغ رگولاسیون کمک کند و همان‌طور که نمایان است، همچنان شاپرک خود را به روز می‌کند. حوزه رمزارز هم در همین مسیر قرار دارد. این حوزه هنوز به بلوغ نرسیده و در حال گذار است.

چند نکته قابل تأمل در حوزه تبادل در ایران قابل ذکر است. در این حوزه دو رویکرد وجود دارد؛ برخی می‌گویند کریپتو به نفع اقتصاد کشور است و برخی می‌گویند به ضرر آن. من باطمینان می‌گویم تأثیری که بلاکچین و کریپتو می‌تواند روی GDP کشور از طریق حوزه اقتصاد خلاق بگذارد، هیچ‌یک از صنایع فین‌تکی ایران قادر به انجام آن نیستند. بر خلاف گفته برخی افراد که می‌گویند این موضوع باعث خروج ارز از کشور می‌شود، به نظر من شاید حتی راه ورود ارز را هم به کشور باز کند. برای مثال صادرات یکسری خدمات حوزه بلاکچین می‌تواند GDP کشور را به شدت مورد حمایت قرار دهد.

یک سوءمدیریت خاص و قابل مشاهده در حوزه تبادل رمزارز در کشور وجود دارد. جامعه رمزارزی هنوز یکپارچه نیست و به بلوغ نرسیده است. فعالان حوزه کریپتو و صرافی‌ها هنوز برای ساختن یک اکوسیستم پختگی لازم را ندارند. افراد باسواد و قابل بسیاری در این اکوسیستم حضور دارند، ولی هنوز موفق به تشکیل یک کامیونیتی نشده‌اند که با تحقق این موضوع نگرانی حاکمیت نیز کاهش می‌یابد. برای مثال در بانک‌ها، بیمه‌ها و کارگزاری‌ها یکسری سندیکاها، انجمن‌ها و محافل وجود دارند که به بلوغ رسیده‌اند و به دنبال منافع شخصی نیستند.

در مورد موضوعات رگولاتوری در این حوزه هم باید بگویم که هنوز در ایران ناشناخته است. ما می‌توانستیم برای صنعت حلقه بسته پرداخت ایران، ساختاری مثل شاپرک تعریف کنیم، ولی به عنوان مثال برای اخذ کارمزد در این حوزه، در کارمزد تراکنش اتریوم چه قانونی می‌توانیم بنویسیم؟ کارمزد متغیر است و هر لحظه تغییر می‌کند. البته این مثال برای برخی شاید دور از ذهن باشد، اما واقعاً تفکر رگولاتوری شاید تا این سطح پیش برود. پس ما باید اجازه دهیم که این حوزه دوره گذار خود را طی کند. چون رگولاتوری این فضا در ایران به همین سادگی اتفاق نمی‌افتد. موضوعات بسیاری از قبیل مالیات، پول شویی، مسیر ورود و خروج ارز از کشور یا مباحث کسب‌وکارهای بلاکچینی همچون ان‌اف‌تی وجود دارد. رگوله کردن این مسائل کار آسانی نیست.

به نظر من می‌توانیم حوزه رمزارز را یک دنیای موازی برای صنعت پرداخت در نظر بگیریم و بگوییم ما تجربیات خوبی در صنعت پرداخت و بانک کشور داشتیم، اما کسب این تجربیات را در روز اول وارد حوزه رمزارزها کنیم. قوانین شاپرک هنوز هم هر فصل آپدیت می‌شود. پس چطور می‌توان تجربیات چنین فضای پویایی را به حوزه کریپتو تحمیل کرد؟ به عقیده من باید اجازه داد فضای کریپتو دوره گذار خود را طی کند.

به تأثیر رمزارز بر اقتصاد ایران و تولید ناخالص ملی اشاره کردید و گفتید که رمزارزها می‌توانند تأثیر چشم‌گیری بر تولید ناخالص ملی داشته باشند. در این مورد در مورد فرصت‌هایی که رمزارزها برای اقتصاد ایران به وجود می‌آورند، بیشتر توضیح می‌دهید؟ تا چه اندازه می‌توان امیدوار بود که

کنترل شده ایجاد کرد، می‌گوید می‌توان فضای فرهنگی ایران را به ان‌اف‌تی‌گره زد و مسیر کارآفرینی جامعه هنر ایران را به اقتصاد بین‌المللی باز کرد.

با توجه به اینکه در حوزه رمزارز فعالیت‌های زیادی داشته‌اید، لطفاً برای شروع، دیدگاه خود را از وضعیت فعلی اکوسیستم رمزارزی ایران بیان کنید.

به اعتقاد من، نوآوری همچون سمفونی با نت سی آغاز می‌شود و این نت موجبات همراهی دیگر عناصر اکوسیستم را فراهم خواهد آورد. فضای سکوی مبادلات کریپتو در ایران دقیقاً به سال‌های اول صنعت پرداخت شبیه است. البته با تفاوت عظیمی در حوزه مدیریت و تفکرات اکوسیستمی. این اکوسیستم ناپخته و

آرش فروزان اعلا از سال ۱۳۸۹ در صنایع مختلف فین‌تک فعالیت دارد. او در ابتدا فعالیت خود را از صنعت پرداخت آغاز کرد و سپس به حوزه‌هایی چون بانک، اینشورتک و لندتک هم وارد شد. تخصص اصلی فروزان در حوزه مدیریت محصول و توسعه کسب‌وکار است. فروزان از سال ۱۳۹۵ در حوزه فارکس و از سال ۱۳۹۸ در حوزه رمزارز و بلاکچین فعالیت می‌کند و در چند صرافی ارز دیجیتال به‌عنوان مشاور فعالیت دارد.



راضیه مینایی

Raziye.minaei1995@gmail.com

در مصاحبه پیش رو فروزان در مورد اکوسیستم رمزارز در ایران می‌گوید. او معتقد است رمزارزها راه ورود ارز را هم به کشور باز می‌کنند و می‌توان با صادرات خدمات حوزه بلاکچین سطح GDP کشور را بالا برد. او ضمن اشاره به اینکه می‌توان به راحتی در فضای ان‌اف‌تی کشور درآمدهای جذاب و

اقتصاد ایران این فرصت‌ها را غنیمت شمارد و از آنها استفاده کند؟

اجازه دهید به نکته‌ای در مورد تولید ناخالص ملی اشاره کنم. در کشور ما هزینه تمام‌شده تولید نرم‌افزار بسیار پایین است. به نظر من نرم‌افزارهای ساخت ایران می‌توانند برای بازار کشورهای اطراف خیلی جذاب باشند. منظور من کشورهای مثل قزاقستان، تاجیکستان، پاکستان، افغانستان، عمان، ترکیه، گرجستان، بلاروس، سوریه، روسیه و لبنان است. حتی برخی از این کشورها از لحاظ فین‌تکی شاید چندین سال از ایران عقب باشند. بازار این کشورها نقش بسزایی در تولید ناخالص و صادرات ملی ما دارد. توسعه صادرات نرم‌افزارهای مبتنی بر حوزه بلاکچین به کشورهای اطراف، نقش واضح و ملموسی بر GDP کشور خواهد داشت.

اگر رمزارز را به عنوان ابزار یا راه‌کاری در نظام انتقال پول و پرداخت ببینیم، در حوزه مبادلات بین‌المللی می‌توان از آن استفاده کرد. سال‌هاست که در مورد پول‌های بلوکه‌شده ایران صحبت می‌کنیم، اما باید بدانیم مشکل در مسیر انتقال برخی از این پول‌هاست. موقعیت ما در بحث استخراج خوب است و این می‌تواند باعث ورود ارز به کشور شود.

اما ما با یک فضای دگرگونی یا disruption کلی در اقتصاد کشور مواجه هستیم. این دگرگونی منتظر تصمیم‌مان نخواهد ماند. این تحول مانند جریان آب با خود کنده‌هایی را می‌آورد. این کنده‌ها فرصت‌هایی هستند که می‌توان آنها را گرفت و استفاده کرد. در غیر این صورت، این جریان سدا را می‌شکند و همه چیز را با خود می‌برد. این جریان، فقط یک بار با خود کنده می‌آورد. کارآفرینان و اهل خرد در حاکمیت فرصت‌ها را درمی‌یابند. پس با توجه به تحریم‌ها و سطح تولید ناخالص ملی کشور، فضای بلاکچین یکی از فرصت‌ها برای کسب موقعیت خوب در اقتصاد خاورمیانه است، البته به شرط کنترل فضای پول‌شویی و نظارت درست بر این حوزه.

در آوریل ۲۰۲۱، سهم ایران از فضای کریپتو دنیا، پنج درصد گزارش شد، البته گزارش دال بر قطعیت این اعداد نیست. این عدد نشان می‌دهد که اقتصاد ایران ذاتاً قابلیت و امکان بهره‌وری از این فرصت را دارد. کشور ما به خاطر داشتن نیروهای متخصص در اقتصاد و کسب‌وکار می‌تواند به خوبی از این فرصت‌ها استفاده کند و به زیرساخت‌های عظیم همانند تولید صنایع سنگین نیازی ندارد. فعالان حوزه تبادل رمزارز ایران از سیر نوآوری، به خوبی بهره‌مند شده‌اند. پس دولت باید در کنار این فعالان بایستد و از این بهره‌استفاده کند یا نسبت به این مسئله موضع دفاعی داشته باشد.

اما من خطری در اینجا احساس می‌کنم. اگر فضای رگولاتوری ایران دچار تشویش شود و به موقع تصمیم‌گیری نکند، فضای این اکوسیستم را زیرزمینی می‌کند و چنانچه این اکوسیستم زیرزمینی شود، دیگر قابل کنترل نخواهد بود. پس به نظر من، دولت باید از خود اکوسیستم استفاده کند و اجازه دهد شرکت‌ها پیشنهادهای خود را برای رگولاتوری مطرح کنند. نهادهای رگولاتور باید از تجربیات فعالان این حوزه استفاده کنند.

اگر CBDC یا همان رمزارز ملی ایران به درستی راه‌اندازی و به زنجیره بلاکچین وارد و به یکسری از شبکه‌های کارآمد دنیا متصل شود، می‌تواند جهشی ۱۰ساله در اقتصاد، به خصوص در صادرات کشور ایجاد کند. بسیاری از صادرکنندگان نگران دریافت پول‌های خود هستند. اگر شبکه درستی پشت CBDC ایران قرار داشته باشد، بسیاری از این مسائل حل خواهد شد. یعنی عملاً این مسئله کاتالیزور رشد چرخه اقتصادی کشور می‌شود.

در بین مسائلی که مرور شد، به دو نکته در مورد رگولاتوری اشاره کردید. در ابتدا گفتید که حوزه کریپتو در حال طی کردن دوره گذار خود است و قانون‌گذاری بر آن به سادگی اتفاق نمی‌افتد و نمی‌توان تجربیات صنایع دیگر را به این حوزه تحمیل کرد. از طرف دیگر همان‌طور که گفتید، اگر رگولاتور به موقع تصمیم درست نگیرد، عواقب ناگواری در

انتظار این اکوسیستم خواهد بود. یعنی، رگولاتوری از طرفی دشوار است و نیاز به تجربه کافی دارد و از طرف دیگر باید سریع‌تر در مورد آن تصمیم درست و قاطع گرفت. در این شرایط، رگولاتور چه نقشی می‌تواند ایفا کند و چگونه می‌تواند این فضا را به درستی رگوله کند؟

اقتصاد رمزارزی به علت یکپارچه‌بودن در دنیا، اقتصادی مولد است؛ مولدی بر پایه نیروی انسانی و پول. یعنی این حوزه می‌تواند بخشی از اقتصاد مولد صنایع مقیاس‌پذیر باشد. رگولاتور باید کاری کند که مانع این اقتصاد مولد و یکپارچه نشود. کاری که رگولاتور باید در این راستا انجام دهد، چند بخش دارد. من معتقدم بخش مربوط به احراز هویت باید کاملاً پیگیری و انجام شود، زیرا اگر انجام نشود برای کشور خطر دارد و باید مبدأ و مقصد و علت تراکنش‌ها مشخص شود. بخش مالیاتی این حوزه هم خیلی پیچیده نیست. تا زمانی که حاکمیت نسبت به دریافت مالیات و بحث‌های مالیات این حوزه به‌طور شفاف عمل نکند و ما را در هاله‌ای از ابهام نگه دارد، تمام مسائل به‌طور زیرزمینی اتفاق می‌افتند. یعنی بخش عمده‌ای از درآمدها که می‌تواند به خود کشور کمک کند، زیرزمینی در جریان خواهد بود.

به نظر من بخش سومی هم که حاکمیت باید زودتر در مورد آن تصمیم بگیرد، ورود و خروج ارز است. ما به شدت به پلتفرم‌های زیرساختی شبیه به سامانه‌های بانک مرکزی نیاز داریم که تکلیف صرافی‌ها را روشن و خطوط قرمز را مشخص کند. شرکتی که مجوز می‌گیرد و تحت نظر و مراقبت است، نمی‌تواند خطا کند. با انجام کارهای اشتباه، این اقتصاد مولد و کاتالیزور را به سوی مسیر غلط و زیرزمینی هدایت می‌کنیم. دولت می‌تواند یکسری قوانین برای گرفتن مجوز وضع کند که این قوانین می‌توانند در مورد زیرساخت فنی، ضمانت‌های بانکی، احراز هویت هیئت‌مدیره و سایر شروط مشابه باشند. با مجوز دادن و رصد کردن، می‌توان از باز شدن بیش از حد این فضا جلوگیری کرد.

به نظر شما مهم‌ترین بازیگران اکوسیستم رمزارزی ایران چه کسانی هستند؟ چه بازیگران دیگری باید به این اکوسیستم وارد شوند؟

فعلاً بازیگران اصلی، فعالان استخراج و صرافی‌های ارز دیجیتال هستند. به نظر من بانک‌ها و کارگزاری‌های بورس هم باید به‌عنوان بازیگران کمک‌دهنده این فضا وارد شوند. همچنین مزارعی که با صرافی‌ها کار می‌کنند، باید شفاف شوند. ما یکسری مزرعه مولد داریم که قابلیت ورود ارز به کشور را دارند، اما شفاف نیستند و مشخص نیست چه کسانی دارند به هم کار می‌کنند. البته من همچنان اعتقاد دارم چون تجهیزات آن وارداتی است و شفافیت ندارد، می‌بایست صرفه و صلاح کشور را نیز مجدد بررسی و این حوزه را هم تنظیم‌گری کرد. اقتصاد کشور ما از نظر تولید مشکل زیرساختی و بنیادی دارد، ولی اقتصادی که تولیدش مبتنی بر نرم‌افزار باشد، می‌تواند به این فضا کمک کند. اگر بانک‌ها سرمایه لازم را در اختیار شرکت‌ها بگذارند، برای مردم ارزش ایجاد می‌کنند، باعث درآمدزایی می‌شوند و فضای اقتصادی کشور را متعادل می‌کنند.

پیش‌بینی شما از بازار و روند قیمتی در سال ۲۰۲۲ چیست؟

من به بیت‌کوین صد هزار دلاری امیدوار هستم. از نظر من اترיום هم خیلی خوب خواهد بود. سولانا و چین لینک هم عالی خواهند بود. من به تمام کوین‌هایی که کسب‌وکار و شبکه دارند، امیدوار هستم. البته امیدوار، نه مطمئن.

روندهای دنیای رمزارز و بلاکچین در ایران و دنیا چه خواهند بود؟

در دنیا دیفای، آن‌فاتی و متاورس فضا مقیاس‌پذیر است. در ایران همچنان موضوع تبادلات روند اصلی هستند؛ مگر اینکه بازیگر جدیدی وارد این حوزه شود.

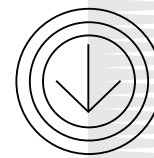
هدیه اصراف رمزارز کشور به مخاطبان کارنگ



کارنگ
انتشارات راه‌پرداخت



شماره ۱۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



رمزارزها در برابر بازارهای
پرهیاهوی این روزها

جنگ، انرژی سبز ورمزارزها

بر اساس پروژه هزینه‌های جنگ در دانشگاه براون، ایالات متحده از سال ۲۰۰۱ تاکنون ۲٫۲۶ تریلیون دلار برای جنگ افغانستان هزینه کرده که شامل ۵۳۰ میلیارد دلار سود برای استقراض دولت می‌شود. بریتانیا و آلمان که پس از ایالات متحده قوی‌ترین قدرت نظامی جهان هستند، به ترتیب ۳۰ و ۱۹ میلیارد دلار در طول جنگ هزینه کرده‌اند. ارزش رمزارزها در حال حاضر بیشتر از مبلغی است که برای طولانی‌ترین جنگ آمریکا هزینه شده است. در همین حال، مجموع هزینه‌های بریتانیا و آلمان تقریباً برابر با هشتمین رمزارز، یعنی پولکادات است که در ماه می ۲۰۲۰ راه‌اندازی شد.

بر اساس گزارش بانک جهانی، حواله‌های جهانی در سال گذشته حدود ۷۰۲ میلیارد دلار بوده است. حواله‌ها به انتقال پولی گفته می‌شود که توسط کارگران خارجی برای اعضای خانواده در کشورهای فقیر فرستاده می‌شود. حواله‌ها به دلیل ماهیت بدون مرز، زمان تسویه سریع و کارمزدهای پایین، به عنوان یک مورد امیدوارکننده برای رمزارزها در نظر گرفته می‌شوند. جالب است بدانید که بازار جهانی حواله در مقایسه با بازار رمزارزهای امروزی کوچک‌تر است.

حال می‌رسیم به بحث سرمایه‌گذاری‌های سبز. بازار جهانی این عرصه از سال ۲۰۱۶ بیش از ۵۰ درصد رشد کرده؛ به این معنی که دارایی‌های سرمایه‌گذاری پایدار اکنون بیش از ۳۵٫۳ تریلیون دلار ارزش دارد، اما با در نظر گرفتن هر کشور به صورت جداگانه، بازار رمزارزها ارزش بالاتری دارد. به عنوان مثال، سرمایه‌گذاری سبز در کانادا حدود ۲٫۴ تریلیون دلار است، در حالی که بازار ژاپن فقط سه تریلیون دلار است. در همین حال، طبق گزارش آژانس بین‌المللی انرژی (IEA)، سرمایه‌گذاری سالانه انرژی در جهان به دو تریلیون دلار می‌رسد.



شماره ۱۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



Microsoft
\$2.51 trillion



Alphabet (Google)
\$2 trillion



Cryptocurrency
industry
\$2.35 - 2.9 trillion



عرض اندام در برابر دیگر بازارها

یک مقایسه تطبیقی برای اینکه بهتر بدانیم بازار رمزارزها و اندازه آن چقدر مهم است

سهام جهانی نیست. ارزش سهام تا اکتبر ۲۰۲۱ چیزی حدود ۱۲۲ تریلیون دلار بود و ارزش سهام ایالات متحده و اتحادیه اروپا به ترتیب ۵۰ و ۱۴ تریلیون دلار است.

ارزش بازار رمزارزها در مقابل تولید ناخالص داخلی، بدهی عمومی و بدهی دانشجویی

زمانی که شما ارزش بازار رمزارزها را با تولید ناخالص داخلی - که شامل ارزش همه کالاها و خدمات تولیدشده در مرزهای یک کشور می‌شود - مقایسه می‌کنید، متوجه می‌شوید که در اینجا رمزارزها در محل خوبی استقرار دارند. در حقیقت رمزارزها در فهرست تولیدات ناخالص داخلی در ۱۰ عنوان برتر، جایی در میان فرانسه (۲٫۶۴ تریلیون دلار) و ایتالیا (۱٫۸۹۹ تریلیون دلار) قرار می‌گیرند. کشورهای صدر این فهرست شامل ژاپن (۵٫۰۵۸ تریلیون دلار)، چین (۱۳٫۷۲۳ تریلیون دلار) و ایالات متحده (۲۰٫۸۹۴ تریلیون دلار) می‌شوند.

در همین حال، ارزش بازار فعلی بیت‌کوین (۸۱۴ میلیارد دلار)، آن را در رده هفدهم جهانی تولید ناخالص داخلی قرار می‌دهد که بین هلند (۹۱۳ میلیارد دلار) و سوئیس (۷۵۲ میلیارد دلار) قرار می‌گیرد. ارزش کل بیت‌کوین جهان بالاتر از تولید ناخالص داخلی کشورهایمانند سوئیس، آرژانتین، عربستان سعودی، سوئد و تایلند است.

اما ارزش بازار رمزارزها در مقابل بدهی‌های ملی در چه وضعیتی قرار دارد؟ به زبان ساده می‌توان گفت این رقم تقریباً با بدهی دولت بریتانیا (۲٫۹۷ تریلیون دلار) برابر است. سطح بدهی جهانی در بحبوحه استقراض دولت، خانوارها و بانک‌ها به رکورد ۲۲۶ تریلیون دلار

جوهرات تا لوازم الکترونیکی دارد؛ بنابراین این ارقام جای تعجبی باقی نمی‌گذارند. با این حال عرضه محدود بیت‌کوین سبب شده سرمایه‌گذاران آن را به عنوان یک دارایی نسبتاً امن تلقی کنند. در سال ۲۰۲۱، ۱۰ میلیارد دلار از صندوق‌های طلا برداشت شده؛ چراکه بیت‌کوین بالاترین رکوردهای خود را در مقابل چاپ بی‌رویه پول ثبت کرد.

به گفته پل تودور جونز، مدیر صندوق سرمایه‌گذاری میلیاردر، طلای دیجیتال در حال «برنده شدن در مسابقه» در برابر همتای فیزیکی خود است. نکته جالب اینجاست که ارزش بازار رمزارزها تقریباً دوبرابر بازار جهانی نقره (۱٫۲۸ تریلیون دلار) است.

ارزش بازار رمزارزها در مقابل املاک و مستغلات

مقایسه یک صنعت ۱۰ ساله با بخش جهانی املاک و مستغلات به نظر ظالمانه می‌رسد، اما به هر حال چاره‌ای نیست. در حالی که ارزیابی ارزش تمام املاک و مستغلات جهان تا حدودی دشوار است، تصور می‌شود که حدود چهار برابر تولید ناخالص داخلی جهانی باشد و حداقل ۱۶۰ برابر ارزش بازار رمزارزهاست.

ارزش بازار املاک و مستغلات ۳۴۰ تریلیون دلار است که آن را به مهم‌ترین ذخیره ثروت شناخته‌شده برای بشر تبدیل می‌کند. املاک تجاری حدود ۱۰ درصد از کل این رقم را تشکیل می‌دهند.

ارزش بازار رمزارزها در مقابل سهام

ارزش بازار رمزارزها به هیچ وجه قابل مقایسه با ارزش

سال ۲۰۲۱ یک سال بسیار پرفرازونشیب و البته مهم برای رمزارزها بود. در این سال برای اولین بار ارزش بازار رمزارزها از دو تریلیون دلار گذر کرد. در ابتدای سال ۲۰۲۱ این رقم زیر یک تریلیون دلار بود، اما با گذشت تنها چند ماه، در سه‌ماهه چهارم سال ۲۰۲۱، این رقم به حدود سه تریلیون دلار رسید. حال به نظر زمان خوبی برای یک بررسی کلی است. منطقاً بهترین راه برای درک این نوع ارقام، مقایسه با سایر صنایع، سرمایه‌گذاری‌ها و دارایی‌هاست.

بحث‌های زیادی حول محور رمزارزها و دارایی‌های دیجیتال وجود دارد، اما یک موضوع کاملاً واضح است؛ دارایی‌های دیجیتال در هر حال به عنوان دارایی محسوب می‌شوند. با در نظر گرفتن این نکته، نقطه شروع خوبی را برای مقایسه آن با سایر دارایی‌ها از جمله فلزات گرانبها، املاک، سهام، اوراق بهادار و... انتخاب کرده‌ایم.

ارزش بازار رمزارزها در مقابل فلزات گرانبها

اجازه دهید از فلزات گرانبها شروع کنیم؛ چراکه با ارزش‌ترین رمزارز - بیت‌کوین - اغلب به عنوان «طلای دیجیتال» معرفی می‌شود. در حال حاضر ارزش بازار طلا ۱۱٫۴ تریلیون دلار است. این یعنی پنج برابر ارزش بازار تمامی رمزارزها و ۱۳ برابر بیت‌کوین (ارزش بازار بیت‌کوین چیزی حدود ۰٫۸۸ تریلیون دلار است) البته این نکته را فراموش نکنید که طلا هزاران سال است که در این عرصه فعالیت دارد و کاربردهای متعددی از



کسری حسینی

@kasrahsni



کوبین بیس هم بازاران اف تی راه انداخت یک بازار اختصاصی در کنار کوبین بیس

به عنوان بخشی از استراتژی کوبین بیس ان اف تی، بازار به کاربران این امکان را می دهد که فرصت خرید، فروش و تعامل با سازندگان، مجموعه داران و جامعه پیرامون ان اف تی های خود را داشته باشند. افرادی که در بالای فهرست کوبین بیس ان اف تی قرار دارند، می توانند به آزمایش کنندگان نسخه بتا تبدیل شوند و با ایجاد حساب کاربری، ان اف تی های خود را ایجاد کرده، به نمایش گذاشته و معامله کنند و تا هفته آینده تمامی این پلتفرم، برای کاربران بالای ۱۸ سال قابل دسترسی خواهد بود.

درست مانند اینستاگرام

این پلتفرم درست مانند یک حساب اینستاگرام است که در آن کاربران ان اف تی های خود را به نمایش می گذارند. افراد می توانند از طریق این پلتفرم یکدیگر را دنبال کنند، در مورد کارهای یکدیگر نظر دهند و با یکدیگر تعامل داشته باشند. اگرچه ویژگی هایی مانند اظهار نظر یا دنبال کردن سایر حساب های ان اف تی روی زنجیره یا غیرمتمرکز نیستند، اما هدف کوبین بیس این است که به تدریج تمام این ویژگی ها را غیرمتمرکز کرده و آنها را در طول زمان به صورت زنجیره ای درآورد.

این پلتفرم برنامه جداگانه ای برای تعدیل و حذف ان اف تی های منتشر شده ندارد و تنها در صورتی که موارد مغایر با قانون یک کشور در ان اف تی ها وجود داشته باشد، این بازار آنها را ممنوع خواهد کرد. اغلب وجود یک برنامه برای تعدیل ان اف تی ها سبب اختلاف نظر جامعه رمزارزها می شود؛ چراکه کاربران یک بازار آزاد و بدون مجوز باید از وجود چنین مواردی جلوگیری کنند. با این حال کوبین بیس اعلام کرده تا زمانی که تحت قانون و نظارت کشوری قرار دارد، دخالتی در درست یا غلط بودن این امر نمی کند. در آینده، کوبین بیس ان اف تی قصد دارد ویژگی های بیشتری به این پلتفرم اضافه کند. همچنین پیش بینی می شود که گزینه خرید ان اف تی با حساب کوبین بیس یا کارت اعتباری اضافه شود تا اکوسیستم برای مخاطبان اصلی قابل دسترسی تر باشد. این پلتفرم همچنین برای جذب کاربران بیشتر، با هنرمندان ان اف تی در سطح جهان همکاری خواهد کرد و انتظار می رود این پلتفرم در مدتی کوتاه به یکی از بزرگ ترین بازارهای ان اف تی تبدیل شود.

راه اندازی یک بازار جدید ان اف تی برای معامله گران و طرفداران آن می تواند یک خبر بسیار فرحبخش باشد. شش ماه پیش کوبین بیس، بزرگترین صرافی رمزارز ایالات متحده از نظر حجم معاملات، اعلام کرد که قصد راه اندازی یک بازار ان اف تی را دارد، اما از ارائه جزئیات مرتبط با زمان شروع به کار آن خودداری کرد. حالا کوبین بیس ان اف تی حالت بتای خود را با مجموعه ای از ان اف تی ها روی بلاکچین اتریوم، راه اندازی کرده است.

کوبین بیس یک پلتفرم عمومی مبادله رمزارز است و بر اساس آمار وبسایتش، حدود ۸۹ میلیون کاربر، ۲۷۸ میلیارد دلار دارایی رمزنگاری شده و ۵۴۷ میلیارد دلار حجم مبادلات سه ماهه دارد. در طول راه اندازی نسخه بتا، کوبین بیس تعدادی از مجموعه های ان اف تی مانند Doodles، World of Women و Azuki را در این بازار به نمایش می گذارد.

«الکس پلاتزر»، سرپرست محصولات ان اف تی در کوبین بیس ان اف تی، طی یک کنفرانس مطبوعاتی گفت: «هر مجموعه مبتنی بر اتریوم در کوبین بیس ان اف تی قابل دسترسی خواهد بود و به زودی دسترسی به بلاکچین های دیگر نیز میسر می شود. ما این مجموعه ها را در پلتفرم خود و در طول زمان برای کمک به شناخته شدن ان اف تی های برگزیده، معرفی می کنیم، به ویژه برای افرادی که با این نوع بازار آشنایی ندارند. همچنین برای مدت محدودی هیچ کارمزد مبادله ای در این بازار وجود نخواهد داشت.»

ویژگی های بازار جدید کوبین بیس

«سانچان ساکسنا»، معاون محصولات در کوبین بیس در این جلسه گفت: «با گذشت زمان، کارمزد افزایش می یابد، اما این کارمزد تک رقمی و بسیار پایین خواهد بود. کاربران می توانند از کیف پول کوبین بیس یا هر کیف پولی که قابلیت خودحضانتی دارد، برای تجارت ان اف تی در این پلتفرم استفاده کنند.» او در ادامه افزود: «ما پیش تر توانستیم پیچیدگی های رمزارزها را به روشی آسان برای عموم مردم به ارمغان بیاوریم و معتقدیم فرصت مشابهی برای انجام این کار برای ان اف تی ها نیز داریم.»

بر خلاف صرافی رمزارز، بازار ان اف تی قصد دارد یک «بازار اجتماعی وب ۳» را نیز پیاده سازی کند.



شماره ۱۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سپتامبر دوم

Apple \$1 Trillion
Microsoft \$1 Trillion
Amazon \$1 Trillion
Bitcoin \$1 Trillion

و به طور کلی کریپتو اشاره نمی کند. این رقم صرفاً ارزش کل رمزارزهای در گردش را نشان می دهد. با این حال، این صنعت دارای کمپانی های بسیاری است که مستقیماً با صدور توکن ها مرتبط نیستند. والت های سخت افزاری، آژانس های بازاریابی و رسانه، شرکت های استخراج، استارت آپ های بلاکچین، شبکه های پرداخت، صندوق های سرمایه گذاری ریسک پذیر رمزارزی و بسیاری دیگر شامل صنعت رمزارزها می شوند. به همین دلیل تخمین ارزش کل صنعت رمزارزها بسیاری دشوار است، اما می توان گفت که احتمالاً چیزی حدود ۲٫۳۵ تا ۲٫۹ تریلیون دلار است. کریپتو در حال حاضر در فهرست ۱۰ صنعت برتر دنیا قرار دارد و از صنعت مخابرات (۱٫۷۴ تریلیون دلار) پیشی گرفته، اما از صنایع خودروسازی (۳ تریلیون دلار)، اکتشاف و تولید نفت و گاز (۴٫۶ تریلیون دلار) و غذا (۵ تریلیون دلار) عقب است. صنعت خدمات مالی جهانی با ارزش بازار ۲۲٫۵ تریلیون دلار در رتبه اول قرار دارد.

ارزش صنعت رمزارزها در مقایسه با سهم های برتر

در آخر اجازه دهید رمزارزها را در مقابل سهم هایی که بهترین عملکرد را دارند، قرار دهیم. از این سهام می توان به اپل و مایکروسافت اشاره کرد. در زمان نگارش این مطلب، اپل با ارزش بازار حدودی ۲٫۹۸ تریلیون دلاری با ارزش ترین شرکت سهامی عام جهان است. پس از آن مایکروسافت با نزدیک به ۲٫۵۱ تریلیون دلار در رتبه دوم و آلفابت با دو تریلیون دلار در جایگاه سوم قرار دارد. نه تنها ارزش بازار جهانی رمزارزها به بزرگترین غول های فناوری جهان نزدیک است، بلکه موفق ترین دارایی آن - بیت کوبین - در سال ۲۰۲۱ بسیار سریع تر از این کمپانی ها به ارزش یک تریلیون دلار رسید. رمزارزها طی ۱۲ سال به این نقطه رسیدند، در حالی که آمازون ۲۴ سال زمان برای رسیدن به یک تریلیون دلار سپری کرد. دومین رمزارز بزرگ، اتریوم، ارزش بازار بیشتری نسبت به سامسونگ، LVMH، و المارت و Procter & Gamble دارد.

۱۲ سال پیش، بیت کوبین در حد یک ایده بود و در سال ۲۰۲۱ به ششمین پول پایه بزرگ روی کره زمین تبدیل شد. این صنعت با پیدایش بسیاری از موضوعات مانند ان اف تی، دیفای، Gamefi و... در حال پیشرفت است. سؤالی که در حال حاضر ذهن بسیاری را مشغول کرده، این است که رمزارزها تا چه حد می توانند پیش روند و نقطه عطف بعدی چه زمانی خواهد بود؟



Apple
\$2.98 trillion

رسیده است. این در حالی است که پایه پولی فعلی جهان، پنج برابر سال ۲۰۰۸ است. در علم اقتصاد، پایه پولی در یک کشور عبارت است از: سپرده های بانک های تجاری نزد بانک مرکزی، به اضافه وجه نقد در گردش در دست مردم، به اضافه وجه نقدی که به طور فیزیکی در بانک ها نگهداری می شود. پایه پولی بخشی از کل عرضه پول است که دارای بالاترین قابلیت نقدشوندگی است. نکته جالب دیگر آن است که ارزش بازار جهانی رمزارزها با کسری بودجه ایالات متحده در سال ۲۰۲۱ (۲٫۷۷ تریلیون دلار) فاصله زیادی ندارد و ۶۵۰ میلیون دلار بیشتر از بدهی دانشجویان ایالات متحده (۱٫۷ تریلیون دلار) است.

ارزش بازار رمزارزها در مقابل برنامه های خرید تسهیل کمی

در ابتدا باید به این بپردازیم که تعریف تسهیل کمی چیست؟ تسهیل کمی، سیاست پولی نامتعارفی است که بانک های مرکزی هنگام نامؤثر بودن سیاست استاندارد پولی، برای جلوگیری از افت عرضه پول مورد استفاده قرار می دهند. یک بانک مرکزی از طریق خرید مقادیر مشخص ذخایر مالی از بانک های تجاری و دیگر نهادهای خصوصی تسهیل کمی می کند و در نتیجه پایه پولی را افزایش می دهد. اگر نگاهی گذرا به ترانزنامه فدرال رزرو از زمان اقدامات تسهیل کمی در اوایل سال گذشته داشته باشیم، می توانیم به اطلاعات دقیقی دست یابیم. فدرال رزرو از مارس گذشته بیش از چهار تریلیون دلار به اقتصاد وارد کرده و ترانزنامه خود را به ۸٫۵۶ تریلیون دلار افزایش داده است. ارزش های جدید وارد شده به عرضه پولی ایالات متحده می توانند به راحتی بازار رمزارزهای امروزی را خریداری کنند، بدهی دانشجویی را پوشش دهند و ۳۰۰ میلیارد اضافه دیگر باقی بماند.

قبل از ادامه بحث، اجازه دهید نگاهی به تسهیل کمی ارائه شده در پی بحران مالی ۲۰۰۸ داشته باشیم. در آن زمان، فدرال رزرو ابتدا، حدود ۲٫۱ تریلیون دلار اوراق خزانه و اوراق بهادار با پشتوانه وام مسکن خریداری کرد. پس از دور دوم تسهیل کمی بین سال های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۱، فدرال رزرو ۶۰۰ میلیارد دلار اوراق قرضه دیگر را به ترانزنامه خود اضافه کرد که مجموع آن را به ۲٫۷ تریلیون دلار رساند که ۳۵۰ میلیون دلار بیشتر از ارزش بازار رمزارزهای امروزی است.

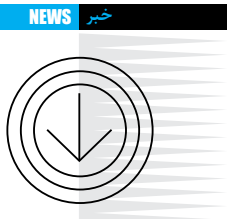
ارزش بازار رمزارزها در مقابل صنایع جهانی

قبل از وارد شدن به این بحث، توجه داشته باشید که رقم ۲٫۳۵ تریلیون دلاری به کل صنعت رمزارزها





خانم شریفی نیا هر چیزی و هر کسی را تبلیغ نکنید!



«دانای عشق» بعد از ۱۳ سال منتشر شده و در پلتفرم Rarible به شکل ان اف تی قابل خرید است

آهنگی از استاد شجریان ان اف تی شد

استاد محمدرضا شجریان، خواننده فقید ایرانی، ۱۳ سال پیش آهنگی به نام «دانای عشق» را ضبط کرد، اما این اثر هیچ وقت منتشر نشد. حال بعد از گذشت ۱۳ سال، این آواز با صدای استاد آواز ایران به مزایده گذاشته شده و برای اولین بار شنیده می شود. اثر دانای عشق با شعری از عطار نیشابوری کار شده است. نکته جالب توجه درباره آهنگ دانای عشق این است که فرایند مزایده آن با استفاده از یک نوع ارز دیجیتال انجام می شود. به گفته مزدا انصاری، نوازنده پیانوی این اثر، استاد شجریان زمانی که مشغول ضبط آلبوم «آه باران» بود، این اثر را هم تنظیم کرد. انصاری کار آهنگ سازی برای این قطعه را در دوران همه گیری کرونا انجام داد. ضبط آهنگ دانای عشق را ریموند مؤسسیان بر عهده داشت. میکس و مسترینگ آن هم با رامین مظاهری در استودیو باران بود. اکنون هم عماد پسندیده به عنوان تهیه کننده این کار شناخته می شود و وی خبر مزایده این آهنگ را منتشر کرده است. پسندیده این خبر را در صفحه فیس بوک خود منتشر کرد.



شماره ۱۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم

درباره یک استوری اینستاگرامی که بهانه خوبی شد برای بحث و گفت و گو درباره خطر ورود سلبریتی ها به حوزه رمزارزها

کلاهبرداران بازارهای مالی آن قدر حرفه ای هستند که بدون بالا رفتن از دیوار خانه مردم و بدون زحمت دزدی فیزیکی به خود دادن، به طوری جیب مردم حاضر در بازارهای مالی را خالی می کنند که هیچ کس از آن خبر نداشته و ندارد. افرادی که در بازارهای مالی حضور دارند، باید این موضوع را در نظر داشته باشند که قبل از ورود به بازارهای مالی حتماً آموزش دیده باشند و با مطالعه دقیق، به انواع راه و روش های کلاهبرداری واقف باشند تا سرمایه خود را از خطر کلاهبرداری محفوظ نگه دارند. ماجرای تبلیغ ملیکا شریفی نیا، بازیگر شناخته شده کشورمان برای یکی از چهره های اینستاگرامی حوزه رمزارزها که یک پروژه مشکوک و به تعبیر کارشناسان این حوزه بی ارزش را ترویج می کند، بهانه ای شد تا ورود بدون آگاهی سلبریتی ها به این عرصه را آسیب شناسی کنیم. اما وقتی دیدم سایت اقتصاد آنلاین در گزارشی موشکافانه و مفصل همه جوانب این ماجرا را بررسی کرده، بهتر دیدم عیناً همان گزارش را اینجا بازنشر دهیم. با این توضیح اضافه که هشدارها و آموزش هایی از این دست یکی از نیازهای اکوسیستم رمزارزی در ماه ها و سال های آینده خواهد بود و فعالان واقعی این فضا باید برای گفتمان سازی و تولید محتوا در این خصوص کارهای زیرساختی انجام دهند؛ چرا که متأسفانه چه بخواهیم و چه نه، در نهایت ضرر و زیان مردم و کاربران عادی که به توصیه های غیر کارشناسی سلبریتی ها عمل می کنند، به پای اکوسیستم رمزارز کشور نوشته خواهد شد.

سوءاستفاده از سلبریتی ها در بازار رمزارز با افزایش محبوبیت رمزارزها در ایران سروکله کلاهبرداران پیدا شده و اکثر مواقع اخباری مبنی بر کلاهبرداری در حوزه رمزارزها از گوشه و کنار این مملکت به گوش می رسد. یکی از روش های جدید کلاهبرداری در حوزه رمزارز تبلیغات

رمزارزهای بی بنیان یا به اصطلاح شت کوین هاست که اخیراً توسط افراد مشهور یا پرطرفدار ایرانی انجام می شود. پشت این نوع کلاهبرداری ها افراد سوءاستفاده گر قرار دارند که از شهرت سلبریتی ها و باورمندی طرفداران شان در راستای تبلیغ رمزارز یا پروژه های استفاده می کنند که اساساً بی بنیان و صرفاً برای خالی کردن جیب مردم طراحی شده است. سلبریتی ها خواسته یا ناخواسته نباید دست به چنین اقداماتی بزنند و از شهرت خود در راستای پر کردن جیب کلاهبردار جماعت استفاده کنند. این اقدامات باعث خدشه دار شدن اعتماد مردم به آنها و افول زود هنگام آنها می شود.

به حرف متخصصان گوش دهید کارشناسان و متخصصان بازارهای مالی همیشه توصیه می کنند که افراد برای سرمایه گذاری باید از قبل خودشان تمام جوانب را بررسی کنند. پارامترهایی مانند تحلیل فاندامنتال و تحلیل تکنیکال را برای این مواقع گذاشته اند تا افراد از آنها در جهت انتخاب صحیح گزینه سرمایه گذاری خود استفاده کنند. در مقابل هستند افراد ساده لوحی که صرفاً به جهت معروف بودن یک شخص به تمام توصیه های او گوش می دهند. حتی اگر توصیه او توصیه مربوط به سرمایه گذاری باشد که دست کمی از توصیه پزشکی ندارد. به گفته یکی از اعضای جامعه رمزارز فارسی زبان به نام علیرضا سبزیعلیان که در توئیتر به نام: 0x4lireza فعالیت می کند و در اکوسیستم استارتآپی و رمزارزی کشور چهره های شناخته شده و مورد اعتماد است؛ «خطر توصیه مالی کمتر از توصیه پزشکی نیست. این را خطاب به سلبریتی ها و شاخ های اینستاگرام عرض می کنم که اگر ذره ای وجدان در وجودتان هست با سرمایه و زندگی مردم بازی نکنید و در اموری که تخصص ندارید، به ویژه مارکت پریسک کریپتو

اگر شما هم می خواهید در این حوزه فعالیت کنید، باید از قبل خودتان را آماده کنید. برای این کار باید با یک متخصص در این زمینه مشورت کنید. همچنین باید با یک مشاور مالی مشورت کنید تا بتواند به شما کمک کند تا در این بازار موفق شوید. در نهایت، باید به یاد داشته باشید که این بازار بسیار پرنوس است و می تواند به سرعت تغییر کند. بنابراین، باید همیشه به روز باشید و به دنبال فرصت های جدید باشید.

ابراز نظر یا تبلیغات نکنید.»
نمونه هایی از توصیه یا تبلیغات مالی توسط سلبریتی ها داستان از این قرار است که خانم شریفی نیا، بازیگر ایرانی دانسته یا ندانسته در صفحه اینستاگرامی خود که یک میلیون و ۴۰۰ هزار دنبال کننده دارد، فردی را به نام یارید معصومی تبلیغ می کند که مسئول ترویج و پامپ و دامپ پروژه WJO است. ملیکا شریفی نیا به یک میلیون و ۴۰۰ هزار دنبال کننده خود می گوید به توصیه های مالی یارید معصومی گوش دهند. یارید معصومی به همراه علی حسینی و ماهان تیموری پروژه WJO را به دنبال کنندگان خود معرفی کردند. در پی اقدام این بازیگر، جامعه رمزارز فارسی زبان توئیتر واکنش های شدیدی داشتند، برای مثال کاربری به نام @CryptoVizArt در توئیتری افزود: «هنرمند، ورزشکار، خواننده، بزرگوار یا هر کسی که روی شانه های توجه مخاطب بالارفتی، تبلیغ کورکورانه در بازار کریپتو یا سایت شرط بندی و همکاری با کلاش های پشت شون» مصداق عینی خیانت به منافع ملی، بازی با اعتماد مخاطب و معامله شرافت شماست. به چه قیمت؟ پول!»

دنیا دادرسان و عذرخواهی بابت تبلیغ رمزارز WJO دنیا دادرسان، خواننده مشهور ایرانی بارها در اینستاگرام خود که دو میلیون و ۴۰۰ هزار دنبال کننده دارد، از یارید معصومی؛ همان کسی که مسئول ترویج و پامپ و دامپ پروژه WJO است، تبلیغ کرده است. دنیا دادرسان در جواب انتقاد کاربران نسبت به انجام این عمل در توئیتر پاسخ داد: «من واقعاً معذرت می خواهم بابت این اتفاق.



ورزشکارها و گیمرها بیش از گذشته وارد دنیای رمزارز خواهند شد

استپن؛ توکن محبوب این روزها

در این اپلیکیشن شما با خرید کفش های ورزشی که به صورت ان اف تی هستند، می توانید از قدم زدن و دویدن خود کسب درآمد کنید و هرچه کفش شما قابلیت های بیشتر و ویژگی های منحصر به فرد بیشتری داشته باشد، می توانید از طریق آن درآمد بیشتری کسب کنید. بسیاری از افراد به دلیل هزینه بالای این ان اف تی ها، آنها را از دارندگان اجاره می کنند و به کسب درآمد می پردازند. در روش اجاره ای کسب درآمد، ۷۰ درصد درآمد در اختیار دارنده ان اف تی قرار می گیرد و تنها ۳۰ درصد آن به دونه تعلق می گیرد. درآمدهای داخل این اپلیکیشن به صورت GST است و کاربران می توانند این توکن را با SOLANA یا USDC معاوضه کنند. در ادامه این مطلب، ما به توکن حاکمیتی این پروژه یعنی GMT می پردازیم. توکن های حاکمیتی، توکن هایی هستند که توسعه دهندگان با ایجاد آنها، دارندگان توکن ها را قادر به مشارکت در پروتکل مدنظر خود می سازند. قیمت GMT در ۱۱ مارس سال جاری تنها حدود ۷۰ سنت بوده و با رشد ۳۵۰۰ درصدی تا به امروز به ۳٫۷۳ دلار رسیده است. این توکن در هفته گذشته با ۶۸٫۳ درصد رشد، به یکی از محبوب ترین توکن های حال حاضر تبدیل شده و با پشتیبانی شدن توسط سرمایه گذاران بزرگی از جمله صرافی بایننس - بزرگ ترین صرافی رمزارز حال حاضر دنیا - از پشتوانه خوبی برخوردار است. صرافی هایی چون بیت بین و رمزینکس اخیراً این توکن را به فهرست ارزهای خود اضافه و امکان دنبال کردن قیمت لحظه ای و همچنین خرید و فروش این توکن را برای کاربران خود میسر کرده اند.

تا به امروز بازی های بلاکچینی بسیاری خلق شده اند که به کاربر اجازه می دهند با بازی کردن، همزمان درآمد هم کسب کنند. به این ویژگی، «بازی کن، درآمد کسب کن» یا به اصطلاح انگلیسی «Play To Earn» گفته می شود. اما بازی استپن، باعث خلق سبک جدیدی از بازی های کریپتویی شده است؛ قابلیت درآمدزایی با حرکت کردن (Move To Earn) به لطف بازی STEP N، در بین کاربران کریپتو، مفهوم جدیدی است. این پلتفرم در آینده نزدیک تعامل کاربران و گیمرها را با بازی های مربوط به فناوری وب ۳، تغییر خواهد داد. برنامه استپن به کاربران اجازه می دهد تا یک کفش به صورت توکن غیر قابل معاوضه (NFT) برای شروع از بازار آن خریداری کنند و بعد با کمک ویژگی های متنوع، بدون یا راه بروند و کسب درآمد کنند. در واقع، هدف اصلی تیم توسعه و طراحی پلتفرم استپن از خلق و توسعه آن، معرفی دنیای جذاب بلاکچین و ارزهای دیجیتال، به جامعه ورزشکاران و گیمرهای نا آشنا به این حوزه و همین طور تشویق کاربران بازار رمزارزها، به ورزش کردن و حفظ زندگی سالم است. STEP N (GMT) یک توکن رمزنگاری شده است که روی شبکه بلاکچین سولانا استقرار یافته است. در حقیقت یک اپلیکیشن ورزشی Move 2 Earn است. بدین معنا که شما با نصب این اپلیکیشن و قدم زدن و دویدن می توانید از طریق برنامه، توکن جایزه بگیرید و به اصطلاح این اپلیکیشن یک اپلیکیشن حرکت برای جایزه است. پروژه استپن در حقیقت شامل دو توکن به نام های GMT و GST است.

* مورد اول: گیت هاب این پروژه متن باز نیست و تنها یک نفر در این پروژه فعالیت بسیار پایینی داشته و از تاریخ پنجم اکتبر به بعد هیچ گونه فعالیتی را روی گیت هاب این پروژه پیدا نمی کنید! تمامی فعالیت هایی هم که ثبت شده، درخواست برای اضافه کردن توکن جعلی Wozj در تراست ولت بوده و هیچ فعالیتی در حوزه پروژه انجام نشده است.

* مورد دوم: اتفاق جالبی که در مورد این پروژه افتاده، این است که برای ویرایش زنجیره هوشمند، بنیان گذاران این پروژه یک زنجیره را به شرکت eNebula ارائه داده اند که هیچ مشکلی نداشته، ولی این زنجیره هیچ وقت به طور عمومی منتشر نشد و عملاً زنجیره ای که منتشر شده بود، کاملاً متفاوت با زنجیره آدیت شده بوده است! علت انجام این کار چه بود؟ چون برای فهرست شدن در تراست ولت و لود شدن لوگو یکی از شرایط این بوده که زنجیره هوشمند این توکن باید آدیت شده باشد و اگر بنیان گذاران، زنجیره اصلی را ارائه می دادند، هیچ شرکتی این زنجیره را تأیید نمی کرد! این یعنی افراد پشت این پروژه سر کاربران و تراست ولت را کلاه گذاشته اند!

لینک بالا آدرس اسمارت کانترکتی است که توسط شرکت eNebula آدیت شده، ولی کانترکتی که دیپلوی شده، کاملاً متفاوت است. برای مثال شما می توانید این قسمت از کد را که داخل لینک بالا به آن اشاره شده، در اسمارت کانترکت جدید جست و جو کنید. متأسفانه هیچ چیز پیدا نخواهید کرد. سبزه علیان طی یک توییت به مخاطبان خود هشدار داد: توکن Wozj فانکشن های خطرناکی در قرارداد هوشمند خود دارد و صد درصد اسکم است. سازنده یا Owner قرارداد های هوشمند این پروژه privilege یا به بیان ساده تر دسترسی هایی برای خودش در کدهای برنامه نویسی از قبل در نظر گرفته که حتی اسکم ترین پروژه های کریپتو هم سعی می کنند از آنها دوری کنند. این دسترسی ها به گونه ای تعبیه شده که مالک یا مالکان پروژه بتوانند در هر زمان نسبت به دستکاری قیمت و مارکت، کنترل دارایی هولدرها، جلوگیری از فروش یا نقل و انتقال توکن توسط هولدرها و بسیاری موارد دیگر که خطر ساز است، اقدام کنند. وجود چنین دسترسی هایی در یک پروژه قرارداد هوشمند فارغ از جعلی بودن تیم اجرایی، وایت پیپر، توکنومیکس و رودمپ بسیار ضعیف، برای اسکم دانستن آن کافی است. نسبت به خطرات این پروژه و فعالیت های تیم معرف آن آگاه باشید.

من کلاً سالی چهار، پنج بار شاید تبلیغات این جور می کنم و معذرت می خوام بابت بی توجهی نسبت به این داستان. حتماً پیگیری می کنم. لطفاً برام بنویسین که ایشون چی کار کردن؟»

ارز دیجیتال ووچک (WOJ) چیست؟

در واقع ووچک نام یک میم اینترنتی یا شخصیت کارتونی اینترنتی است که در سال ۲۰۱۰ مورد توجه قرار گرفت. ووچک تصویر یک مرد کچل با ظاهری مبهوت است. از این تصویر برای بیان مالیخولیا، تنهایی، پشیمانی یا دیگر حالت های رفتاری از این دست استفاده می شود. حالا ووچک به نام یکی از ارزهای دیجیتال بازار کریپتو تبدیل شده است. ارز دیجیتال ووچک، در واقع ارز دیجیتال رسمی پلتفرم ووچک فایننس (Wojak.Finance) است. توکن ووچک با نام اختصاری «WOJ» در بازار کریپتو شناخته می شود. این توکن بر بستر شبکه بایننس اسمارت چین «BSC» فعالیت می کند؛ بنابراین یک توکن با استاندارد «BEP20» به حساب می آید.

چرا رمزارز WOJ بی ارزش است؟

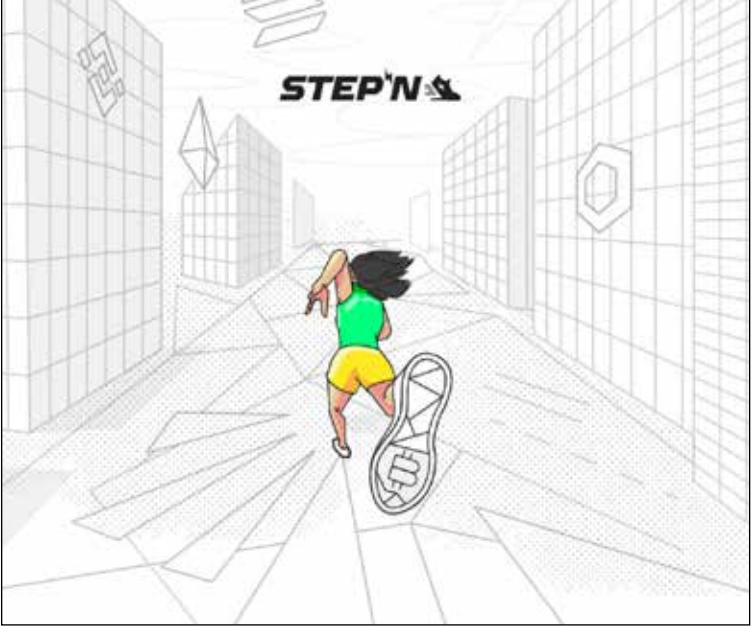
این توکن برای اولین بار توسط علی حسنی و باربد معصومی ملقب به bitbod و ماهان تیموری در کانال های تلگرامی و اینستاگرام شان به عنوان یک پروژه موفق معرفی شد و با تبلیغات بسیار گسترده در پلتفرم های اینستاگرام و تلگرام مردم را تشویق به خرید این پروژه کردند. بعد از معرفی و ترغیب مردم به خرید این کوین در تاریخ ۶ اکتبر ۲۰۲۱ رشد عجیب ۴۲۰۰ درصدی را تجربه کرد و دقیقاً در همان دقایق اولیه بعد از اینکه مردم این توکن بی ارزش را خریدند، به مقدار ۷۵ درصد ارزش خود را از دست داد! به نوعی خودشان قیمت را پامپ کردند و زمانی که مردم برای خرید هجوم آوردند توکن های بی ارزش را ۴۲۰۰ برابر گران تر از ارزش واقعی به مردم فروختند و باعث ریزش شدید قیمت یا اصطلاحاً دامپ قیمت شدند. لازم به ذکر است که حجم کل معاملات خرید و فروش این توکن در آن روز به مبلغ چهار میلیون دلار می رسد!

واکنش ها به اشکالات عدیده فنی پروژه

بعد از این اتفاق جمع کثیری از متخصصان حوزه کریپتو کارنسی به بررسی تخصصی اسمارت کانترکت این توکن پرداختند که در اینجا به چند مورد آن اشاره می کنیم:



شماره ۱۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



سوپر میلیاردی شدی؟
همیشه شما بیشتر از من سود میکنید 😊

دیشب ده هزار دلار از این سهم خریدم در عرض کمتر از 16 ساعت 13 برابر شد باید برای اینکه در سرمایه گذاری موفق بشی یا باید مهارتش رو بدست بیاری یا باید دور خودت رو پر کنی از بهترین متخصص ها و مشاورها ❤️❤️❤️

@BITBOD



کمیسیون بورس و اوراق
بهادار ورپیل با تعویق
پرونده تا پایان سال ۲۰۲۲
موافقت کردند

کشدار شدن بحث‌های حقوقی ریپل

مدیران ریپل و کمیسیون بورس و اوراق بهادار توافق کرده‌اند که رسیدگی به پرونده و جلسات استماع را تا پایان سال ۲۰۲۲ به تعویق بیندازند؛ این بدان معناست که به احتمال زیاد این پرونده تا سال ۲۰۲۳ به طول بینجامد. این تمديد تحت نظر طرفین در نامه‌ای به قاضی «سارا ننتبرن» که ریاست این پرونده را بر عهده دارد، ارسال شد. او با این توافق موافقت کرد. این خبر در توئیتر «جیکز ویلان»، وکیل مدافع این پرونده، منتشر شد.

این دعوی حقوقی از طرف ریپل در جهت اثبات آن است که XRP یک ارز است و به‌عنوان بخشی از دارایی‌های دیجیتال XRP به‌شمار می‌رود. ریپل تلاش دارد تا پرداخت‌های فرامرزی برای سرمایه‌گذاران با کارمزد اندک میسر شود. ریپل همچنین خواستار انطباق با ISO 20022 برای حمایت از بانکداری بین‌المللی است. ISO 20022 یک استاندارد بین‌المللی برای تبادل پیام‌های الکترونیکی بین مؤسسات مالی است.

بر اساس مفاد جدید این نامه، تیم دفاعی باید اظهارات خود و هرگونه درخواستی علیه شهود را تا دوم آگوست ارائه دهد، در حالی که اعتراضات باید تا دو نوامبر ارائه شوند. علاوه بر این، پاسخ به هرگونه مخالفت باید تا ۲۰ دسامبر ارائه شود. این برنامه جدید مربوط به سخنرانی معروف سال ۲۰۱۸ ویلیام هینمن، مدیر سابق SEC است که در آن او اظهار داشت که بیت‌کوین و اتریوم اوراق بهادار نیستند. SEC می‌خواهد بخشی از سخنرانی و همچنین برخی ایمیل‌ها و اسناد هینمن، با مطرح کردن ادعاهای امتیازی جدید از سوابق حذف شود.



شماره ۱۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



روی دیگر سکه رگولاسیون

چرا رگولاتوری می‌تواند متغیری تأثیرگذار و مثبت برای ترغیب سرمایه‌گذاران رمزارزی باشد؟

این روزها هیاهوی پیرامون روندهای غالب بر رگولاسیون رمزارزها بسیار داغ است. از طرفی در کشورهایمانند روسیه، آمریکا و انگلستان شاهد افزایش همه‌جانبه

تلاش‌ها برای کنترل بیشتر این بازار هستیم. از طرفی دیگر، کشورهای کوچک‌تر و در حال توسعه‌ای مانند السالوادور در پی ایجاد یک بازار آزاد رمزارزی برای سود

بردن هرچه بیشتر کشور خود از این فرصت هستند. در این بین جامعه رمزارزی به‌طور غالب با روند قانون‌گذاری مرکزی مخالف بوده، هرچند موافقانی

برد سریع؛ انگیزه آفریقایی مرکزی برای
قانونی کردن بیت‌کوین

کلپ سه‌نفره شد!

یکی از فقیرترین کشورهای دنیا، در جهت قانونی کردن بیت‌کوین اقدام کرده و حالاً می‌توان جمهوری آفریقایی مرکزی را در کنار هندوراس و السالوادور عضو کلپ سه‌نفره‌هایی که به بیت‌کوین وضعیت قانونی بخشیده‌اند، به‌شمار آورد. قانون‌گذاران و اعضای مجلس آفریقایی مرکزی بدون رأی مخالف، هفته گذشته با تصویب متفق‌القول لایحه مربوطه، در جهت قانونی کردن بیت‌کوین قدم برداشتند. بلافاصله پس از آن، «فاستین ارشان تودرا»، رئیس‌جمهور این کشور، با امضای نهایی خود لایحه مذکور را به قانون تبدیل کرد. «اوبد ناسیمو»، سخنگوی دفتر ریاست جمهوری

جمهوری آفریقایی مرکزی در بیانیه‌ای گفت: «پذیرش بیت‌کوین به‌عنوان یک ارز رسمی در کشور ما، فرصت‌های بسیاری را برای آینده کشور ما ایجاد می‌کند و قدمی مصمم در راستای پیشرفت است.» به گفته «هروه انبوا»، وزیر اقتصاد جمهوری مرکزی آفریقا، این لایحه بر چگونگی برخورد شهروندان با دارایی‌های رمزارزی و خصوصاً بیت‌کوین متمرکز است. او همچنین تأکید کرد که این لایحه اهداف بسیار متفاوتی از فعالیت‌های السالوادور دارد و به‌دنبال تقلید از این کشور نیست. جمهوری آفریقایی مرکزی که بر اساس آمار بانک جهانی در میان ۱۰ کشور فقیر در دنیا قرار دارد، از نظر





نیم میلیارد دلار؛ بهای محبوبیت رمزارزها در بریتانیا

رمزوراز بستن حفره مالیاتی

فرایند خروج بریتانیا از اتحادیه اروپاست. اتحادیه اروپا بدون شک یکی از پیشروترین بدنه‌های سیاسی دنیا در زمینه رگولاسیون رمزارزهاست و خروج ما از چنین بدنه‌ای دست ما را تا حدی در رگولاسیون و تحقیق و توسعه بیشتر بسته است. از این نظر، با یک افزایش قابل توجه ۹ درصدی در بودجه طرح پیش رو مواجه شدیم.»

حرف‌های وودز در خصوص ضعف ایجادشده در روند رگولاسیون رمزارزها

چندان هم دور از واقعیت نیست. بسیاری معتقدند که با وجود جدیت بریتانیا برای ایجاد رگولاسیون گسترده‌تر بر رمزارزها، توانایی اجرایی و درک اعضای پارلمان این کشور از رمزارزها کم‌کم ضعیف است. باور عموم صاحب‌نظران رمزارزی این است که رهبران رگولاسیون هم در آمریکا و هم در انگلستان به جای عمل آینده‌نگر، همواره یک قدم از آخرین روندهای رمزارزی دنیا عقب هستند و به عبارتی «دوان‌دوان» در تعقیب این روندها هستند. یکی از نمونه‌های این اتفاق اوایل ماه گذشته بود، وقتی خزانه این کشور از ضرابخانه

سلطنتی خواست تا به «ضرب»

یک ان اف تی بپردازد تا بتواند تأثیرات آن را مورد بررسی قرار دهد؛ اقدام و انتخاب کلماتی که واکنش‌های گسترده‌ای داشت و در برخی جوامع آنلاین سوژه شوخی‌های اینترنتی شد. بخش مهمی از بیانیه اخیر دفتر آینده‌نگری مالی انگلستان نیز قابل توجه است: «ما به دنبال ایجاد یک

چهارچوب سازمانی و رگولاتوری هستیم که همواره برای نوآوری‌های فناوری مانند استیبل کوین‌ها حامی خواهد بود.»

شاید بتوان این چهارچوب پیشنهادی توسط PRA را که قرار

است با جذب مالیاتی از سازمان‌های رمزارزی ثبت‌شده بودجه خود را تأمین کند و به نوعی «اتحادیه» برای شرکت‌های رمزارزی بریتانیا تبدیل شود، به عنوان یکی از تنها نمونه‌های رگولاسیون هوشمند بازار رمزارزها در انگلستان نام برد. در طول ۱۲ ماه اخیر این اتحادیه با بیش از ۲۸۶ میلیون دلار سرمایه در حال تبدیل شدن به یکی از اصلی‌ترین بدنه‌های رگولاسیون در آینده انگلستان بوده است.

نیمه تاریک رمزارزها همواره از ابتدای پدید آمدن آنها با عباراتی مانند خرید و فروش غیرقانونی، پول شویی و فرار مالیاتی گره خورده است. همین عبارات هستند که زمینه‌ساز تلاش‌های رگولاتوری گسترده در بسیاری کشورها شده‌اند. بدون شک، یکی از مصمم‌ترین کشورها در به کنترل قانون در آوردن رمزارزها، بریتانیاست. یکی از عمده‌ترین دلایل آن اما حفره مالیاتی‌ای است که به عقیده برخی صاحب‌نظران مالی این کشور توسط رمزارزها در اقتصاد این کشور ایجاد شده بود.

حالا این حفره دیگر یک فرضیه یا باور نیست. طی تحقیقی که از اواخر سال ۲۰۲۱ تاکنون توسط بانک انگلستان برای روشن‌سازی این موضوع در جریان بوده، بودجه سال ۲۰۲۲ این کشور، با حفره‌ای به ارزش ۴۱۹ میلیون دلار مواجه است. بانک انگلستان با اطمینان اعلام کرده که بخش بزرگ یا تمام این مبلغ در قالب رمزارزهایی که مشمول مالیات نمی‌شود، توسط سرمایه‌گذاران در بازار رمزارز قرار دارد.

اگر این مبلغ خسارت به بودجه رضایت شما را جلب نکرده، بد نیست که بدانید از آن زمان تاکنون، دولت بریتانیا از طریق دفتر آینده‌نگری مالی این کشور اقدام به ایجاد طرحی کرده که با بیش از ۳۰۰ میلیون دلار بودجه، وظیفه خواهد داشت تا با نقش منفی فناوری‌های نودر قبال اقتصاد ملی مقابله کند که البته بی‌شک نام رمزارزها و بلاکچین نیز در صدر فهرست این رمزارزها خواهد بود. به طور کل، مبلغ کسرشده از بودجه به همراه مبلغی که برای مبارزه با این پدیده اختصاص داده شده، بالغ بر ۷۰۰ میلیون دلار است.

«سم وودز»، معاون رئیس بانک انگلستان در این مورد می‌گوید: «بدون شک ضربه بزرگی برای انگلستان و اقتصاد آن و همچنین نیاز مبرم ما

به ایجاد یک چهارچوب قانونمند برای این ارزش‌های دیجیتال است. البته باید در نظر بگیریم که یکی دیگر از دلایل خرج بالای طرح دفتر آینده‌نگری مالی،

ورود به آن ممانعت می‌کنند.

امنیت

با توجه به اینکه یکی از اصلی‌ترین رسالت‌های اولین رمزارز یعنی بیت کوین ایجاد امنیت ناگسستنی بود، شاید ایجاد امنیت به‌عنوان بهانه‌ای برای رگولاتورها و دلیلی اطمینان‌بخش برای سرمایه‌گذاران کمی اغراق‌آمیز به نظر برسد.

«تالی گرین‌برگ»، مدیر بخش توسعه شرکت رمزارزی Allnodes در این مورد می‌گوید: «فکر می‌کنم بین طرفداران سرسخت رمزارزها در فضای مجازی و عموم مردم یک شکاف اساسی در درک رمزارزها وجود دارد. شاید مسئله امنیت مدت‌ها باشد که برای دسته اول حل شده، اما بسیاری از این طرفداران دوآتشه درک عموم مردم از رمزارزها را بزرگ‌نمایی می‌کنند. بسیاری از مردم از ترس عدم وجود امنیت هنوز به واحدهای دارایی دیجیتال بدبین هستند از آن می‌پرهیزند. از سوی دیگر رسانه‌ها و عملکرد برخی صرافی‌ها و حتی رمزارزهایی مانند ریپل و تتر هم کمکی به بهبود اوضاع نمی‌کند. بایننس و کوین بیس هر دو با موفقیت مورد هک و سرقت قرار گرفته‌اند. تتر مدتی در ایجاد شفافیت در خصوص پشتوانه دلاری خود کوتاهی کرد و ریپل

بیش از دو سال است که در یک دادگاه جنجالی درگیر است. در چنین شرایطی، طبیعی است که عده قابل توجهی رگولاسیون را به‌عنوان یک مکمل مرکزی برای ایجاد امنیت بیشتر بپذیرند.»

عقب‌ماندگی رگولاسیون؟

گرین‌برگ که خود را از حامیان رگولاسیون اصولی می‌داند، بر خلاف بسیاری دیگر، آمریکا را در زمینه رگولاسیون عقب‌افتاده نمی‌داند. او در این مورد می‌گوید: «در سنا می‌بینید که چطور برخی افرادی که می‌خواهند فوراً یک لایحه به نام خود داشته باشند، برای پیشبرد طرح‌های خود می‌گویند که ما گند هستیم و از دنیا عقب افتاده‌ایم. بله تدوین قانون برای رمزارزها طول می‌کشد و باید هم طول بکشد. هیچ مورد دیگری مانند کریپتو وجود نداشته که برای قانون‌گذاری از تجربه آن وام بگیریم. بنابراین روند قانون‌نویسی برای رمزارزها باید محتاطانه و طولانی باشد.

نیز در گوشه‌های تاریک آن دیده می‌شوند. حالا اما یک بعد سوم در حال ایفای نقش در بازار و رگولاسیون رمزارزهاست. آن عامل سرمایه‌داران هستند. داستان سرمایه‌داران تا حد مشخصی روشن است. آنها در پی این هستند که با استفاده از سرمایه خود به سود بیشتری برسند و از پول، به پول بیشتر برسند. بنابراین روند رگولاسیون «باطناً» با روند طی شده توسط این سرمایه‌داران ضدیستی ندارد. اتفاقاً حالا برخی سرمایه‌داران و صاحب‌نظران بازار رمزارزی به این نتیجه رسیده‌اند که برخی ابعاد قانون‌گذاری می‌تواند کاملاً به نفع آنها باشد. اما این عوامل چیست و تا چه حد در تصمیمات این سرمایه‌داران اثر دارد؟ نگرانی اصلی سرمایه‌گذاران در چنین بازاری از کجا نشئت می‌گیرد و رگولاسیون چگونه ممکن است بتواند تجربه آنها را در بازار رمزارز بهبود بخشد؟

ایجاد سکون

به ندرت بازاری در تاریخ بشر وجود داشته که مانند بازار رمزارزها، محبوبیت و نوسان افراطی را با موفقیت ادغام کند. با وجود نوسان بالا، بسیاری از سرمایه‌داران کوچک‌تر که ارزش ریسک برای آنها مفیدتر است، توانسته‌اند ثروت قابل توجهی را از آن خود کنند. اما قشر بالاتر سرمایه‌داران که معمولاً معاملات کم‌ریسک‌تر را برای خود معیار می‌دانند، به بازارهایی با سکون بیشتر و اوج‌های قابل پیش‌بینی تر تمایل دارند.

پیش‌بینی می‌شود که در صورت ادامه روند رگولاسیون مستمر و رسیدن این روند به انتهای خود، نقش تثبیت‌شده، برخی رمزارزهای دیگر از گردونه رقابت حذف شوند و در نهایت به یک قیمت نسبتاً ساکن برای عموم رمزارزهای مفید برسیم. پیش‌بینی می‌شود با وجود کاهش احتمال نوسان‌گیری و سودهای هنگفت یک‌جانبه، چنین سکونی زمینه‌ساز موج انبوهی از سرمایه‌تزیقی به شکل تدریجی شود که نهایتاً نه به سرعت رشد سال‌های اخیر، اما به یک سهم بازار بزرگ‌تر برای بازار رمزارزها به دست سرمایه‌گذاران منجر خواهد شد. این تنها در مورد سرمایه‌گذاران صدق نمی‌کند. بسیاری از مردم که از روندها و شیوه‌های بازار رمزارزی آگاهی ندارند نیز از ترس نوسان بالای بازار از

صاحب‌نظران بازار مالی و رمزارز به دنبال «بردهای سریع» در جهت بهبود موقعیت مالی دولت فعلی است. عبارت «بردهای سریع» به‌طور گسترده‌ای توسط دولت این کشور استفاده می‌شود. به نظر می‌رسد در سطوح محلی آفریقای مرکزی نیز همبستگی با دولت مرکزی در جهت استفاده حداکثری از کریپتو برای بهبود وضعیت مالی وجود دارد.

اندو با در بخش دیگری از سخنان خود گفت: «مردم ما هر روز در شرایط سختی زندگی می‌کنند. باید به آنها نشان دهیم که سهم خودمان از قرارداد اجتماعی میان ما و آنها را انجام می‌دهیم. باید بتوانیم با کسب بردهای سریع، در



شماره ۱۷
۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم

رمزارز ۲۰

۱,۱۰۷ میلیارد

۴۰۰ میلیارد دلار

۳۰۰ میلیارد دلار

۲۰۰ میلیارد دلار

۱۰۰ میلیارد دلار

هفته گذشته هم مانند ماه گذشته بازار رمزارزها خونین بود. داده‌های مربوط به بازارهای آتی و کاهش تقاضای برای خرید تتر، نشان می‌دهد که ممکن است روند نزولی بازار رمزارزها ادامه‌دار باشد و قیمت‌ها هم در ادامه به سطوح پایین‌تر سقوط کند. به گزارش کوین تلگراف، شاخص ارزش بازار رمزارزها در سه ماه گذشته بالای یک خط روند صعودی در نوسان بوده است. سطح ۱/۷۵ تریلیون دلار آخرین حمایتی است که سه روز پیش و در ۷ اردیبهشت مورد آزمایش قرار گرفت. آزمایش این حمایت با سقوط بیت‌کوین به سطح ۳۸ هزار دلار و کاهش قیمت اتریوم تا ۲۸۰۰ دلار هم‌زمان بود. با سقوط بیت‌کوین به ۳۸ هزار دلار سؤال بسیاری از ناظران بازار این است که وضعیت بازار در ۳۰ روز آینده چگونه خواهد بود؟ وضعیت بازار در اردیبهشت ماه امسال برخلاف سال‌های گذشته، نزولی بوده است. امسال، بازار شرایط متفاوتی را تجربه می‌کند و بازدهی بیت‌کوین از ابتدای سال ۲۰۲۲ همچنان منفی است. با این اوصاف، آیا روزهای خوب بیت‌کوین بازمی‌گردد؟ فعلاً که بیت‌کوین امسال از بورس و طلا عقب مانده است و بازدهی ۲۰ رمزارز برتر در ماه گذشته منفی بوده است. از منفی ۲ درصد تا منفی ۳۵ درصد بازدهی‌هایی بوده که ۲۰ رمزارز برتر بازار به دست آورده‌اند.



مکانیسم اجماع	ارزش	نوع	بازدهی (هفته)	ارزش بازار (میلیارد دلار)	قیمت (میلیون تومان)	نماد	دارایی	نماد	رتبه
اثبات کار	طلای دیجیتال	ارز	۲.۹۳٪	۷۳۵	۱,۱۰۷ میلیارد	BTC	بیت‌کوین	Bitcoin	۱
اثبات کار	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۴.۶۸٪	۳۴۲	۸۱.۱ میلیون	ETH	اتریوم	Ethereum	۲
	پول نقد دیجیتال	استیبل کوین	۰.۰۱٪	۸۳	۲۸.۷ هزار	USDT	تتر	Tether	۳
قابل سفارشی‌سازی	پرداخت	ارز	۱۲.۸٪	۳۰	۱۷.۸ هزار	XRP	ریپل	XRP	۴
اثبات سهام	انتشار استیبل کوین	توکن کاربردی	۸.۱۷٪	۲۹	۲.۴ میلیون	LUNA	ترا	Luna	۵
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۷.۹۲٪	۳۱	۲.۷ میلیون	SOL	سولانا	Solana	۶
	پول نقد دیجیتال	استیبل کوین	۰٪	۴۹	۲۸.۷ هزار	USDC	یواس‌دی کوین	USD Coin	۷
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۱۰.۱۹٪	۲۷	۲۳ هزار	ADA	کاردانو	Cardano	۸
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۱۵٪	۱۷	۱.۸ میلیون	AVAX	آوالانچ	Avalanche	۹
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۱۳.۹۵٪	۱۶	۴۶۱ هزار	DOT	پولکادات	Polkadot	۱۰
قابل سفارشی‌سازی	پرداخت	ارز	۶.۹۶٪	۴.۵	۵.۲ هزار	XLM	استلار	Stellar	۱۱
اثبات کار	میم‌کوین	ارز	۰.۱۶٪	۱۸	۳.۹ هزار	DOGE	دوج‌کوین	Dogecoin	۱۲
	شبکه اوراکل	پلتفرم نرم‌افزاری	۱۱.۱۹٪	۵.۶	۳۴۶ هزار	LINK	چین‌لینک	Chainlink	۱۳
اثبات سهام	شبکه لایه ۲	توکن کاربردی	۱۷.۱۱٪	۹	۳۲.۸ هزار	MATIC	پلی‌گان	Polygon	۱۴
اثبات کار	میم‌کوین	ارز	۸.۹۰٪	۱۲	۶۴ ریال	SHIB	شیبیا اینو	Shiba Inu	۱۵
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	ارز	۱۵.۰۶٪	۳.۲	۴۰۷ هزار	ICP	اینترنت کامپیوتر	Internet Computer	۱۶
اثبات سهام	اپلیکیشن‌های بین‌زنجیره‌ای	پلتفرم نرم‌افزاری	۱۷.۹۹٪	۵.۴	۵۴۴ هزار	ATOM	کازموس	Cosmos	۱۷
اثبات کار	طلای دیجیتال	پلتفرم نرم‌افزاری	۵.۲۸٪	۷	۲.۹ میلیون	LTC	لایت‌کوین	Litecoin	۱۸
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	ارز	۱۱.۹۶٪	۴.۲	۱۸ هزار	ALGO	آلگورند	Algorand	۱۹
		توکن کاربردی	۱۸.۳۲٪	۳	۴۷.۵ هزار	MANA	دیسنترالند	Decentraland	۲۰