



گفت‌وگو با مرصده حیدری
هم‌بنیان‌گذار خانه
طراحان مد خلاق
قاجاق
بزرگ‌ترین
ضربه را به
مامی‌زند

گفت‌وگو با مجید دهییدی پور
رئیس پارک علم و فناوری
دانشگاه شریف درباره روندی که
اکوسیستم نوآوری در چند سال
گذشته طی کرده است

**سخت‌افزار
و نسل نوین
استارت‌آپ**

SHARIF

**نیاز امروز اکوسیستم رفتن
به سمت نوآوری نهادی است**

رونمایی اسنپ از بنیان‌گذارانش
در یک مهمانی شام، ایاد الکسار و محمود فوز از تجربه راه‌اندازی
استارت‌آپ و فرصت‌های بازار ایران گفتند

 خواربارفروشی دیجیتال: نبرد بزرگان DIGITAL GROCERY ۱۲	 سفر با نیوکاش بدون پول نقد گفت‌وگو با علی آیتی درباره کسب‌وکاری برای گردشگران عرب‌زبان ۶	 گفتگو لینک اکسپرس از بطن استارت‌آپ دیگری متولد شد گفت‌وگو با علی حسینی مدیرعامل این کسب‌وکار ۴	 گزارش کولز و حمایت از اقتصاد چرخشی تلاش خرده‌فروش استرالیایی برای کاهش ضایعات ۱۲
---	---	---	---

فرمول فروش‌ها و کارآفرینی زرد!

گزارش جامع گردشگری ایران و آینده پیش رو



شاید وقت آن رسیده باشد همان طور که دست روان شناسان زرد روشد زیست بوم نوآوری کشور به مقابله با فرمول فروش های کارآفرینی برود

کارآفرینی زرد!

سال هاست که با روی بیلوردها می بینیم شان یا در صفحات مجازی و پوستر همایش ها و کنفرانس ها... آنها تجسم واقعی ابتدال حرفه ای اند. آنها که کتوشلواری های گران قیمت می پوشند و ساعت های مارک دارشان را جوری می گیرند که در عکس هایی که برای پوسترهایشان آماده می کنند، حتما دیده شوند. آنها یک قبیله خطرناک برای ذهن و روان ایرانی هایی هستند که از هزار و یک بلا و مصیبت و گرفتاری به تنگ آمده و آزار دیده اند و در پی راه هایی برای التیام زخم های روان و ذهن خودند، اما به دام این قبیله گرفتار می شوند.



رضا جمیلی
سردبیر
@rezajamili

صحبت از روان شناس هایی است که هفته گذشته سازمان روان پزشکی کشور در یک حرکت تحسین برانگیز فهرست شان را بیرون داد و پته شان را روی آب ریخت و اعلام کرد آنها اکثراً و جاهت علمی و دانشگاهی ندارند و مجوز قانونی ای برای کار در این حوزه در داخل کشور ندارند.

نام هایی چون هلاکوبی و شیری و انوشه و ماهان تیموری که سال هاست روان شناسی زرد موفقیت و شادابی و برتری جویی به ایرانی های خسته دل قالب می کنند. یک دست مرزباز به این سازمان دولتی که جسارت به خرج داد و دست رؤیافروش های سبک زندگی را رو کرد... بیش باد!

اما زرد فروش ها در همه جا مشغول به کارند. از بازار رمزارزها گرفته تا بازار استارتاپها و کسب و کارهای نوآور. راستش من یکی که خسته شدم از بس نوشتم و گفتم یک روز باید با اسم و نام و نشان پته پکیج فروش ها و استادان کارآفرینی زرد را روی آب ریخت و اکوسیستم نوآوری کشور را از دست حضور نابهنجارشان خلاص کرد! درست مانند روان شناسی زرد، کارآفرینی زرد هم یک بلای خانمان سوز است؛ تازه با ضرر و خسارت بیشتر.

استادانی که غوره نشده مویز شده اند و برای جوانان بیکاری که تجربه حتی شش ماه کارمندی در یک شرکت درست و درمان را ندارند، رؤیای کارآفرینی و استیو جابز شدن می بافند و فقط و فقط آنها را به معنای واقعی کلمه بدبخت می کنند!

باید زیست بوم نوآوری و آدم های واقعی آن نترسند از اینکه کسانی را که بی پشتوانه و صرفاً برای پر کردن جیب خود، آن هم با تهییج مشتاقان کسب و کار، در این فضا دام «کارآفرینی زرد» پهن کرده اند، با انگشت و با نام و نشان معرفی کنند و فضایی را که خود به اندازه کافی گرفتاری و مانع دارد، از یک آفت بزرگ پاک و میرا سازند.

کارآفرینی زرد درست مثل خوره روح این فضا را به آهستگی می خورد و می تراشد و می پوساند... پس باید ریشه اش را زد!

باهمکاری مرکز نوآوری و کارآفرینی دانشگاه شیراز

میتاپ ایرانسل برگزار شد

ایرانسل در شیراز

فعالیت خود، نیازهای خود برای همکاری با ایرانسل را مطرح کردند و نظرات مدیران ایرانسل برای توسعه محصولات و خدمات این شرکتها، با آنها به اشتراک گذاشته شد. این نشست، دومین دور از رویدادهای «IranCell Meetup» محسوب می شود. نخستین نشست در این رابطه، روز ششم اردیبهشت ۱۴۰۱، در تهران و با حضور حدود ۳۰ نفر از زیست بوم استارتاپی، برگزار شده بود و نشست های بعدی در این رابطه نیز، در شهرهای مختلف ایران برگزار خواهد شد.

ایرانسل، سوم خرداد، رویدادی به نام «IranCell Meetup»، را برای دیدار و آگاهی از ظرفیت های استارتاپ های شیراز برگزار کرد. این رویداد، عصر سه شنبه سوم خرداد ۱۴۰۱، با هدف برقراری ارتباط نزدیک تر و گفت و گوی مستقیم با کسب و کارهای نوپا و دانش بنیان، با همکاری مرکز نوآوری و کارآفرینی دانشگاه شیراز، از ساعت ۱۶ تا ۱۹، در تالار کتابخانه خوارزمی دانشگاه شیراز برگزار شد. در این رویداد، ظرفیت های همکاری موجود بررسی شد و استارتاپها، ضمن معرفی و توضیح حوزه



رویداد ملی دانشگاه آزاد اسلامی با حمایت پستکس برگزار می شود

نگاهی به دستاوردهای چهار هزار استارتاپ

ساعت ۱۰ خواهد بود. در این رویداد علاوه بر ارائه دستاوردهای فناورانه و نوآورانه دانشگاه آزاد اسلامی، برنامه تحول و تعالی، اسناد آمایش استانها، تحولات و مسیر آینده دانشگاه ارائه می شود. رویداد ملی گام دوم دانشگاه با هدف ایجاد بستری برای کسب و کارهای نوپا و دانش بنیان و فرصتی برای اشتغال آفرینی دانشجویان دانشگاه در چهلمین سالگرد تأسیس دانشگاه آزاد اسلامی برنامه ریزی شده است.

دانشگاه آزاد اسلامی در شروع دهه پنجم حیات خود و تولد چهل سالگی اش، به عنوان بزرگترین دانشگاه جهان، تصمیم گرفته است از دستاوردهای چهار هزار استارتاپ و تجارت فارغ التحصیل این دانشگاه در قالب رویداد ملی امیدورنمایی کند. این رویداد در مصلی تهران از ۸ تا ۱۱ خرداد برگزار می شود. پستکس از این رویداد ملی و آکادمیک به عنوان اسپانسر حمایت می کند. سخنرانی و استیج پستکس ۱۱ خرداد

باتصمیم بانک مرکزی پلتفرم های اعتبارسنجی به کار خود ادامه می دهند

رفع یک محدودیت!

در همان مقطع رئیس نصر تهران در نامه ای به معاونت نظارت بانک مرکزی این تصمیم را عجولانه خواند و خواهان تجدیدنظر از سوی بانک مرکزی شد. حالا خبر می رسد با پیگیری های سازمان نصر تهران و در راستای همکاری بانک مرکزی در این خصوص مشکل پلتفرم های اعتبارسنجی تا زمان بررسی تمامی جوانب این موضوع برطرف شده است. از جمله وحید عباسزاده، مدیرعامل پلتفرم آپیس خبر داده سرویس های این پلتفرم متصل شده است.

هفته گذشته مؤسسه اعتبارسنجی رتبه بندی ایران طی نامه ای به پلتفرم های ارائه دهنده سرویس اعتبارسنجی اعلام کرد که همکاری خود با این پلتفرمها را طبق دستور بانک مرکزی متوقف می کند. این اتفاق در شرایطی رخ داد که مؤسسه اعتبارسنجی رتبه بندی ایران تنها شرکت رسمی ارائه دهنده این سرویس با مجوز بانک مرکزی است. همچنین سرویس این پلتفرمها در شرایطی متوقف شد که کماکان قرارداد میان دو طرف در جریان بود.



شماره ۵۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم



شماره ۵۱ | ۸ خرداد ۱۴۰۱ | سال دوم | کارنگ؛ هفته نامه اقتصاد نوآوری ایران

مدیر هنری: روح اله گیتی نژاد
مدیر فنی: علیرضا کیوان
صفحه آرا: بهناز سعیدی
عکس: حامد کریمزاده، پریا امیر حاجلو
سایت: راضیه مینایی
چاپ: هنر سرزمین سبز
نشانی: تهران، جنت آباد جنوبی، خیابان لاله غربی، خیابان حدیث، کوچه حدیث دوم، پلاک ۸
تلفن تحریریه: ۴۶۰۱۲۲۰۴
وبسایت: karangweekly.ir

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مینا والی
سردبیر: رضا جمیلی

دبیر تحریریه: المیرا حسینی
تحریریه: مهران امیری، عبدالله مقدمی
لی لی اسلامی، سپیده اشرفی، پارسا خاک نژاد
ترانه احمد دوست، پریسا اماموردیلو
زهره دودانگه، منیره شاه حسینی

رونمایی اسنپ از بنیان گذارانش

اسنپ یکی از بزرگ‌ترین کسب‌وکارهای اینترنتی ایران، در هتل اسپیناس پالاس تهران میزبان رسانه‌ها و خبرنگاران بود تا در یک مهمانی شام، از آمارهای کسب‌وکارش بگوید. تأکید روی آمارها و رکوردهای سفر روزانه اسنپ و مقایسه آن با برندهای بزرگ این حوزه همچون اوبر، موتیف این مراسم بود. از جمله محمد خلیج، مدیرعامل اسنپ که با اشاره به فشارهای روی این کسب‌وکار تأکید کرد موفقیت‌های رقم خورده، خیره‌کننده بوده است. یکی از مهم‌ترین تمایزهای این مراسم رونمایی از دو چهره خارجی اسنپ بود که به‌عنوان بنیان‌گذاران گروه اسنپ معرفی شدند؛ ایاد الکسار و محمود فوز. چهره‌هایی که در سال‌های گذشته همیشه نام‌شان در میان بود، اما کمتر در رویدادهای اکوسیستم حاضر می‌شدند.

نکته قابل توجه دیگر این برنامه، جمع‌شدن تقریباً تمامی چهره‌های تأثیرگذار اسنپ در کنار یکدیگر بود. از مدیران اصلی گروه تا چهره‌هایی چون سعید لطفی و مهرداد عبدالرزاق از اسنپ‌فود، مسعود طباطبایی از اسنپ‌اکسپرس، علیرضا صادقیان از اسنپ‌ونچرز، مدیران اسنپ‌دکتر و تریپ و تیکت و... اسنپ با مدیران بخش‌های مختلفش یک مانور قدرتمند نیروی انسانی برگزار کرد. مدیرانی که برخی از آنها در سال‌های گذشته در استارت‌آپ‌های دیگری مشغول بودند و حالا از چهره‌های تأثیرگذار اسنپ محسوب می‌شوند. آمارهای گزارش جدید این کسب‌وکار نشان می‌دهد که امکان اسنپ ماشین و اسنپ‌فود پرمشتری‌ترین خدمات این غول اینترنتی ایران محسوب می‌شوند.

آمارهای جذاب اسنپ

تعداد کل کاربران اپلیکیشن اسنپ (که ۲۲ سرویس مختلف در آن تعریف شده) بیش از ۵۲ میلیون نفر است. حدود ۱۱ میلیون از این کاربران در سال ۱۴۰۰ اضافه شده‌اند. یک سال پر بار برای اسنپ، اسنپ روزانه به‌طور متوسط سه میلیون سفر درون‌شهری دارد. رکوردش در این حوزه هم ۳/۲ میلیون سفر بوده است. به گفته ایاد الکسار، تهران با روزانه یک میلیون سفر، یک رکورد ویژه محسوب می‌شود که حتی اوبر هم در میان شهرهای پرمسافر نشسته به چنین رکوردی دست باید. فقط سه درصد راننده‌های اسنپ زن هستند و تقریباً نیمی از ۳/۷ میلیون راننده آن هم غیرفعال‌اند.



با این وجود آمارهای اسنپ را که یکشنبه‌شب هفته گذشته در هتل اسپیناس پالاس ارائه شد، می‌توان یک قدرت‌نمایی تمام‌عیار برای رقبا این کسب‌وکار در حوزه‌های مختلف؛ از گردشگری گرفته تا صنعت پرداخت، غذا و حمل‌ونقل دانست.

اسنپ‌پی؛ سرویس آینده‌دار اسنپ

اسنپ‌پی سرویس BNPL را با نام سرویس اعتباری با هدف شمول مالی از سال ۱۳۹۹ آغاز کرد. این سرویس در حال حاضر برای خدمات درخواست خودرو و موتور، سفارش غذا، سفارش از سوپرمارکت و هایپرمارکت، پزشک و مشاوره و سفارش از داروخانه فعال است. اسنپ‌پی اعلام کرده که در سال ۱۴۰۱ سرویس‌های BNPL خود را گسترش خواهد داد. سرویس اعتباری اسنپ بیش از چهار میلیون کاربر دارد. در تاریخ ۹ اسفند ۱۴۰۰، ۱۹۵ هزار و ۶۲۱ تراکنش با سرویس اعتباری انجام گرفت. سرویس اعتباری در سال ۱۴۰۰ رشد بیش از چهار هزار برابری داشته، همچنین این سرویس در ششمین جشنواره ملی نوآوری برتر ایران به‌عنوان نوآوری برتر ایرانی انتخاب شد.

بنیان‌گذاران اصلی اسنپ

یکی از شاخص‌ترین نکات مهمانی هفته گذشته اسنپ

را می‌توان سخنرانی دو چهره قدیمی و خارجی این کسب‌وکار، یعنی ایاد الکسار و محمود فوز دانست. الکسار در سخنرانی کوتاه خود با اشاره به اینکه اسنپ کسب‌وکاری است که با کمک نیروهای مستعد ایرانی، به‌خصوص مهندسانی بنا شده که نمونه آنها در دنیا کمتر پیدا می‌شود، رشد این کسب‌وکار را نتیجه یک کار تیمی بزرگ در چند سال گذشته عنوان کرد. الکسار تأکید کرد با وجود عدم دسترسی اسنپ به بازارهای جهانی، آمارهای آن با آمارهای رقبای بزرگ این بازار همچون اوبر برابری می‌کند. از جمله رکورد یک میلیون سفر روزانه در شهر تهران که یک رکورد جهانی محسوب می‌شود و اوبر هم نتوانسته به آن دست یابد.

در سخنرانی دیگری محمود فوز، دیگر بنیان‌گذار گروه اسنپ با اشاره به حضور این شرکت در بازارهای مختلف، تجربه کار در ایران را یک تجربه جذاب توصیف کرد که سختی‌های خاص خودش را داشته، اما دستاوردهای تیم آنها نشان می‌دهد که نتیجه آن در نهایت یک پیروزی بزرگ بوده است. ورود اسنپ به بازارهای مختلف در سال‌های گذشته بخش دیگری از صحبت‌های فوز بود که تأکید داشت فرصت‌های زیادی در بازار فناوری و نوآوری ایران وجود دارد که تجربه اسنپ نشان از امکان‌های بزرگ برای موفقیت در آنهاست.



شماره ۵۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم



حرکت سازمان ثبت اسناد

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور خبر داده که اطلاعات صاحبان خودرو را در اختیار پلتفرم‌های ارائه‌دهنده خدمات خودرو قرار می‌دهد.



تغییر ادبیات

مدیرعامل فرابورس ایران، مهم‌ترین چالش استارت‌آپ‌ها برای ورود به بورس را «سنتی بودن ادبیات و نگاه به ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود» دانست؛ چیزی که استارت‌آپ‌ها نیز به آن معترض‌اند.



اعتراض به جبلی

صنّف‌وی‌اودی‌ها یا همان شبکه نمایش خانگی در نامه‌ای اعتراضی به رئیس صداوسیما، صحبت‌های اخیر او درباره کیفیت سریال‌های این پلتفرم‌ها را به‌شدت زیر سؤال برده‌اند.



محصولات جدید آی‌تی‌ساز

چهار محصول هوش مصنوعی اپراتور دانش بنیان آی‌تی‌ساز در نمایشگاه فناوری‌های حقوقی و قضایی با حضور سوزنا ستاری رونمایی شد.



آشنایی با تیم لطیف

شماره پنجاه و هشتم عصر تراکنش منتشر شد

پرونده‌ای درباره پروژه رمزپال بانک مرکزی را می‌خوانید که به ابعاد گوناگون این پروژه در گفت‌وگو با فعالان این حوزه پرداخته است.

«ارتباط فردا»، «آی‌تی‌ساز» و «تجارت الکترونیک بهار» سه کسب‌وکاری هستند که عصر تراکنش در بخش باشگاه این شماره به سراغ آنها رفته و در گفت‌وگو با مدیران آنها به مهم‌ترین اقدامات‌شان در یک سال گذشته و برنامه‌هایشان برای سال جدید پرداخته است. علاوه بر این، داستان زندگی مظاهر مرجانی، مدیرعامل پارمیس را می‌خوانید. در آخرین شماره عصر تراکنش گزارش‌ها، گفت‌وگوها و یادداشت‌های متنوعی دیده می‌شود که برای علاقه‌مندان به فناوری‌های نوین مالی جذابیت خواهد داشت.

شماره پنجاه و هشتم ماهنامه عصر تراکنش با تصویری از تیم لطیف، بنیان‌گذار هلدینگ مکس منتشر شد. تیم لطیف که بیش از ۲۵ سال در حوزه‌های مختلف تجربه کارآفرینی دارد و از آلمان تا ایران شرکت‌های موفق و تأثیرگذار زیادی را راه‌اندازی کرده، ۱۶ سال پیش به ایران مهاجرت کرد و با آشنایی با ظرفیت‌های اقتصاد دیجیتال ایران، استارت‌آپ‌های موفق را تأسیس کرد که در نهایت هلدینگ مکس برای توسعه هرچه بیشتر و بهتر این استارت‌آپ‌ها راه‌اندازی شد. در گفت‌وگویی که عصر تراکنش با لطیف داشته، ابتدا درباره مسیر حرفه‌ای که تاکنون طی کرده، صحبت شده و سپس به هلدینگ مکس و چشم‌اندازی که برایش متصور هستند، پرداخته است. همچنین در پنجاه و هشتمین شماره ماهنامه عصر تراکنش



لینک اکسپرس از بطن استارتاپ دیگری متولد شد

گفت و گو با علی حسینی، مدیرعامل و هم بنیان گذار لینک اکسپرس؛ او می گوید با بهره گیری از هوش مصنوعی، کسب و کار خود را بهینه کرده است

از اردیبهشت سال ۹۸ کسب و کار خود را در حوزه لجستیک به طور مستقل شروع کردم. سرویسی که لینک اکسپرس ارائه می دهد، یکسری خدمات ویژه پستی برای ارسال مرسولات کسب و کارهای فروشگاههای آنلاین به صورت تجمعی است. مشتریان لینک اکسپرس عمدتاً فروشگاههای اینترنتی هستند. با توجه به نیازی که مادر این بازار دیده بودیم، لینک اکسپرس را ایجاد کردیم تا به صورت تخصصی تر به این نیاز پاسخ دهیم.

ایده این کسب و کار چگونه شکل گرفت؟

من به واسطه شغل قبلی ام رابطه جدی تری با کسب و کارهای اینترنتی برابم ایجاد شده بود و دیده بودم که تب استارتاپها به حد بالایی رسیده است و نیاز بسیار جدی در زمینه ارسال مرسولات کسب و کارهای اینترنتی وجود دارد. این نیاز روز به روز بیشتر هم می شود. بنابراین با اطمینان از اینکه بازار به محصول ما نیاز دارد، لینک اکسپرس را راه اندازی و شروع به تیم سازی کردیم. فکر می کنم اوایل شهریور ۹۸ نیز اولین بسته ها از طریق پل لینک اکسپرس ارسال شد.

ارسال مرسولات چگونه انجام می شود؟

بعد از آنکه با فروشگاه قرارداد بسته شد، دسترسی پهنی

صنعت لجستیک برای آنها که با تجارت الکترونیک و روش های نوآورانه کسب و کار آشنا هستند، صنعتی جذاب محسوب می شود. این صنعت با جذابیت های منحصر به فرد و آینده رو به رشدی که برای بازیگران این صنعت دارد، مسیرها و افق های جدیدی به روی بازیگران غیر سنتی و نوآور این صنعت گشوده است. یکی از افرادی که در طول سال های کاری خود در حوزه های مختلفی از جمله ساختمان، مرعداری و استارتاپها فعال بوده، این بار با تجربه کار در صنعت لجستیک، این صنعت را به عنوان کسب و کار همیشگی و استارتاپ خود انتخاب کرده است. علی حسینی، مدیرعامل و هم بنیان گذار لینک اکسپرس بعد از آنکه مدتی با استارتاپ اسپید همکاری کرده، از آن مجموعه جدا شده و دفتر مستقلی اجاره و در ابتدا به تنهایی کار را شروع کرده و سپس همسر او، نسیم حق نگر به عنوان هم بنیان گذار و مدیر عملیات و مهران زنده به عنوان هم بنیان گذار فنی و مدیر فنی لینک اکسپرس به جمع اضافه شده و کار را به دست می گیرند و اکنون با سه هم بنیان گذار و ۱۵ نفر نیروی دفتری و بیش از ۱۰۰ سفیر فعال ماهانه، به کسب و کار مشغول هستند.

از چه سالی استارتاپ خود را راه انداختید؟



شماره ۵۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم



وود اسپون؛ اپلیکشنی برای آشپزخانه های خانگی چگونه پای غذاهای خانگی به یک اپلیکیشن باز شد؟

وود اسپون در حال حاضر در سراسر شهر نیویورک به نیوجرسی با بیش از ۱۲۰ آشپز، مشغول به کار است و به زودی در فیلادلفیا گسترش خواهد یافت.

آنها چهار روز در هفته غذاهای خانگی خود را ارائه می دهند و سه روز دیگر هفته، روی دستورالعمل های جدید کار می کنند. خانم کوبوک می گوید سرشان آن قدر شلوغ است که اخیراً در چهارمین سالگرد ازدواج خود مجبور شده اند کار کنند اما با این حال از وود اسپون ممنونند که مجبور نیستند هزینه اجاره یک محل تجاری را بپردازند. او می گوید: «وود اسپون پلتفرم و صدایی به ما می دهد تا داستان خود را بگوییم. ما چیزی بیشتر از کباب و پلو هستیم و پر فروش ترین غذای ما سوپ عدس و خورش پرتقال اسفناج است که هر دو برای گیاهخواران مناسب است.»

بنیان گذار وود اسپون، لی رشف می گوید: «راه اندازی همزمان با شروع همه گیری در واقع مفید بود. ما به اندازه کافی خوش شانس بودیم تا به بسیاری از کارگران رستوران که نیاز داشتند یک خط درآمد جدید پیدا کنند، کمک کنیم.»

قبل از اینکه سرآشپزهای خانگی توسط وود اسپون پذیرفته شوند، باید مدرکی مبنی بر آموزش ایمنی مواد غذایی نشان دهند و شرکت شخصی را برای انجام بازرسی از آشپزخانه آنها می فرستد. سرآشپزها نیز باید کسب و کارشان را در دولت محلی ثبت کنند و تحت آزمایش های رسمی بهداشت مواد غذایی قرار گیرند.

در حالی که وود اسپون در حال حاضر بر توسعه در ایالات متحده آمریکا متمرکز است، اما به نظر می رسد مدل این کسب و کار می تواند در بریتانیا نیز جواب بدهد چراکه در آنجا اجرای کسب و کار غذایی در ملک مسکونی هم قانونی است.

امره اوزوندگ و یونکا کوبوک از آشپزخانه خانگی خود کسب و کار بیرون بر حرفه ای شان را اداره می کنند. این زن و شوهر می گویند الان دارند رؤیای کوچکی خود را زندگی می کنند و همه اینها به لطف یک برنامه تحویل غذاست. زن و شوهر ترک که سال ۲۰۲۰ به نیویورک نقل مکان کرده بودند، دیدند که به خاطر کرونا در آپارتمان کوچک خود در بروکلین گیر کرده اند. آنها از دلتنگی و برای کنار آمدن با استرس های قرنطینه، شروع به پخت بیشتر و بیشتر غذاهای ترکی کردند و این برای کمک به خودشان «یک ضرورت ذهنی در دوران پاندمی بود».

به گفته خانوم کوبوک، آنها برای پخت غذا برای دوستان به سراسر شهر سر زدند و باز خورد فوق العاده مثبتی گرفتند. سپس آنها تصمیم گرفتند این کار را به یک حرفه تبدیل کنند. با وجود اینکه هیچ کدام از آنها به عنوان سرآشپز حرفه ای کار نکرده بودند، اما سال ۲۰۲۱ تصمیم گرفتند دست به کار شوند و کسب و کار خود را با یک برنامه جدید تحویل غذا به نام وود اسپون امضا کنند.

مدل کسب و کار وود اسپون کاملاً متفاوت از بزرگترین رستوران های زنجیره ای در ایالات متحده بود. وود اسپون در شروع سال ۲۰۲۰ راه اندازی شد تا آشپزهای خانگی، افرادی که از آشپزخانه منزل یا آپارتمان خود آشپزی می کنند، به مشتریانی که غذای آماده خانگی تازه بیرون بر می خواهند، وصل شوند. کاربر از طریق برنامه وود اسپون که جزئیات مربوط را به سرآشپزخانه ارسال می کند، سفارش خود را کامل می کند. سپس وقتی غذا پخته شد، توسط راننده وود اسپون تحویل داده می شود.



فاطمه یادگاری



ftmeydgr@gmail.com



به آنها داده می شود و می توانند سفارش های خود را ثبت کنند. سپس بسته ها توسط سفیران ما به صورت یکجا از فروشگاه ها جمع آوری شده و به واحد سورتینگ انتقال داده می شود. این قسمت روزانه دو بار پر و خالی می شود. یک بار ظهر و یک بار عصر، بسته ها وارد مرکز سورت می شود و ظرف یک ساعت تا یک ساعت و نیم به سفیرها تحویل داده می شود و سفیرها برای ارسال بسته ها به آدرس و نواحی مشخص شده، وارد مرحله ارسال می شوند. هر سفیر با خود حدود ۳۰ مرسوله را به محدوده ای که برایش در نظر گرفته شده می برد و بسته ها به آدرس مورد نظر تحویل داده می شود.



منیره شاه حسینی
m_shah1358@yahoo.com

فرق شما با اپلیکیشن های دلیوری چیست؟

سرویس های ما سرویس پستی است و دلیوری نیست. لجستیک خیلی گسترده است و بخش های زیادی را در بر می گیرد و باز یگران زیادی دارد. لینک اکسپرس یک گوشه از بازار را هدف قرار داده که تخصصش را دارد و برایش جذاب است. در واقع وقتی یک یا چندین خرید اینترنتی انجام می شود، از طریق فروشگاه به لینک اکسپرس اطلاع داده می شود و سفیر ما به فروشگاه مراجعه می کند و بسته ها را یکجا برمی دارد و به مرکز سورت آورده و مسیرها طبقه بندی و به آدرس مورد نظر ارسال می شود.

معمولاً بسته ها چند ساعته به دست مشتری می رسند؟

به طور کلی سرویس شرکت های پستی به روز، به دو بخش Same-Day Delivery و Next-Day Delivery تقسیم می شود. در سرویس تحویل در همان روز، قبل از ظهر سفارش ها ثبت می شود و بعد از جمع آوری عصر همان روز به گیرنده تحویل داده می شود. ولی در سرویس تحویل در روز بعد، بسته ها تا عصر آماده می شوند و روز کاری بعد، در فاصله صبح تا ظهر به گیرنده تحویل داده می شوند. بنابراین در لینک اکسپرس در خوشبینانه ترین حالت، بسته ها دو ساعت و نیمه و در بدبینانه ترین حالت ۱۸ ساعته به دست مشتری می رسد.

وضعیت فعلی صنعت لجستیک را چگونه ارزیابی می کنید؟

به طور کلی صنعت لجستیک به خصوص در بخش دولتی چندان به روز نشده و مغفول مانده و باز یگران خیلی سنتی و قدیمی گردانندگان آن هستند. البته اخیراً با درک تغییرات بازار، شرکت پست جمهوری اسلامی نیز تصمیم گرفته نوآوری را وارد سازمان عریض و طویل خود کند. اما همان طور که می دانیم هر قدر یک سازمان بزرگ تر باشد، چابکی اش کمتر است و کمتر به فضای راه حل محور فکر می کند. پست با ارائه قیمت بسیار پایین، مشتریان خود را حفظ کرده است. در کل، بازار لجستیک بازار جذابی است و باز یگران جدی و نوآور در آن کمتر وجود دارد و اکثر آسنٹی و دولتی هستند. ولی کلاً اوضاع اقتصادی به گونه ای است که انواع و اقسام فشارهای اقتصادی به کسب و کارها وارد می شود. علی الخصوص کسب و کاری مانند ما که رقیب دولتی دارد.

شما در کسب و کار خود چه کارهای نوآورانه ای وارد کرده اید؟

ما به عنوان اولین کسب و کار پستی که لوکیشن بیس کار می کند، برای تمام سفارش هایی که وارد سیستم می شود، با استفاده از الگوریتم هایی که در بازار از سرویس های نقشه ای گرفته ایم، لوکیشن دقیق را از داخل نقشه مشخص می کنیم. وقتی بخواهیم پلن کنیم، با الگوریتم های کلاسترینگ که توسعه داده ایم، مرسوله ها با توجه به پراکندگی و ابعادشان محدود بندی می شوند و در نهایت با توجه به یکسری الگوریتم های بهبود یافته هوش مصنوعی، ترتیب مسیر

سفیرها را مشخص کرده ایم که سفیر می تواند با همان ترتیب با صرف زمان و هزینه کمتر به همه مقاصدش مراجعه کند. در کل، همه این بهره گیری ها از هوش مصنوعی باعث شده ما بتوانیم هزینه ها را پایین آورده و کیفیت را بالا ببریم و این می تواند سرویس را برای کسب و کارها جذاب تر کند. به عنوان مثال، وقتی شما یک خرید اینترنتی انجام می دهید و قرار است بسته شما بین ساعت ۸ تا ۱۴ به دستتان برسد، یعنی در یک بازه زمانی شش ساعته باید منتظر ارسال بسته تان باشید. اما وقتی می خواهیم از الگوریتم ها برای چیدن مسیر سفیرها استفاده کنیم، می توانیم زمان دقیق تر ارسال بسته (ETA) را به مشتری اطلاع دهیم. به این صورت که یک لینک برای مشتری ارسال می شود و بازه زمانی کوتاه تری برای انتظار مشتری در نظر گرفته می شود. همچنین نیاز نیست سفیر مسیرها و خیابان های تهران را بشناسد و می تواند با مسیر یاب کار کند. به این ترتیب هزینه کمتری بابت سوخت می پردازد و نسبت به لجستیک سنت، در بازه زمانی کوتاه تری بسته ها را تحویل می دهد. به همین دلیل می توانیم موقعیتی رقابتی تر در بازار داشته باشیم.

در بخش خرده فروشی های آنلاین، رقابت بین لجستیک برای فروشگاه مزیت رقابتی ایجاد می کند. به نظر شما چه مزیت رقابتی باید وجود داشته باشد که در موقعیت برنده قرار گیرد؟

در صنعت لجستیک، رقابت تنگاتنگ است و مشتری ها حساس شده اند. حتی یک تجربه تلخ ممکن است برای همیشه مشتری را از خرید آنلاین منصرف کند و ما فقط یک بار این شانس را داریم که خود را به مشتری ثابت کنیم. امروزه فروشگاه سازهای زیادی شکل گرفته اند که روی مسائل فنی و تجربه خرید که مشتری بتواند به راحتی کالا را انتخاب کرده و به درگاه اینترنتی متصل شود و پرداخت انجام دهد، خدمات خوبی ارائه می دهند و نمی شود مزیت رقابتی چندانی ایجاد کرد. اما وقتی روی کارهای عملیاتی مانند بسته بندی مرسوله و تحویل به موقع و صحیح به سفیر، تمرکز و تخصص پیدا می کنیم، فروشگاه مسلماً به دنبال کیفیت در تحویل کالای خود به مشتری می گردد. بنابراین با ارائه کار با کیفیت، مشتری ماندگار می شود و ما را به دیگران نیز معرفی می کند. این موضوعی است که باید فرایندهای زیادی برای آن در نظر گرفته شود و با فیلترها و فرایندهای زیاد، بی کیفیتی و احتمال خطا را به کمترین حالت ممکن رساند. ضمن آنکه همواره باید به فکر بهبود فرایند باشیم تا بتوانیم بهترین سرویس را ارائه دهیم. ما در لینک اکسپرس، باز خورد هایی که از سوی فروشگاه ها داشتیم، در حد مورد قبول و عالی بوده است.

باز یگران سنتی در این مورد چگونه کار می کنند؟

شرکت هایی که به صورت سنتی کار می کنند، به دنبال تحلیل داده های خود نمی روند و حتی بعضاً داده ها وارد کامپیوتر نیز نمی شود و محدوده های توزیع از پیش تعریف شده است. در این صورت ممکن است سفیر در یک روز ۱۵ بسته در محدوده خود داشته باشد و در روز دیگر ۱۰۰ بسته و یک روز بسته ها را زود برساند و روز دیگر به دلیل تعداد بسته ها دیرتر. در حالی که باز یگران نوآور با استفاده از هوش مصنوعی این مشکلات را رفع کرده اند.

سهم لینک اکسپرس از بازار لجستیک چقدر است؟

معیار سنجش بازار لجستیک ممکن است معیار صحیحی نباشد اما با توجه به مناطقی که پوشش می دهیم، روزانه بیش از دو هزار مرسوله در تهران و البرز توسط لینک اکسپرس جابه جا می شود. می توان گفت به طور تقریبی، حدود ۵ درصد از سهم بازار در تهران دست لینک اکسپرس است.

ویرایش سوم

راهنمای ورود به دنیای بیت کوین
اتریوم و ارزهای دیجیتال برای مبتدی ها

یک ساتوشی

محمد آذر نیوار / نیما ملک پور

چاپ هفتم

چاپ هفتم کتاب یک ساتوشی راهنمای ورود به دنیای بیت کوین، اتریوم و ارزهای دیجیتال برای مبتدی ها منتشر شد

از زمانی که ساتوشی ناکاموتو در سال ۲۰۰۸ وایت پیپر بیت کوین را با عنوان «بیت کوین: سیستم پول نقد الکترونیک همتابه همتابه» منتشر کرد تا کنون که بیش از ۱۳ سال از زمان انتشار آن می گذرد، پادشاه ارزهای دیجیتال با چالش ها و موانع متعددی روبه رو بوده. اما توانسته از این فرازونشیب ها جان سالم به در برد. طبق برآوردها، قیمت بیت کوین از زمان عرضه تا به حال از هیچ به هزاران دلار رسیده است؛ همین موضوع باعث شده بسیاری از افراد در سراسر جهان به بیت کوین روی خوش نشان داده و به واسطه ماهیت ضد تورمی آن حتی بخشی از سبد سرمایه گذاری خود را به آن اختصاص دهند. با این حال برای ورود به دنیای ارزهای دیجیتال لازم است تا حدودی با ماهیت آن آشنا باشیم: کتاب یک ساتوشی از معدود کتاب های تألیفی در حوزه ارزهای دیجیتال است که در کشور منتشر شده و به زبانی ساده و قابل فهم مفاهیم اصلی و بنیادین ارزهای دیجیتال را برای خوانندگان توضیح داده است.



شماره ۵۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم



علی آیتی از آینده نیوکاش می گوید

هدف گذاری دومیلیون دلاری نیوکاش

علی آیتی تا پیش از آنکه بخواند برای گردشگران کاری انجام دهد، مشاور حقوقی بود؛ اما بر اساس علایق شخصی خود، برنامه نویسی نیز می دانست. زهرا کاظمی نیز مترجم زبان فرانسه و گرافیک بود و در بخش تولید محتوا، ترجمه و طراحی هنری برای خبرگزاری ها و مطبوعات کار می کرد و همزمان یک ماهنامه نیز به نام افق گلپهار منتشر می کرد. هر دو بعد از اینکه ایده اپلیکیشن نیوکاش در فکشان می آید، تمام تمرکز خود را می گذارند تا آن را عملی سازند.



شماره ۵۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم

آیتی می گوید: «کارت های نیوکاش به اپلیکیشن متصل است و مکمل یکدیگرند. بنابراین بسیاری از مشکلاتی که به دلایل مقررات بانکی برای گردشگر محدودیت و مشکل ایجاد می کند، در داخل اپلیکیشن رفع و خدمات مناسب به گردشگر ارائه شده است. حجم گردش مالی که ما در سال اول هدف گذاری کرده ایم، حدود دو میلیون دلار بوده است که با روندی که در حال حاضر داریم به آن خواهیم رسید. اما با توجه به ارزش بازار فعلی حدود یک میلیارد دلاری، آن هم تنها در حوزه زیارت و نه سایر بخش ها که توسط گردشگر عرب وارد کشور می شود، پیش بینی واقع بینانه ما این است که بتوانیم ۱/۵ درصد از این ظرفیت ورود پول به کشور را توسط نیوکاش مدیریت کنیم.»

او در خصوص برنامه های آینده نیوکاش می گوید: «قصد داریم دامنه خدمات خود را البته با ایده هایی جذاب و نو در حوزه های جذب سرمایه گذار خارجی، خدمات دانشجویی، سفر و گردشگری سلامت گسترش دهیم. توسعه شبکه نمایندگان در سایر کشورها از جمله قطر، کویت، سوریه و لبنان، از دیگر برنامه های ماست. به دنبال این هستیم تمام نیازهای زائر و گردشگر عرب در نیوکاش تأمین شود تا در نهایت حس خوبی از زیارت و سیاحت یا درمان در سفر به ایران داشته باشند.»



سفر با نیوکاش بدون پول نقد

گفت و گو با علی آیتی، هم بنیان گذار نیوکاش؛ این کسب و کار به حل مشکلات بانکی گردشگران عرب زبان و ارائه خدمات مالی به آنها می پردازد

سفر همیشه با هیجان و خوشحالی همراه است، اما اوای از موقعی که به کشوری خارجی سفر کرده اید و از بابت حمل پول نقد و احتمال از دست دادن آن نگرانی دارید و از همه بدتر زبان مردم آن کشور را هم نمی دانید!

علی آیتی و همسرش زهرا کاظمی در طول سال هایی که محل سکونتشان نزدیک به بارگاه مطهر امام هشتم (ع) در شهر مشهد بوده، مرادواتی با گردشگران عرب داشته اند و مشکلات آنها را از لحاظ دریافت خدمات بانکی و بسیاری از خدمات معمولی گردشگری به عینه دیده و درک کرده اند

و همیشه دوست داشته اند برای توریست های خارجی کاری انجام دهند تا مشکلات آنان رفع شود. همین باعث می شود «نیوکاش» را ایجاد کنند. اپلیکیشن نیوکاش و کارت بانکی متصل به آن، با توجه به نیاز گردشگری عرب زبانان به خدمات مالی و بانکی، امکان جابه جایی پول به بانک های عضو شتاب ایرانی، شارژ کیف پول در کشور مبدأ و امکان خرید و برداشت وجه نقد در ایران، رزرو هتل و خرید بلیت هواپیما، قطار و خدمات دیگری متناسب با نیازهای گردشگران را فراهم می آورد.

علی و زهرا در مدت زمانی کوتاه موفق می شوند در رویداد فین تک در دی ماه ۱۴۰۰ شرکت کنند و در همان رویداد به عنوان تیم منتخب شناخته و از شرکت مدیریت ثروت ستارگان ۱۰۰ استارت آپ، جذب سرمایه کنند و در بهمن ۱۴۰۰ در پارک علم و فناوری به عنوان شرکت فناور در حوزه مرکز رشد فرهنگی و زیارت پذیرفته می شوند.

در حال حاضر چه امکانات و خدماتی از طریق اپلیکیشن نیوکاش به گردشگران عرب زبان ارائه می دهید؟

خدمات ما به گردشگران خارجی عرب زبان در مبداء سفر آنان ارائه می شود، به همین دلیل با فعال کردن نمایندگی هایی در کشورها و شهرهای مختلف، کار را شروع کردیم. در حال حاضر بیش از ۱۶ نماینده در کشورهای عراق و عمان و

تعدادی از شهرهای توریستی و زیارتی در ایران، به گردشگران عرب قبل از شروع سفر، خدمات مالی و بانکی ارائه داده و آنها در طول مدت سفر از این بابت احساس امنیت روانی دارند.

گردشگران عرب بعد از نصب اپلیکیشن نیوکاش روی گوشی های خود، کیف پول خود را به دلار یا تومان شارژ می کنند و کارت بانکی ای را که متصل به همان کیف پول است، از نماینده های ما در کشور مبدأ دریافت می کنند. بعد از آنکه وارد ایران شدند، با همان کیف پول، خدمات دریافت می کنند. عمده خدمات این اپلیکیشن در حوزه جابه جایی پول است، زیرا از طریق آن می توانند از تمام حساب ها پول جابه جا کنند. همچنین می توانند لیست تمام تراکنش های خود را چه از طریق دستگاه های پوز یا اپلیکیشن، دریافت کنند. تمام تراکنش ها نیز به زبان عربی و معادل دلاری انجام می گیرد و نیاز به نصب سیم کارت ایرانی وجود ندارد و با همان سیم کارت خودشان خدمات دریافت می کنند. در حوزه خدمات سفر نیز پشتیبانی ۲۴ ساعته به زبان عربی، امکان خرید بلیت های هواپیما، هتل، قطار، شارژ موبایل و حتی تهیه سیم کارت ایرانی از طریق اپلیکیشن نیوکاش ایجاد شده است.

آیا تاکنون جذب سرمایه کرده اید؟

بله. در اسفند ۱۴۰۰ از شرکت مدیریت ثروت ستارگان که یک سرمایه گذار تخصصی در حوزه فناوری های مالی است و همچنین صندوق پژوهش و فناوری کارآفرینی ستارگان (۱۰۰ استارت آپ)، جذب سرمایه یک میلیارد تومانی داشته ایم.

ایده کارت های توریستی برای گردشگران از قبل نیز وجود داشته، اما هیچ کدام برای عرب زبانان نبوده است. به دلیل ویژگی های خاصی که کشورهای عرب زبان دارند، بحث اعتماد سازی برای آنها خیلی خاص و دشوار است. شما چگونه توانستید این اعتماد را ایجاد کنید؟

ما کارهای مختلفی انجام دادیم. از جمله اینکه من و همسرم با زبان و فرهنگ آنها در طول سالیان طولانی که با آنان مرادده داشتیم، آشنا بودیم. اما شاید مهم ترین کار را در جهت اعتماد سازی، نمایندگان ما در مبدأ و در اکثر استان های عراق و عمان ایجاد کردند. این نماینده ها برای مردم آنجا شناخته شده و معتبر هستند و قرارداد همکاری با نمایندگان معتمد در این اعتماد سازی مؤثر بود. دریافت خدمات در شهر خودشان نقش مهمی در این اعتماد سازی داشت.

ما سعی کردیم کوچک ترین و جزئی ترین موضوعاتی که برای گردشگر عرب زبان اهمیت دارد در اپلیکیشن بگنجانیم و در واقع بومی سازی مناسب اپلیکیشن برای عرب ها بیشتر از خود محصول اهمیت دارد. بنابراین در نظر گرفتن جزئی ترین نیاز و خدمات برای گردشگران عرب زبان، باعث جذب آنها شد.



منیره شاه حسینی
M_shah1358@yahoo.com

اکنون در چه مرحله ای قرار دارید؟

برنامه نویسی و تولید نیوکاش را اواخر سال ۱۳۹۹ آغاز کردیم، ولی به خاطر محدودیت های سفر، بعد از اینکه همه گیری ویروس کرونا کمتر شد، نیوکاش را رونمایی کردیم و تاکنون توانسته ایم بیش از ۳۰۰۰ کاربر عرب از کشورهای عراق، عمان و قطر داشته باشیم که از ما خدمات دریافت کرده یا می کنند. ضمن آنکه توانسته ایم تراکنش مالی قابل توجهی از عرب ها جذب کنیم و از طریق نمایندگانی که در شهرهای مختلف عراق و عمان داریم، اعتماد خیلی خوبی نیز در این کشورها ایجاد کرده ایم. البته فعلاً تمرکز عمده ما روی توسعه بازار در کشور عراق و عمان است و چون سفر عمده آنان به



افزایش هزینه‌های بیمه درمانی در کنتیکت آمریکا
صاحبان کسب و کارهای کوچک را زمین گیر می‌کند

یا بیمه ندارید یا پولش را خودتان بدهید!

مشاغل کوچک‌تر نمی‌توانند بیمه درمانی ارائه دهند و بخش فزاینده‌ای از مشاغل کوچک‌تر به پوشش بیمه‌ای کارکنان خود خاتمه می‌دهند. دیگران سهمی را که کارمندان باید بپردازند، افزایش می‌دهند و برنامه‌هایی را به همان اندازه که او یا ما کار می‌دهد، ارائه می‌دهند.

مارکوفسکی گفت: «صاحبان مشاغل کوچک کنتیکت همچنان با چالش ارائه پوشش بیمه درمانی مقرون به صرفه برای کارکنان خود مواجه هستند. از زمان تصویب قانون مراقبت مقرون به صرفه، صاحبان مشاغل کوچک ما با کمتر از ۵۰ کارمند به طور متوسط ۴۲ درصد افزایش یافته‌اند، اما تعداد مشاغل کوچک ارائه‌دهنده پوشش بیمه درمانی به ۳۱ درصد کاهش رسیده‌اند.»

با بالا رفتن نرخ‌های پوشش، معمولاً کارفرمایان بخشی از هزینه‌های اضافی را به دوش کارکنان می‌اندازند. شرکت‌ها مجبور شده‌اند یا هزینه‌های اضافی را تقبل کنند یا شرکت را سرپا نگه دارند و این پول را از کارمندان خود بگیرند.

کارستنسن گفت: «روز به روز بر تعداد کسب و کارهایی که هزینه پوشش بیمه‌ای را نمی‌پذیرند، افزوده می‌شود. واقعاً هیچ راه حل درستی برای این مشکل وجود ندارد.»

مارکوفسکی گفت: «نکته اصلی این است که مشاغل کوچک به بیمه درمانی‌ای نیاز دارند که مقرون به صرفه، منعطف و قابل پیش‌بینی باشد. این به معنای راه‌حل‌های مبتنی بر بازار و همچنین بررسی هزینه‌های اساسی مراقبت است. فدراسیون ملی تجارت مستقل از قوانینی حمایت می‌کند که مقررات دست‌وپاگیر کنتیکت را کاهش دهد تا امکان ایجاد برنامه‌های سلامت انجمن مطابق با قوانین فدرال فراهم شود؛ قوانینی در راستای ارائه گزینه‌های دیگر به برخی از صاحبان مشاغل کوچک برای خرید بیمه درمانی.»

از آنجا که طبق قوانین جدید، هزینه مزایای سلامتی در ایالت کنتیکت آمریکا افزایش می‌یابد، کسب و کارها و سازمان‌های غیرانتفاعی بودجه‌ها را ارزیابی می‌کنند تا تعیین کنند چقدر می‌توانند مزایای کارمندان را در این خصوص افزایش دهند.

فرد کارستنسن، مدیر این پروژه می‌گوید: «در نظر بگیرید هزینه مراقبت‌های بهداشتی در آمریکا چقدر موقعیت رقابتی ما را ضعیف می‌کند. کسب و کارها و مالیات‌دهندگان در هیچ کشور دیگری نباید این هزینه‌ها را متحمل شوند؛ این امر آمریکا را با ضرر ۷ تا ۱۰ درصدی نسبت به سایر کشورها مواجه می‌کند. در عین حال، میانگین سلامت آمریکایی‌ها (و امید به زندگی) ضعیف‌تر از سایر کشورهای توسعه‌یافته است و همین امر باعث می‌شود بهره‌وری کمتری داشته باشیم. هزینه‌هایی که ما با این سیستم مراقبت‌های بهداشتی به خود تحمیل می‌کنیم، ظاهراً بی‌پایان است.»

اندرو مارکوفسکی، مدیر ایالتی فدراسیون ملی تجارت مستقل کنتیکت، گفت که این بدترین زمان برای اضافه کردن بار دیگری بر دوش صاحبان مشاغل کوچک است. مارکوفسکی افزود: «آخرین نظرسنجی فدراسیون ملی تجارت مستقل نشان می‌دهد که صاحبان مشاغل کوچک که انتظار شرایط کسب و کار بهتر را در شش ماه آینده دارند، با این قانون سطح امیدواری‌شان نسبت به بهبود شرایط در آینده به پایین‌ترین سطح ثبت شده در ۴۹ سال اخیر می‌رسد. علاوه بر این، صاحبان مشاغل کوچک با تورم، مشکلات استخدام کارگران و مشکلات زنجیره تأمین دست‌وپنجه نرم می‌کنند.»

هزینه‌های مراقبت‌های پزشکی برای چندین دهه سریع‌تر از نرخ تورم افزایش یافته است. کارستنسن گفت واضح است که بسیاری از

اخراج‌های پسا کرونا و بدنامی شرکت‌ها

با عبور از شرایط ویژه همه‌گیری کرونا، شرکت‌های کوچک و بزرگ دست به تعدیل کارمندان خود می‌زنند تا روی سودآوری تمرکز کنند؛ اما این به نفع برند کارفرمایی‌شان نیست

پس از دو سال پررونق برای کسب و کارهای حوزه فناوری و رسانه، اکنون با موجی از اقدامات برای کاهش هزینه در این صنایع مواجهیم که از جمله آن اخراج و تعدیل کارمندان است. این کسب و کارها با این اقدام خود می‌خواهند روی سودآوری تمرکز کنند، اما این رفتار می‌تواند به شهرت شرکت‌ها در بازار کار فشرده این روزها، آسیب بزند.

هزینه‌های بالا و بهره‌وری پایین

متاد در یک اقدام نادر، روند استخدام خود را متوقف کرده و اخیراً کسب و کار پادکست خود را تنها پس از گذشت یک سال تعطیل کرده است. نتفلیکس چندین کارمند تازه استخدام شده برای طرح وبلاگ‌نویسی تو دوم را اخراج کرد. اظهارات اخیر دارا خسروشاهی، مدیرعامل اوبر مبنی بر اینکه این شرکت استخدام را به عنوان یک «امتیاز» تلقی خواهد کرد نیز به معنی توقف یا کاهش سرعت استخدام است. رسانه اجتماعی و اپلیکیشن وی‌ئی‌وی کم‌تر نیز هفته گذشته ۸۷ کارمند را

اخراج کرد که تقریباً یک چهارم نیروی کار خود آنها بود. شرکت‌های خردفروشی از جمله گوپاف، پلوتون، تراسیو و ریف همچنین در حال تجدید نظر در تعداد کارکنان خود هستند، زیرا شرایط اقتصادی آنها تغییر کرده و چاره‌ای ندارند جز اینکه حواس خود را روی سودآوری متمرکز کنند. افزایش زمان استفاده از اینترنت و رونق تجارت الکترونیک در روزهای اولیه همه‌گیری کرونا باعث رونق بسیاری از شرکت‌های فناوری شد. همین امر آنها را وادار کرد تا به سرعت کارمندان خود را افزایش دهند و بتوانند پاسخگوی تقاضای بازار باشند. به عنوان مثال، آمازون تعداد نیروی کار خود را در دو سال گذشته تقریباً دو برابر کرده است. از آنجا که تعدادی از کارمندان مراکز به مرخصی‌های مرتبط با کووید-۱۹ رفتند، شرکت کارمندان جدیدی را استخدام کرد. اما غیبت‌ها بعداً کاهش یافت و آمازون با وضعیتی مواجه شد که بیش از نیازش کارمند داشت. همین مسئله به بهره‌وری پایین‌تر منجر شد و هزینه‌هایش را افزایش داد.

شرایط اقتصادی تغییر می‌کند

این اقدامات در راستای کاهش هزینه، در حالی صورت می‌گیرد که بازار کار همچنان فشرده است و بسیاری از شرکت‌ها برای استخدام نیروی مورد نیاز خود تلاشی مضاعف می‌کنند. این به افزایش دستمزدها منجر می‌شود که به نوبه خود سبب‌ساز افزایش تورم است.

برای مهار این تورم، فدرال رزرو ایالات متحده قصد دارد با افزایش پیوسته نرخ بهره در طول سال جاری (شامل افزایش ۵۰ واحدی در هفته گذشته) به آرامی ترمز اقتصاد را بکشد. این امر هزینه‌های استقرار را افزایش می‌دهد که باعث می‌شود شرکت‌ها روند سرمایه‌گذاری خود را متوقف کنند.

ممکن است بازار شرکت‌ها را به سمت کاهش هزینه‌ها سوق دهد، اما روابط کارفرما و کارمند دیگر یک موضوع نگران‌کننده داخلی نیست، بلکه در توانایی شرکت برای جذب استعدادها برتر در آینده و در تصویر آن نزد

عموم نقش دارد. به عنوان مثال بتر را در نظر بگیرید؛ استارت‌آپ وام مسکن و بیمه که در ماه دسامبر برای یک تماس ویروسی زوم که در آن مدیرعامل ۹۰۰ کارمند را اخراج کرد، سرفصل خبرها شد و جرعه مباحث‌هایی را درباره روابط کارکنان زد. اما این همه ماجرا نبود و این شرکت دوباره در ماه مارس به دلیل اخراج کارکنان در قانون توجه قرار گرفت.

همه‌گیری کرونا باعث شده است بسیاری از کارمندان به دنبال شرایط بهتر، کار فعلی خود را رها کنند و این امر بازار کار فشرده‌ای ایجاد کرده شد که قدرت بیشتری را در دست کارمندان احتمالی قرار می‌دهد و بر شرکت‌ها فشار می‌آورد تا نه تنها آنها را جذب کنند، بلکه در حفظ آنها نیز بکوشند. تغییر شرایط اقتصاد به این معنی است که شرکت‌ها توجه بیشتری به درآمدهای خود دارند، اما اخراج‌های بزرگ و تعطیلی سرمایه‌گذاری‌های جدید می‌تواند در آینده جذب استعدادها را برای آنها سخت‌تر کند.

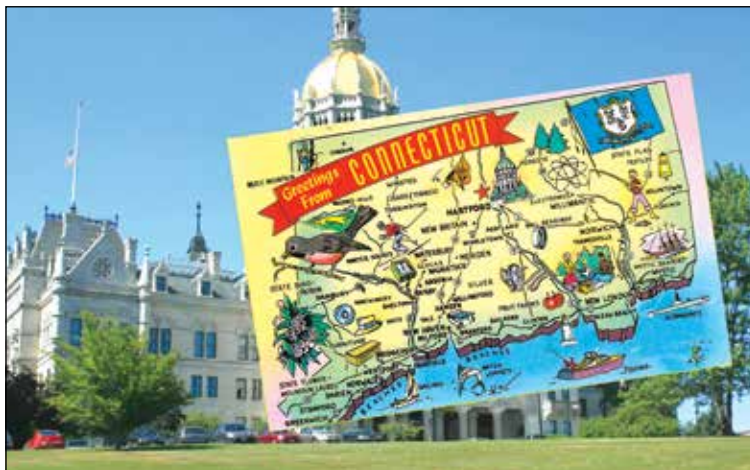


ترانه احمد دوست

taraneh-ahmaddoust@yahoo.com



شماره ۵۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم





نقاط عطف
اکوسیستم نوآوری کشور

دولتی‌ها شروع کردند، خصوصی‌ها ادامه دادند

مجید دهبیدی پور، رئیس پارک علم و فناوری شریف بانگاهی به تاریخ حدوداً ۲۰ ساله اکوسیستم نوآوری در کشور، چند نقطه عطف در آن می‌بیند. اکوسیستمی که هر چند با یک حرکت از سوی دولت پا گرفت، اما در ادامه با همت بخش خصوصی رشد کرد و سر و شکل امروزی‌اش را یافت.

او درباره این نقاط عطف توضیح می‌دهد: «یک دوره به سال‌های دهه ۸۰ برمی‌گردد که مراکز رشد و پارک‌ها ایجاد شدند. چیزی که در این دوره برایم خیلی پررنگ است، شروع رفتن به سمت اقتصاد دانایی محور است. در برنامه چهارم توسعه رد پای واژه‌هایی مثل اقتصاد دانایی محور را می‌بینید. نکته دومش این است که بیشتر توسط بخش دولتی ایجاد و مدیریت می‌شد.

در دوره دوم که تقریباً در سال‌های ۹۰ تا ۹۲ اتفاق افتاد، یکسری استارت‌آپ‌های باپتانسیل شکل گرفتند. ما با شکل جدیدی از کسب‌وکار آشنا شدیم. می‌توان گفت یکسری درختچه‌بوته‌ها شکل گرفتند که مشخص بود سرعت رشدشان نسبت به سایرین بالاتر است؛ مثل دیجی کالا و اسنپ. این نقطه عطف بعدی بود که به دست بخش خصوصی اتفاق افتاد.

از حدود سال ۹۳ نهاد‌های حمایت از کسب‌وکار توسط بخش خصوصی ایجاد شدند. زیرا فعالیت‌های فناوری در کشور در حال رشد بود و نمونه‌های موفق وجود داشت، بنابراین بخش خصوصی به این نتیجه رسید که این حوزه می‌تواند سودده باشد. این نقطه عطف سوم بود.

تقریباً از سال ۹۸ به بعد ما با سرمایه‌گذاری شرکت‌های بزرگ و اقتصاد سنتی روی کسب‌وکارهای نوپا مواجه ایم. من به این موضوع به عنوان یک روند جدید نگاه می‌کنم. موفق بودن یا نبودن آن بعداً قابل ارزیابی است، ولی این اتفاق مهم رخ داده است.»



شماره ۵۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم



عکس: حامد کریم زاده

در هر سازمانی که اگر قرار باشد اتفاق مثبتی بیفتد، توصیه می‌کنند که در ابتدا فرهنگ آن را ایجاد کنند. در حال حاضر به نظرم همه اتفاقات در راستای توسعه فرهنگ دانش بنیان است و اگر این به عنوان زیرساخت اتفاق بیفتد، خیر و برکت بسیاری دارد. بنابراین اتفاقاتی را که امسال می‌افتد فرصت بالقوه‌ای می‌بینم که امیدوارم اثرات ماندگاری داشته باشد.

می‌خواهم مثالی بزنم تا موضوع روشن‌تر شود. رهبری سال ۸۷ را به نام سال نوآوری و شکوفایی نام‌گذاری کردند. نام صندوق نوآوری و شکوفایی از نام همان سال گرفته شد و در حال حاضر نهادی مالی است که خدمات مالی و اعتباری به کارآفرینان اعطا می‌کند. فکر می‌کنم بعد از گذشت ۱۴ سال، نیازهای جامعه کارآفرینی و استارت‌آپی کشور بسیار متنوع شده است و همه فعالان باید از این فرصت استفاده کنند؛ اگر مسئله سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری وجود دارد، حلش کنند؛ اگر در جایی نیازمند تسریع فعلی هستیم، این کار صورت پذیرد؛ اگر حمایتی لازم است که تا الان به آن فکر نکرده بودیم، به آن بیندیشیم؛ اگر تحقق موضوعی نیاز به همکاری بین دستگاهی داشته، در حال حاضر بهترین موقعیت برای ایجاد این همکاری است. بنابراین من هر طور که به این موضوع فکر می‌کنم، خیر و برکت می‌بینم.

به نظر می‌رسد پارک علم و فناوری شریف در حال پوست‌اندازی است و برنامه‌های متنوعی هم دارد. کمی درباره راه‌رفته و مسیر پیش روی پارک صحبت می‌کنید؟

سابقه فعالیت‌های کارآفرینی در شریف به ۲۲ سال پیش برمی‌گردد. مرکز کارآفرینی دانشگاه در سال ۷۹ شکل گرفت. اتفاقی که در شریف رقم خورد، این است که متناسب با گذشت زمان و نیازهایی که ایجاد شده، نوآوری‌های نهادی اتفاق افتاده است.

نوآوری نهادی به چه معنا؟

سال ۷۹ مرکز کارآفرینی را ایجاد کردیم، کارش ترویج، فرهنگ‌سازی و آموزش بود. می‌خواست به بچه‌ها ذهنیت بدهد که موضوع کارآفرینی و ارزش آفرینی داخل مرزهای کشور یک راه خوشبختی است. می‌خواست به آنها بگوید که می‌توانند کسب‌وکار خود را داشته باشند. به علاوه به

سخت‌افزار و نسل نوین استارت‌آپ

گفت‌وگو با مجید دهبیدی پور، رئیس پارک علم و فناوری دانشگاه شریف درباره برنامه‌های این پارک و بررسی روندی که اکوسیستم نوآوری در چند سال گذشته طی کرده است

اگر هفت، هشت سال پیش به منطقه‌ای که به آن ناحیه نوآوری شریف گفته می‌شد، سر می‌زدید، احتمالاً به عنوان یک مخاطب عادی چیز زیادی از آن فضا دستگیرتان نمی‌شد؛ اما امروز لوکیشن‌های متعددی که در این منطقه محفلی برای تیم‌ها و کسب‌وکارهای نوآور شده‌اند و حضور گسترده جوانان در خیابان‌ها و محله‌های اطراف که شکل و فرهنگ آنجا را تحت تأثیر قرار داده‌اند، شاهدی بر درستی ادعایی است که سال‌ها پیش بر زبان آمده بود؛ اینکه قرار بود منطقه اطراف دانشگاه شریف با کسب‌وکارهای دانش بنیان و نوآور و مراکز نوآوری پر شود. هر چند هنوز هم راهی طولانی برای رسیدن به نقطه ایده‌آل در پیش است، اما تغییرات چند سال اخیر کاملاً به چشم می‌آید. یکی از کسانی که در تمام این سال‌ها در اکوسیستم نوآوری شریف حضور فعال و مستمر داشته، مجید دهبیدی پور است. او که هم‌اکنون رئیس پارک علم و فناوری دانشگاه شریف است، در گفت‌وگو پیش‌رو از برنامه‌های پارک می‌گوید و نگاهی به روندی دارد که اکوسیستم نوآوری کشور در چند سال گذشته طی کرده است.

... دارند به این موضوع توجه می‌کنند و همین باعث می‌شود در لایه‌های ذهنی مدیران جامعه این موضوع اولویت بالاتری پیدا کند. اگر بخوایم شاهی برای ادعایم بیاورم، می‌توانم از قانون جهش تولید دانش بنیان یاد کنم که چند روز پیش از طرف مجلس به رئیس‌جمهور ابلاغ شد. اینکه لایه سیاست‌گذاری، اجرایی و مدیران بالادستی به این مسئله توجه کردند، هم در تنظیم قانون نقش داشت و هم در تصویب و ابلاغ آن. معتقدم بازدیدهایی هم که اتفاق می‌افتد، این پیام را می‌دهد که اقتصاد دانش بنیان موضوع محوری و مهم ماست. اگر این فعالیت‌های ترویجی اتفاق نیفتد و بازدیدها انجام نشود، ما چطور می‌خواهیم این فرهنگ را بسازیم؟

برخی کسب‌وکارهایی که در فضاهایی مانند پارک‌ها مستقر هستند، می‌گویند نام‌گذاری امسال باعث شده تعداد زیادی بازدید داشته باشند که بعضاً افرادی هستند که ارتباط و آشنایی با این فضا ندارند و توصیه‌های اشتباه می‌کنند و زمان زیادی را از آنها می‌گیرند. نظر شما در این باره چیست؟ نقاط مثبت و منفی بازدیدهای این چنینی را چه می‌دانید؟

اتفاقاً من عکس این را فکر می‌کنم، بازدیدها و فعالیت‌های این چنینی را مثبت می‌دانم. ما باید نوع نگاه‌مان را تغییر دهیم. امسال کل جامعه اعم از مردم، جامعه دانشگاهی، جامعه استارت‌آپی، فضای سیاست‌گذاری، مسئولان اجرایی

بچه‌ها مهارت‌های نرم را آموزش می‌داد. در نتیجه این آموزش‌ها و فعالیت‌های ترویجی، تعدادی تیم دانشجویی شکل گرفتند که می‌خواستند ایده‌شان را عملیاتی کنند، اما مکان استقرار و منابع مورد نیاز برای این کار را نداشتند. به همین دلیل مرکز رشد شریف در سال ۸۲ شکل گرفت تا به نیازی که مرکز کارآفرینی ایجاد کرده بود، پاسخ دهد. مرکز رشد هم بنا به وظیفه‌ای که داشت، فضا و امکانات در اختیار تیم‌ها گذاشت تا شکل بگیرند و رشد کنند. وقتی شرکت‌ها به اندازه خاصی رسیدند، متوجه شدیم که نیاز مالی دارند و خدمات مالی - اعتباری می‌خواهند. پای موضوعات دیگری چون ضمانت‌نامه، سرمایه‌گذاری، وام و... پیش کشیده شد. به همین دلیل سال ۸۸ صندوق پژوهش و فناوری ایجاد شد. چرا؟ زیرا فعالیت مرکز رشد این نیاز را ایجاد کرده بود.

سال ۹۵ به نقطه‌ای رسیده بودیم که المان‌های مختلف برای توسعه نوآوری را در اختیار داشتیم. مرکز کارآفرینی، مدرسه اشتغال، صندوق پژوهش و فناوری، شتاب‌دهنده، مجتمع خدمات فناوری و... داشتیم. تعدادی شرکت اطراف دانشگاه مستقر شده بودند و مجوز پارک را سال ۹۵ گرفتیم. این طور نبود که اول پارک را تأسیس کنیم و بعد با شرکت‌های مختلف آن را پر کنیم. بلکه کارمان پیش رفته بود و شرکت‌ها و نهادهای مختلف بودند و متوجه شدیم نیاز است چتری بالای سر آنها قرار داده شود. عملاً آنچه در حال حاضر پیش می‌بریم، این است که ناحیه اطراف دانشگاه تبدیل شود به جایی که تراکم شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور بالا برود. در حال حاضر حدود ۶۰۰ کسب‌وکار اطراف دانشگاه مستقر هستند. از یک تیم دو نفره گرفته تا شرکتی بزرگ که چند صد نفر نیروی انسانی دارد.

همین طور که پیش می‌رویم، می‌بینیم نهادها نیازهایی ایجاد کرده‌اند که به ایجاد نهادهای جدیدی برای پاسخ به آن نیازها منجر شده است. من به این روند توسعه نهادی می‌گویم که البته همراه با نوآوری بوده است. زیرا نیاز مادر نوآوری است.

◀◀ **پارک شریف چه ویژگی‌هایی دارد و چه امکاناتی را در اختیار تیم‌ها و کسب‌وکارها قرار می‌دهد؟**
اولین و یکی از مهم‌ترین برنامه‌های ما افزایش ضریب نفوذ برنامه‌های کارآفرینی میان دانشجویان است. ما معتقدیم همچنان روی مسئله توانمند کردن دانشجویان باید بیشتر از گذشته کار کنیم. دانشجویان نیاز به اصلاح ذهنیت و آموزش مهارت‌های کارآفرینی دارند.

◀◀ **به چه شکل این کار را انجام می‌دهید؟**
با افزایش میزان کلاس‌هایی که برگزار می‌شود. اگر قبلاً به عنوان مثال ۲۰ هزار نفر-ساعت آموزش کارآفرینی داشتیم، این عدد باید به ۴۰ هزار نفر-ساعت برسد. این ضریب نفوذ باید افزایش پیدا کند.

◀◀ **از نظر کیفی هم تغییری می‌کند؟**
طبیعتاً آبله از قدیم گفته‌اند کار نیکو کردن از پر کردن است. وقتی کاری را به شکل مداوم و مستمر انجام می‌دهید، به‌مرور متوجه ایرادهایش می‌شوید و آنها را اصلاح می‌کنید. همین حالا که دانشگاه‌ها باز شده‌اند، یک فرصت فوق‌العاده برای ماست که آموزش‌ها را توسعه دهیم.

موضوع دیگری که مد نظر ماست، توسعه زیرساخت‌های دوره رشد است. حجم تقاضاهای حال حاضر مرکز رشد بسیار بالاست، ولی جایی برایشان نداریم. این یعنی زیرساخت فیزیکی مرکز رشد ما کافی نیست و باید آن را ارتقا دهیم. الان صفی طولانی پشت در مرکز رشد تشکیل شده است. وقتی فضایی در اختیار تیم نوپا قرار می‌دهیم، خود تیم کارهای مختلفی انجام می‌دهد و به یک محصول قابل قبول بازار می‌رسد.

موضوع سومی که امسال بنا داریم آن را ادامه دهیم، همکاری با بخش خصوصی در توسعه زیرساخت‌های شرکت‌های دوره

رشد است. ساختمانی که الان در آن استقرار داریم، ۲۵ هزار متر مربع است که با سرمایه‌گذاری کامل بخش خصوصی ایجاد شده و شرکت‌های خصوصی هم واحدهای آن را خریداری کرده‌اند. دولت هیچ سرمایه‌گذاری‌ای در این بخش نکرده است. ما می‌خواهیم مدل‌های این‌چنینی را تکرار کنیم. هدف‌مان هم از ایجاد این نواحی، همجواری شرکت‌هاست.

◀◀ **آیا به بخش خصوصی امکاناتی هم داده می‌شود؟ مثل تسهیل صدور مجوزها و...؟**
آن‌قدر این موضوع کشش بازار دارد که برای سرمایه‌گذار جذاب است و نیاز به انجام کاری از سوی دولت نیست. سرمایه‌گذار زمین را بخرد و ساختمان بسازد، در میان شرکت‌های دانش‌بنیان آن‌قدر متقاضی دارد که برایش صرفه اقتصادی داشته باشد.

یکی از مهم‌ترین برنامه‌های ما، افزایش ارتباطات میان بازیگران ناحیه نوآوری شریف است. از ۶۰۰ کسب‌وکاری که در این بخش مستقر هستند، معتقدیم بسیاری ارتباطات نظام‌مند ندارند یا ممکن است از حضور همدیگر اطلاع نداشته باشند. ممکن است استارت‌آپی به دنبال سرمایه‌گذار بگردد و خبر نداشته باشد که سرمایه‌گذارش در همین ناحیه مستقر است. به همین دلیل توسعه شبکه بازیگران ناحیه نوآوری شریف را در دستور کار خود داریم.

اتفاقی در کشور افتاده، این است که استارت‌آپ‌هایی که در طول ۱۲،۱۰ سال اخیر شکل گرفته‌اند و رشد کرده‌اند، بیشتر در حوزه فناوری اطلاعات بوده‌اند. طبیعی هم هست. پهنای باند افزایش پیدا کرده و فضای مجازی رشد یافته و بازار نیاز داشته و در نتیجه این‌گونه از استارت‌آپ‌ها رشد بیشتری داشته‌اند. اما این به معنای این نیست که ما فقط در حوزه فناوری اطلاعات ظرفیت داریم، بلکه در حوزه‌های سخت‌افزاری نیز پتانسیل و توانمندی بسیاری داریم. یکی از برنامه‌های امسال ما ایجاد کمپ‌های ساخت و تولید است. یعنی فضاهایی که امکانات ساخت، تولید و نمونه‌سازی دارند. جایی که این امکانات و تجهیزات برای ساخت نمونه اولیه وجود دارد،

کارگاه یا کمپ سخت‌افزاری نام دارد. در اصل ما به دنبال ایجاد نسل نوینی از استارت‌آپ‌ها هستیم و باید بسترسازی کنیم که این نسل جدید از شرکت‌های نوپا بتوانند شکل بگیرند. در حال انجام کار دیگری نیز هستیم که من عنوان مسئولیت اجتماعی را به آن اطلاق می‌کنم. معتقدم اگر شریف در حوزه نوآوری پیش‌تاز است، این موضوع برایش مسئولیت‌آفرین است و حتماً باید تجربیاتش را به نهادهای دانشگاه‌ها و سایر مکان‌هایی که می‌خواهند در این مسیر حرکت کنند، انتقال دهد. بر این اساس ما کمک به دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌ها و نهادهایی که می‌خواهند از فعالیت‌های ما الگوبرداری کنند، جزو وظایف خود تعریف کرده‌ایم و آماده‌ایم این تجربیات را در اختیار متقاضیان قرار دهیم. موضوع دیگر، تربیت نیروی انسانی است. به نظر من اکوسیستمی که در حال حاضر شکل گرفته و شامل همه بازیگران ام‌ز شتاب‌دهنده‌ها، پارک‌ها، کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ، صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر، دانشگاه‌ها، رسانه‌و... می‌شود، نیازمند نیروی انسانی با دانش و تجربه و مهارت هستند. برنامه‌ای را از چند سال پیش آغاز کرده‌ایم و بنا داریم امسال آن را ادامه دهیم و آن هم توانمندسازی و کمک به پرورش نیروی انسانی برای فعالیت در بخش‌های مختلف این اکوسیستم است. مثل کسی که بتواند مدیر برگزاری رویداد در یک شتاب‌دهنده باشد یا کارشناس ارزیابی طرح کسب‌وکار یا خبرنگار حرفه‌ای حوزه نوآوری و... طرح کیمیا در این راستاست که چند دوره در گذشته برگزار شده

و امسال هم یک دوره دیگر آن برگزار می‌شود.

◀◀ **چه فرصت‌ها و تهدیدهایی را در مسیر خود می‌بینید؟**

اولین فرصت، نام‌گذاری سال است که بسیار فرصت بزرگی است و توجه قشرهای مختلف را به این موضوع جلب کرده است. ما باید از این توجه استفاده کنیم. فرصت دوم ما ابلاغ قانون جهش تولید است. فرصت سوم جواب گرفتن از کارهایی است که تا چند سال پیش واهمه داشتیم سراغ آنها برویم ولی در حال حاضر انجامش داده‌ایم. همین ساختمانی که ۸۰، ۹۰ شرکت در آن مستقر هستند، سه چهار سال پیش با خوف ورجا به سراغش رفتیم؛ ولی الان انجام شده و نتیجه‌اش را دیده‌ایم. انجام کاری برای اولین بار بسیار سخت است، ولی برای دفعات بعدی بسیار ساده‌تر می‌شود. ما در حال حاضر نمونه‌ای داریم که انجام فعالیت مشابه و تکرار آن را راحت‌تر می‌کند. نکته بعدی فرهنگ حاکم بر جامعه است که نسبت به ۱۰، ۱۵ سال پیش تغییر کرده و این مسئله به ما کمک می‌کند.

اگر بخواهیم از تهدیدها بگویم، لازم است به موضوع امید اشاره کنم. ما باید تلاش کنیم سطح امیدواری را در میان نسل جوان افزایش دهیم. این کار هم با شعار دادن ممکن نیست، بلکه با عملکرد و واقعیت ملموس اتفاق می‌افتد. یکی از مهم‌ترین مسائلی که امروز تمام کسانی که در حوزه نوآوری فعالیت دارند، باید به آن توجه کنند، این است که تهدید ناامیدی را در جامعه داریم که در دو سال اخیر متأسفانه شیوع کرونا نیز به آن کمک کرد. متوسط امید در سطح جامعه کاهش یافته و اگر

اقدامی نکنیم و با عملکردمان سطح امیدواری را افزایش ندهیم، همه فرصت‌هایی که من به آن اشاره کردم، از دست می‌رود و نتایج مد نظرر انمی‌گیریم.

◀◀ **در حال حاضر خدماتی که در پارک شریف در اختیار شرکت‌ها می‌گذارید، شامل چه چیزهایی می‌شود و چه تغییراتی نسبت به گذشته کرده‌است؟**
گفتم که در شریف متناسب با نیاز، نهاد ایجاد شده و این نهادها سرویس‌های مختلف ارائه می‌دهند. ما پنج دسته مخاطب داریم که به هر دسته سرویس‌های متفاوتی عرضه می‌کنیم. دسته اول مخاطب ما، تیم‌های نوپای دانشجویی هستند. ما فضای استقرار اشتراکی، سیدمانی و خدمات منتورینگ به آنها ارائه می‌دهیم و کمک می‌کنیم در راندهای بعدی بتوانند سرمایه‌گذار جذب کنند. این خدمات را از طریق شتاب‌ددهنده‌ها ارائه می‌دهیم.

دسته دوم شرکت‌های نوپا هستند که هویت حقوقی دارند. به این دسته فضای استقرار می‌دهیم که اختصاصی است، خدمات مشاوره و تجاری‌سازی، تسهیلات مالی و کمک به بازار یابی را نیز در اختیار آنها قرار می‌دهیم. هرچند خدمت آخری که به آن اشاره کردم، نسبت به باقی خدمات ضعیف‌تر است و نمی‌توانم ادعا کنم به شرکت‌های دوره رشد سرویس بازار یابی قوی ارائه داده‌ایم یا به توسعه بازارشان کمک کرده‌ایم. دسته سوم شرکت‌های رشدیافته هستند که دیگر مسئله فضای استقرار ندارند و باید این فضا را خودشان تأمین کنند. اینها از خدمات قانونی پارک بهره می‌برند، مثل معافیت‌های مالیاتی. هم افزایی و همکاری بین شرکتی نیز در اینجا اتفاق می‌افتد، زیرا آنها علاقه‌مند هستند تا با سایر شرکت‌های نوپا یا استارت‌آپی همکاری کنند. ما اتصال این شرکت‌ها به یکدیگر را تسهیل می‌کنیم. دسته چهارم مخاطبان ما، تأمین‌کنندگان خدمات هستند. اینها مجموعه‌هایی هستند که به نیابت از ما به شرکت‌ها و استارت‌آپ‌ها سرویس می‌دهند، مثل صندوق‌های پژوهش و فناوری، شتاب‌دهنده‌های خصوصی (در حال حاضر حدود ۱۵ شتاب‌دهنده خصوصی در ناحیه فعال

هستند)، مجموعه‌های ارائه‌دهنده خدمات حقوقی و خدمات تجاری‌سازی، کسب‌وکار آنها این است که در پارک حضور داشته بشند و خدمات خود را به شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های متقاضی بفروشند. گاهی ما بخشی از هزینه خدمات آنها را می‌پردازیم. دسته پنجم دفاتر نوآوری صنایع اند، مثل همراه اول که «MCI Lab» را اینجا ایجاد کرده که به اعضای هیئت علمی گزنت بدهد، استارت‌آپ‌های خوب را شناسایی و روی آنها سرمایه‌گذاری کند و... اینها مثل دسته چهارم بیشتر سرویس‌دهنده هستند تا سرویس‌گیرنده.

◀◀ **نقاط قوت و ضعف اکوسیستم نوآوری شامل چه چیزهایی می‌شود؟**

اگر بخواهم از نقاط قوت صحبت کنم، اینکه حاکمیت توجه به این مسئله را در دستور کار خود قرار داد، مثبت می‌بینم. به‌علاوه در ۲۰ سال گذشته فرهنگ‌سازی خوبی در این خصوص صورت گرفت که به اعتقاد من نقطه قوت دیگری است. این فرهنگ‌سازی سبب شد تا رویکرد اقتصاد نوآوری به یک گفتمان تبدیل شود. نقطه قوت بعدی را حضور پررنگ بخش خصوصی در اکوسیستم نوآوری کشور می‌دانم. همچنین معتقدم معاونت علمی و فناوری طی سال‌های گذشته کمک شایانی به تسریع این فعالیت‌ها و شکل‌گیری این فرهنگ و گفتمان کرد. بنابراین فعالیت‌های هفت، هشت سال گذشته معاونت علمی را مثبت و بدیع می‌بینم، زیرا کاری کرد که ادبیات اقتصاد نوآوری در همه ارکان جامعه و حاکمیت رسوخ کند.

اما معتقدم از جمله نقاط ضعف این اکوسیستم این است که در برخی مواقع فرم بر محتوا پیشی گرفته است. مثلاً ما شتاب‌دهنده‌هایی داریم که کارنامه خوبی ندارند و خروجی‌شان مقبول نیست. معتقدم که ظرف و مظروف یا قالب و محتوا باید با هم رشد کنند. اما در مورد بعضی از شتاب‌دهنده‌ها این اتفاق نیفتاد. به‌علاوه حد و حجم منابعی که لازم بود چه از سوی حاکمیت و چه از سوی بخش خصوصی وارد این اکوسیستم شود، خیلی محدود بود. حجم سرمایه‌گذاری‌ها هنوز به آن نقطه ایده‌آل نرسیده و ظرف نوآوری کشور صلاحیت جذب سرمایه بسیار بیشتری داشت.

◀◀ **بخشی از آن به خاطر تحریم‌ها نیست؟ چون ما در کشورهای دیگر هم می‌بینیم که سرمایه‌گذاری روی استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای نوپا لزوماً از سمت بخش خصوصی همان کشور اتفاق نمی‌افتد.**

می‌تواند یکی از دلایلش همین باشد. به‌طور کلی وقتی موضوع سرمایه‌گذاری را واکاوی می‌کنیم، چند راه برای تأمین سرمایه وجود دارد؛ یا سرمایه‌گذار خارجی این مبلغ را می‌پردازد، یا از سمت شرکت‌های بزرگ و کسب‌وکارهای سنتی این اتفاق می‌افتد یا به سراغ مردم می‌روند که همان بورس است.

من اعتقاد دارم ما جذب سرمایه از مردم را مورد غفلت قرار داده‌ایم. یکی از مسیرهایی که می‌تواند جریان سرمایه سمت اکوسیستم نوآوری را باز کند، بورس است و اگر این مسیر باز نشود، استارت‌آپ‌هایی که بزرگ شده‌اند و پیش رفته‌اند، از کجا قرار است نقدینگی خود را تأمین کنند تا دوباره روی کارشان سرمایه‌گذاری کنند؟ مثل جاده‌ای است که همه در حال حرکت در آن هستند. اگر شما ته این جاده را ببندید، ترافیک و دردسر ایجاد می‌کنید. انتهای این راه باید باز باشد تا استارت‌آپ‌هایی که بزرگ شده‌اند، به بورس بروند و از محل نقدینگی که کش اوت می‌کنند، دوباره روی کسب‌وکارشان سرمایه‌گذاری کنند.

نقطه ضعف دیگری که من متوجه خودمان، یعنی جامعه دانشگاهی می‌دانم، این است که در ارتباط با آماده کردن دانشجویان و فارغ‌التحصیلان مان برای ورود به عرصه کسب‌وکار کم کاری کرده‌ایم. حداقل در مورد خودم در دانشگاه شریف معتقدم که این کم‌کاری را انجام داده‌ام. اگر انتظار داریم کسب‌وکاری موفق شود، پیش از آن باید اعضای تشکیل‌دهنده‌اش مهارت‌ها را بدانند و توانمند شوند و کارآموزی کنند. دوره چهار سالی که دانشجو مهمان ماست، نباید به تمامی صرف خواندن دروس شود. ما در دانشگاه‌ها مهارت‌های خیلی بیشتری را می‌توانستیم به دانشجویان بیاموزیم.



درباره الهام کادری

زنی دوستدار محیط زیست

معمولاً وقتی از آلوده شدن آب‌های زمین حرف می‌زنیم بلافاصله نام شوینده‌ها و کارخانه‌های مواد شیمیایی به ذهن مان خطور می‌کند. اما مدیر یکی از بزرگ‌ترین کارخانه‌های مواد شوینده و شیمیایی اروپا، رسالت اصلی خود را حفظ محیط زیست قرار داده است.

الهام کادری تاجر مراکشی - فرانسوی می‌خواهد صنعت مواد شیمیایی را متحول کند. او در سال ۱۹۹۷ دکترای مهندسی شیمی گرفت و وارد صنعت مواد شیمیایی شد. ابتدا در بلژیک در کارخانه داچ شل مشغول به کار شد و توانست فرمول مناسبی برای در پوش بطری بسازد که مانع انتشار قارچ و باکتری شود. سپس به پست‌های بازاریابی و توسعه تجارت روی آورد و کم‌کم مدیر محصول شد. او در صنایع رنگ تجربه کسب کرد و به شرکت داو رفت و پس از چندین بار ارتقا، مدیر کل بازاریابی منطقه خاورمیانه شد و کارخانه‌های

تصفیه آب را در امارات متحده عربی ساخت. الهام بر توسعه در کنیا، غنا و نیجریه نظارت داشت و پروژه‌های آب را در کویت، مراکش، عمان، قزاقستان و آذربایجان توسعه داد. او در سال ۲۰۱۹ مدیرعامل سولوی شد و بلافاصله با تعهد به توافق نامه آب‌وهوای پاریس گام مهمی در مسیر پایداری و در عین حال تضمین سودآوری برداشت. الهام معتقد است چون صنایع شیمیایی در همه تولیدات مربوط به زندگی نقش دارند، اصلاح این صنعت موجب تحول عظیمی در دنیا می‌شود. به همین دلیل همواره در پی یافتن راه‌هایی برای بازگشت مواد دورریز به چرخه مصرف است. او می‌گوید: «چون من در کازابلانکا متولد شدم و در محیطی بسیار کم‌برخوردار زندگی کردم، حفظ آب و غذا در آن زمان برایم اهمیت زیادی داشت. به همین دلیل این رسالت را برای حفظ زمین بر دوش خودم احساس می‌کنم.» الهام متأهل و مادر دو فرزند است و معتقد است اگر زنان تنها به پیشرفت و هدف‌گذاری فکر کنند، مانعی به نام سقف شیشه‌ای برایشان مشکل‌ساز نخواهد شد.



شماره ۵۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم



گفتگو

INTERVIEW

قاچاق بزرگ‌ترین ضربه را به ما می‌زند

گفت و گو با مرصده حیدری، هم‌بنیان‌گذار خانه طراحان مد خلاق؛ او معتقد است زنان می‌توانند با اعتماد به نفس به جایگاهی برابر با مردان در صنعت پوشاک دست یابند

شده است، انجام می‌دهیم. ضمناً پروژه‌های طراحی پارچه و طراحی شال و روسری نیز در فهرست کارهای ماست. بخش دیگر کار ما، تولید محتوای به‌روز در صنعت مد است. به همراه خانم فغانی خانه طراحان مد را تأسیس کردیم و سپس با خانم ترکمنی، رسانه‌ای به نام فشن اینسایدر بنیان نهادیم و ماهیانه برنامه‌های آموزشی در قالب لایوهای محتوایی داریم که به صورت عمیق محتواهای روز را تحلیل می‌کنیم و این اطلاعات را در اختیار همراهان قرار می‌دهیم. افراد با پرداخت حق اشتراک، مسیر به‌روز بودن در صنعت مد را همراه ما طی می‌کنند. تاکنون ۱۵۰۰ مشترک داشته‌ایم.

شرکت می‌کند. بلافاصله وارد شرکت ناریان می‌شود و پس از آن در کاسپین مد، به مدت دو سال طراحی لباس و کالکشن انجام می‌دهد.

لطفاً درباره خانه طراحان مد خلاق توضیح دهید.

ما از سال ۹۹ این مؤسسه را تأسیس کردیم. برای برندهای معتبر ایران، کالکشن طراحی می‌کنیم و در کنار این فعالیت به صورت محدود تدریس دروسی را که به صورت کاربردی تدوین شده و بر پایه تجربه ما و نیازهای بازار کار طرح‌ریزی

ما به شنیدن نام زنان در تولید لباس عادت داریم، اما معمولاً حضور زنان را در کسب‌وکارهای خرد تولید پوشاک فرض می‌کنیم. اما مرصده حیدری طراح لباسی است که روی طراحی لباس برای برندهای تولید انبوه متمرکز است و هم‌بنیان‌گذار مؤسسه طراحان مد خلاق است که با هدف تولید محتوای معتبر و آموزش طراحان لباس و آماده‌سازی آنان برای ورود به بازار صنعتی تولید پوشاک تأسیس شده است. او دانش آموخته کارشناسی معماری است، اما سپس به طراحی لباس علاقه‌مند شده و در دوره آکادمی مد استانبول و دوره تخصصی مد و لباس دانشگاه علم و فرهنگ

فین تک به زبان ساده

آموزش مبانی فین تک برای فعالیت حرفه‌ای در دنیای فناوری های مالی





توصیه‌هایی برای تنوع جنسیتی در شرکت‌های فناوری محور مسیر حضور پررنگ‌تر زنان در شرکت‌های نوآور

نقش‌های درون سازمان خود را عمیقاً بشناسید

وظایف و مسئولیت‌ها را تجزیه و تحلیل کنید؛ درکی عمیق‌تر از وظایف و مسئولیت‌های روزانه تیم فعلی‌تان به دست آورید و در میان وظایفی که با نقش‌ها مطابقت دارد، جوجه مشترکی پیدا کنید که برای متقاضیان زن جذابیت بیشتری دارد.

جایگاه‌هایی میان رشته‌ای و متناسب با کسب‌وکار خود بسازید

نقش‌های ارتباطی و فناوری اطلاعات را با هم ترکیب کنید. به عنوان مثال یک مدیر محصول منابع انسانی هم به تخصص و پیشینه قبلی در حوزه منابع انسانی و هم به تخصص فنی مورد نیاز برای مدیریت محصول فناوری اطلاعات نیاز دارد. این رویکرد علاوه بر مزایای تنوع جنسیتی، شکاف‌های ارتباطی و تخصصی بین تیم‌ها را نیز پُر می‌کند و به نتایج نهایی بهتر کسب‌وکار منجر می‌شود.

فرایند توسعه را به صورت جدی و هدفمند اجرا کنید

هنگامی که زنان بیشتری را با نقش‌های میان رشته‌ای به سازمان خود جذب کردید، به آنها فرصت‌های توسعه بدهید تا به سمت نقش‌هایی بروند که ماهیت «کدگذاری خشک» قوی‌تری دارند. از تیم منابع انسانی و فنی خود بخواهید که برنامه توسعه فنی برای آموزش زنان مستعد جهت مهارت‌های فنی جدید ارائه دهد تا شرایط مورد نیاز نقش جدید زنان ایجاد کنند. در صورت لزوم چنین برنامه‌هایی را تشویق کنید. اطمینان حاصل کنید که از فرایند منتورینگ در این مسیر غافل نشده‌اید.

تحقیقات ثابت کرده است که ایجاد یک تیم با تنوع جنسیتی مزایای قابل توجهی برای کسب‌وکارهای نوآور و خلاق دارد؛ اما همواره این یک چالش مهم برای اکثر سازمان‌های فناوری اطلاعات بوده است. در دسامبر ۲۰۲۱ مطالعه‌ای روی ۶۴ هزار و ۴۶۱ سؤال طرح شده توسط سایت Stack Overflow صورت پذیرفت که به نحو متمرکز اطلاعات را از متخصصان کامپیوتر و برنامه‌نویسان در شرکت‌های فناوری اطلاعات سراسر جهان اخذ می‌کرد. طبق این پاسخ‌ها ۷۱/۴ درصد از کارمندان مرد بودند، ۲۱/۶ درصد جنسیت‌شان را مشخص نکردند و ۷ درصد را نیز زنان تشکیل می‌دادند. محققان در نظر داشتند که چرایی حضور کم‌رنگ زنان در این صنعت را کشف کنند. به همین دلیل تخصص‌های محبوب زنان و مردان را به تفکیک امتیازدهی کردند. تخصص‌های محبوب زنان بازاریابی و فروش، متخصص داده، تحلیلگر، طراح، محقق، توسعه‌دهنده فرانت‌اند، تضمین کیفیت و مدرس بود. نقش‌هایی با محبوبیت متوسط عبارت بودند از مهندس داده، توسعه‌دهنده فول استک، توسعه‌دهنده موبایل و مدیر ارشد اجرایی. تخصص‌های غیرمحبوب نیز توسعه‌دهنده بک‌اند، توسعه‌دهنده بازی، مدیر محصول و... طبق این بررسی مشخص شد زنان به نقش‌های میان رشته‌ای و دارای ارتباط با سایر افراد رغبت بیشتری نشان می‌دهند و از تخصص‌های صرفاً کدنویسی کمتر استقبال می‌کنند. بر این اساس پیشنهادهایی برای تسهیل حضور زنان در شرکت‌های آی تی مطرح شده است.

قالب رسمی یک دانشگاه ارائه دهیم که به نظر این امر با برنامه‌ریزی‌ای که داشته‌ایم، دور از ذهن نیست.

چه موانع و مشکلاتی را برای رسیدن به این چشم‌انداز پیش روی خود می‌بینید؟

اولین مانع بزرگ این است که ارگان‌های دولتی، نگاه حمایتی به کسب‌وکارهای نوپای صنعت پوشاک ندارند و مسیر اخذ مجوزها آنچنان پیچیده است که بیشتر به سنگ‌اندازی پیش پای کسب‌وکار شبیه است تا کمکی برای شکوفایی. اگر هم تسهیلات، امکانات و حمایت‌هایی در این صنعت وجود داشته باشد، معمولاً به کسب‌وکارهای قدیمی تر اختصاص پیدا می‌کند و کسی از کسب‌وکارهای جوان حمایت نمی‌کند. در حالی که طراحان جوان علاوه بر داشتن خلاقیت، با مشکلات روز مشتریان و بازار پوشاک بیشتر آشنا هستند و می‌توانند تحول زیادی رقم بزنند و کارایی داشته باشند.

همواره قاچاق کالا بزرگ‌ترین ضربه را به صنعت طراحی لباس و تولید پوشاک می‌زند. وقتی تولیدکننده متوجه می‌شود که با صرف

هزینه و زمان کمتر می‌تواند یک لباس را وارد کشور کند، دیگر زمانی برای پیش‌تولید و طراحی لباس مناسب صرف نمی‌کند و این امر، ضربه بزرگی به کسب‌وکار ما وارد می‌کند.

سال‌های اخیر با شناخت و استقبال که از طراحی لباس رخ داده، اوضاع بهتر نشده؟

در دو سال اخیر برندهای زیادی به طراحی لباس روی آورده و به طراحان جوان هم میدان داده‌اند. همچنین در راستای بهبود کیفیت نیز تلاش‌های خوبی شده است. البته این اصلاً کافی نیست، چون هنوز آن‌گونه که شایسته است، شرکت‌های طراحی لباس شناخته نشده‌اند و به سودآوری نرسیده‌اند.

آیا تا به حال جذب سرمایه کرده‌اید یا برنامه‌ای برای این کار دارید؟

تاکنون برای هیچ یک از فعالیت‌های مان جذب سرمایه نکرده‌ایم و برنامه‌ای هم برای این کار نداریم. به این دلیل که هنوز رشد شرکت به مرحله‌ای نرسیده که نیاز به افزایش سرمایه داشته باشیم و برنامه‌های امسال را بدون افزایش سرمایه پیش خواهیم برد؛ ولی قطعاً اگر در برنامه شرکت جهش‌هایی را طرح‌ریزی کنیم که نیازمند جذب سرمایه هستند، از این فرصت نیز استفاده خواهیم کرد.

سرمایه اولیه را از کجا به دست آوردید؟

ما برای تأسیس مؤسسه نیاز به سرمایه اولیه داشتیم که البته مبلغ کمی هم نبود؛ اما چون درآمد چندین سال کارمان را برای این امر اختصاص دادیم، توانستیم هزینه‌های اولیه تأسیس را تأمین کنیم. البته بیشترین سرمایه طراح لباس، خلاقیت و پشتکار است و برای شروع، هزینه‌های کمتری نسبت به هزینه راه‌اندازی یک مؤسسه تولید انبوه لباس نیاز است.

چه شد که به فکر راه‌اندازی این کسب‌وکار افتادید؟

طراحی لباس پوشیدنی، در سطح عموم جامعه آنچنان شناخته‌شده نیست و آموزش‌های این حوزه برای طراحی کالکشن و آماده‌سازی طرح‌ها برای پرش و دوخت در فرایند صنعتی، چندان جایگاهی در آموزش‌های مرسوم طراحی لباس ندارد. از سمت دیگر به دلیل فرهنگ خاص کشور ما، ایده گرفتن یا شبیه‌سازی خیلی از لباس‌ها در ایران برای ما کارایی ندارد و طراح لباس موفق در ایران نمی‌تواند به صورت سطحی به ایده‌پردازی یا الگوبرداری از ایده‌ها و تغییرات مد در دنیا اکتفا کند و باید علاوه بر به‌روز بودن، توان تحلیل عمیق اطلاعات دنیا را نیز داشته باشد که در مسیر طراحی لباس، مؤثرتر ظاهر شود.

حجم معاملات بازاری که در آن فعالیت می‌کنید چقدر است؟ برنامه‌ای برای گرفتن سهم بیشتری از بازار دارید؟

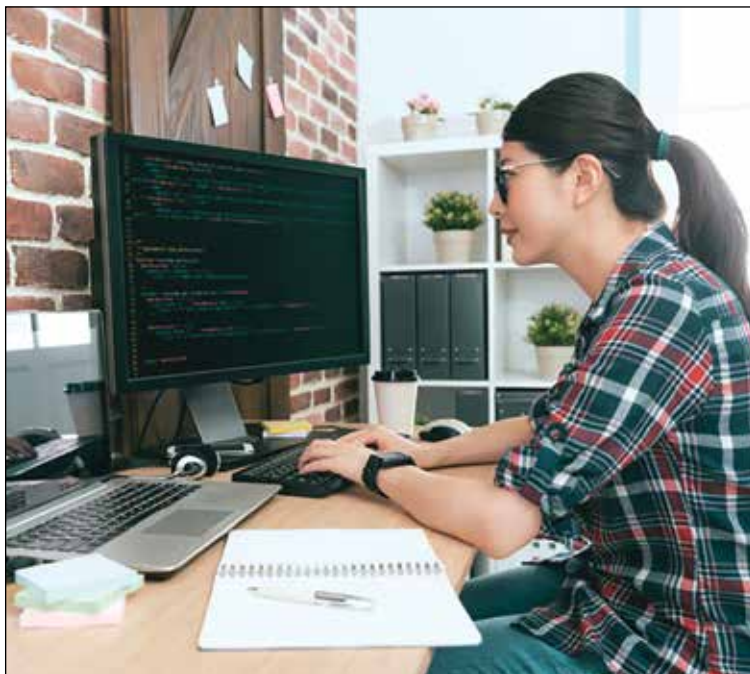
ما برای تأثیرگذاری درست از ابتدا می‌بایست در زمینه‌های مختلفی وارد می‌شدیم تا بتوانیم همه‌نیازهای یک طراح لباس که قرار است در بازار کار تولید پوشاک فعال باشد، تأمین کنیم. به همین دلیل در بخش‌های گسترده‌ای وارد شدیم و همین امر باعث می‌شود نتوانیم میزان درستی را برای وسعت بازار تخمین بزنیم. اما برای حضور در این بازار و پیشرفت باید به همین گستردگی پای بند باشیم و سعی داریم با برنامه‌ریزی بلندمدت در همه این شاخه‌ها، سهم بازار و طبعاً تأثیرگذاری بیشتری داشته باشیم. به طور مثال مادر سال ۱۴۰۰ همکاری خودمان را با دانشگاه آزاد واحد تهران غرب رسمی کردیم تا بتوانیم به تعداد بیشتری از هنرجوها دسترسی داشته باشیم. در فشن اینسایدر در ابتدا ۲۰۰ مخاطب داشتیم و طی پنج ماه به ۱۵۰۰ مخاطب رسیدیم.

چه چشم‌اندازی برای آینده کسب‌وکار خود متصورید؟

ما در نظر داریم که به عنوان یک واحد دانشگاهی فعالیت کنیم و بتوانیم آموزش‌هایمان را به تعداد زیادی هنرجو در



شماره ۵۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم



شکی نیست که حوزه **فین‌تک** یکی از داغ‌ترین مباحث کسب‌وکاری در دنیای امروز به شمار می‌رود. همین کافی است که بگوییم طی سال‌های اخیر روز به روز 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 قابل فهم «**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 چشم اندازمان 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 علاقه مند هستند. «فین‌تک به زبان ساده» دیدگاه‌ها، دانش و دستورالعمل‌هایی را از کارشناسان این صنعت از جمله **استیو اوهانلون و سوزان چیستی** ارائه می‌دهد.



خرده فروش استرالیایی
در تلاش برای کاهش
ضایعات

کولز و حمایت از اقتصاد چرخشی

سوپرمارکت های «کولز» کیسه های پلاستیکی ساخته شده از ۲۰ درصد زباله های دریایی و ۸۰ درصد پلاستیک بازیافتی را در فروشگاه های سراسر کشور عرضه خواهند کرد. کیسه خرید قابل استفاده مجدد دریایی از پلاستیک های بازیابی شده از آبراه های داخلی و اقیانوسی، عمدتاً در مالزی ساخته شده است.

تینوس کیو، مدیر ارشد پایداری، دارایی و صادرات کولز، گفت که کیسه های پلاستیکی جدیدی «عملی و راحت» برای خرید مشتریان ارائه می دهد و در عین حال از اقتصاد دورانی نیز حمایت می کند.

او گفت: «ما مشتریان خود را تشویق می کنیم تا حد امکان از کیسه های خود دوباره استفاده کنند، اما وقتی عمر مفیدشان به پایان رسید، این کیسه ها را می توان از طریق مجموعه های پلاستیکی نرم در هر یک از فروشگاه های ما در محل تحویل ردسایکل بازیافت کرد.»

این خرده فروش ۱۰ درصد از فروش هر کیسه خرید قابل استفاده مجدد دریایی را در حمایت از برنامه پاک سازی خرید بازیافتی استرالیا اهدا خواهد کرد. او همچنین کیسه های مشبک قابل استفاده مجدد را به مشتریان عرضه می کند تا در هنگام خرید میوه و سبزیجات از آنها استفاده کنند. کیسه های توری از ۹۰ درصد مواد بازیافتی ساخته شده اند که به کاهش پلاستیک های یک بار مصرف کمک می کنند.

کیسه های خرید زباله دریایی با قیمت بیست و پنج سنت، برای خرید در همه ایالت ها به جز استرالیای غربی موجود است.



فرد فروشی
RETAIL

شماره ۵۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم



خواربارفروشی دیجیتالی: نبرد بزرگان

روند خواربارفروشی در حال تغییر است و کسب و کارها می کوشند از بازار رقابت جا نمانند

خرداران خواربارفروشی دیجیتالی بیش از نیمی از جمعیت ایالات متحده را تشکیل می دهند. اما تحولات سال ۲۰۲۱ در عرصه خرده فروشی سبب شده خرده فروشان برای واکنش نشان دادن به آن عجله داشته باشند و به سرعت برنامه هایی اجرا کنند که از بازار رقابت جانمانند. «آمازون فرش» در چند سال آینده، ده ها فروشگاه فیزیکی جدید در سراسر کشور افتتاح خواهد کرد. استارت آپ های خواربارفروشی فوق العاده سریع، با سرویس تحویل در کمتر از ۱۵ دقیقه، در حال پشت سر گذاشتن زبان هایی قابل توجه در بازاری رقابتی هستند و جریان های درآمدی جدیدی را بررسی می کنند. بازیگران اصلی مانند اوبر ایتس

و گوپوف در حال گسترش خدمات خود برای تحویل مواد غذایی هستند. چه از طریق خرید اینترنتی و چه از طریق تحویل سریع، خواربارفروشی دیجیتالی - سفارش هایی که از طریق هر کانال آنلاینی انجام می شود؛ از موبایل گرفته تا برنامه ها و دستیارهای صوتی - در مسیر افزایش فروش قرار دارد و در سال های آینده شاهد رشد دورقمی آن خواهیم بود. انتظار می رود بین سال های ۲۰۲۱ تا ۲۰۲۵، این صنعت در ایالات متحده تقریباً دو برابر شده و به رقمی در حدود ۱۲۱ میلیارد دلار برسد.

از آنجا که محرک کلیدی پذیرفته شدن خواربارفروشی دیجیتالی، شیوع سویه اومیکرون و کار از راه دور بود، ممکن

است تغییر شرایط اقتصادی سبب شود پیش بینی ها ناکام بمانند و سهم بازار آن به رقمی که گفته می شود، نرسد. اگر تورم و مشکلات زنجیره تأمین به افزایش قیمت محصولات مواد غذایی بینجامد و این روند ادامه یابد، ممکن است مصرف کنندگان تمایل کمتری به پرداخت هزینه برای خدمات خواربارفروشی دیجیتالی داشته باشند، زیرا هزینه های تحویل نیز به سید خریدشان افزوده می شود. به علاوه ممکن است هزینه های اضافی که پرداخت آنها بر دوش مصرف کننده گذاشته می شود، بیش از گذشته رواج یابد، زیرا کمبود نیروی کار، رانندگان تحویل دهنده و... کسب و کارها را با مشکل مواجه کرده است.

سیلندر در قاهره جذب سرمایه کرد

ایجاد ارزش افزوده در بازار
خودروی دست دوم

مصر با بیش از شش میلیون خودرو در جاده هایش، یکی از بزرگ ترین ناوگان های خودرو آفریقا را در خود جای داده است. بر اساس این یافته، بیشتر خودروها فرسوده هستند. نسبت آنها به وسایل نقلیه جدید ۳ به ۱ است. اما بازار خودروهای دست دوم نه تنها در مصر، بلکه در هر کشوری با جمعیت زیاد در سطح جهان وجود دارد. با دیجیتالی شدن سریع این بازار، چندین استارت آپ ایجاد شده اند؛ مانند کازو در بریتانیا، کارز ۲۴ و اسپینی در هند، اینستا کارودر برزیل و کواک در مکزیک. «سیلندر» مستقر در قاهره یک بازیگر جدید در بازاری است که فروشندگان سازمان یافته و غیرمتشکل حجم فروش غالب را در دست دارند. این کسب و کار که به مشتریان امکان فروش و خرید خودروهای دست دوم را می دهد، در مرحله بذری، مبلغی بالغ بر ۱۲/۶ میلیون دلار جمع آوری کرده است.

شرکت سرمایه گذاری خطرپذیر رایید ونچرز مستقر در عربستان سعودی این دور را در مراحل اولیه رهبری کرد. شرکت های سرمایه گذاری خطرپذیر الجبرا ونچرز، نووا کپیتال، ۱۹۸۴ ونچرز و گلوبال فاندرز کپیتال به همراه چندین سرمایه گذار منطقه ای و جهانی نیز شرکت کردند. عمر ال دیفرو، یکی از بنیان گذاران و مدیرعامل شرکت در مصاحبه ای گفت: «مشکل اصلی که ما در تلاش برای رفع آن در مصر هستیم، بی اعتمادی کامل بین خریداران و فروشندگان خودروهای دست دوم در بازار است. چشم انداز ما به عنوان یک شرکت این است که به سرعت به معتبرترین خرده فروش خودروهای دست دوم در مصر و منطقه تبدیل شویم.» مدل های محبوب خودرو در مصر به طور متوسط حدود ۱۵ هزار دلار قیمت دارند و برای بسیاری از مصری ها که درآمد سالانه کمتر از آن دارند، این مبلغ قابل توجهی



سموسا؛ تجارتی که از یک مغازه کوچک شروع شد

بلندپروازی سمبوسه‌فروشی در بازار خرده‌فروشی

چاشنی‌ها و پیاز تخم‌مرغ‌های اسکاچ باجی را که اکنون بسیار محبوب هستند، توسعه دادیم.»

این کسب‌وکار قصد دارد تا اواخر امسال با افتتاح دومین کارخانه مواد غذایی در مرتب‌تیدفیل، تولید غذاهای آماده و محصولات میان‌وعده خود را گسترش دهد. سایت جدید ۲۵۰۰ فوت مربعی در شهرک صنعتی پنت مستقر خواهد شد و چهار تا شش کارگر جدید استخدام خواهد کرد.

هنگامی که سموسا برای اولین بار راه‌اندازی شد، عمدتاً خدمات پذیرایی ارائه می‌داد و به سهم ناچیزی از بازار خرده‌فروشی بسنده کرده بود. اما هنگام همه‌گیری که بخش بزرگی از مشتریان خود را از دست داد، خانواده مجبور شد تجارت خود را در بازار خرده‌فروشی متمرکز کند.

تی افزود: «ما یکسری محصولات غذایی سرد ارائه دادیم که شامل هفت ظرف غذای گیاهی جدید بود. ما همچنین تخم‌مرغ‌های اسکاچ باجی پیاز خود را برای خرده‌فروشی تغییر دادیم و طیف جدیدی از ترشی‌ها، چاتنی‌ها و سس‌ها را عرضه کردیم.» از آن زمان محصولات سموسا در سوپرمارکت‌های بزرگ عرضه می‌شود و فروشگاه‌های مورسونز در ولز و اوکادو و کستکو در سطح ملی، این مواد غذایی را به فروش می‌رسانند.

این شرکت همچنین ایده‌های بلندپروازانه‌ای برای رشد سبب صادراتی خود دارد؛ اگرچه در حال حاضر ظرفیت صادراتی آن ناچیز است. تی گفت: «صادرات یک چالش بزرگ است. صادرات هر چیزی همیشه به معنی یافتن شریک مناسب در آن بازار است.» اما در داخل ولز، این کسب‌وکار با همکاری بانک توسعه ولز و برنامه شتاب‌دهنده بانک نات‌وست، حمایت و سرمایه‌گذاری دریافت کرده است. این شرکت همچنین توانسته از مزایایی که دولت ولز به کارآفرینان ارائه می‌دهد، استفاده کند؛ به‌ویژه شرکت در رویدادهای تجاری دولت ولز مانند تیست ولز.

یک تجارت سمبوسه در پی سفارش‌های روبه‌رشد در بریتانیا و خارج از این کشور، از طرح‌های خود برای تأسیس کارخانه دوم رونمایی کرده است. «سموسا» مستقر در پونت‌کلان، در سال ۲۰۰۹ توسط یک زن و شوهر، سخی و گلدی ساندو تأسیس شد.

داستان تجارت این زوج به دهه ۱۹۷۰ در کانادا برمی‌گردد؛ زمانی که آنها برای اولین بار فروش سمبوسه به مشتریان را از فروشگاه مواد غذایی خود در تورنتو آغاز کردند. این زوج در دهه ۱۹۸۰ به بریتانیا بازگشتند و مغازه‌های محلی کوچک متعددی را در پایتخت افتتاح کردند.

این کسب‌وکار به قدری موفق بوده که این خانواده بار دیگر به دنبال گسترش آن است. پسر آنها و مدیر عملیات، تی ساندو که اکنون این تجارت را به همراه والدینش اداره می‌کند، گفت: «ما از آشپزخانه مرکزی در پشت مغازه خلیج کاردیف سمبوسه درست می‌کردیم و سپس در تمام مغازه‌هایمان می‌فروختیم. مردم می‌آمدند و برای مهمانی‌ها و مراسم خود به ما سفارش می‌دادند. از آنجا به نوعی جرقه این ایده برای انجام کاری متفاوت زده شد.»

آنها در سال ۲۰۰۹ تصمیم گرفتند سموسا را راه‌اندازی کنند. مغازه‌های خود را در کاردیف فروختند و یک کارخانه در پونتیکلون با ۱۲ پرسنل افتتاح کردند و قبل از گسترش دامنه کارشان به ساخت ترشی‌ها، چاتنی‌ها، سس‌ها و غذاهای آماده، تولید سمبوسه را شروع کردند. امروزه، این تجارت در سراسر ولز و بریتانیا فروش دارد و آنها محصولات خود را به بازارهایی در هلند، اسپانیا، سنگاپور و به‌زودی امارات و بلژیک صادر می‌کنند. پیش‌بینی می‌شود که گردش مالی سالانه آن در پایان امسال بین ۷۰۰ هزار تا ۷۵۰ هزار پوند باشد.

تی گفت: «ما شروع به جذب چند مشتری دیگر کردیم و یکی از اولین مشتریان بزرگ ما کاستل هاول بود. ما سمبوسه منجمد را به آنها عرضه کردیم و سپس از طریق سود حاصل از فروش آن، طیف وسیعی از غذاهای آماده،

خدمات تحویل سرمایه‌گذاری نکرده‌اند، عمل می‌کند. هزینه و تدارکات لست مایل دلیوری، آن را دشوارتر می‌کند، در حالی که فروش در وب‌سایت سودآورتر است و خواربارفروشان قدیمی با فروشگاه‌های بزرگ که می‌خواهند کار خود را در بخش دیجیتال گسترش دهند، حرکت آسان‌تری در پیش دارند.

در رقابت برندها برای دستیابی به سهم بازار بیشتر، وفاداری مشتری به محل اصلی تمرکز کسب‌وکارها تبدیل خواهد شد. در نتیجه غول‌هایی مانند آمازون و المارت در برنامه‌های عضویت خود سرمایه‌گذاری می‌کنند و به مزایای اشتراک و مشوق‌های تخفیف می‌افزایند.

برترین شرکت‌های خرید دیجیتالی مواد غذایی

المارت (شامل سمز کلاب) در سال ۲۰۱۹ از آمازون پیشی گرفت و به عنوان رهبر فروش دیجیتالی خواربارفروشی ایالات متحده، ۲۸/۹ درصد از بازار را در سال گذشته به خود اختصاص داد. علاوه بر اینکه ردپای این خرده‌فروشی عظیم با بیش از ۵۰۰۰ فروشگاه در سراسر کشور دیده می‌شود، آنها برنامه‌هایی برای بازگشایی مراکزی دارند که بتوانند خود را با تغییرات ناگهانی دیجیتالی‌یزه کردن همگام کنند.

آمازون که ۲۳/۸ درصد از سهم بازار را به خود اختصاص داده و در رتبه دوم را دارد، تنها خرده‌فروش بومی دیجیتالی در بین پنج برند پیشرو است. آمازون بیش از ۵۰۰ هول فودز و ۱۸ آمازون فرش، موقعیت مناسبی برای پاسخگویی به تقاضای فزاینده جهت فروش از طریق وب‌سایت ندارد. به همین دلیل است که رشد فروش مواد غذایی این برند تا سال ۲۰۲۳ نسبتاً ثابت باقی خواهد ماند.

کروگر در تجارت الکترونیک خواربارفروشی سوم است و این رتبه تا سال ۲۰۲۳، زمانی که فروش دیجیتالی مواد غذایی کروگر تنها ۵۳/۱۳ درصد از فروش آمازون است، تغییر چندانی نخواهد کرد. کروگر یکی از اولین کسب‌وکارهایی بود که در فضای دیجیتال سرمایه‌گذاری کرد و همین امر به آن مزیت رقابتی بزرگی نسبت به سایر خواربارفروشان قدیمی داد. آنها همچنان به نوآوری از طریق خدمات مبتنی بر هوش مصنوعی ادامه می‌دهند.

تارگت و آلبرتسون که هر دو رشد قابل توجهی را در طول همه‌گیری مشاهده کرده‌اند، تقریباً در جایگاه چهارم قرار دارند. پیش‌بینی می‌شود که هر دو خرده‌فروش که از نظر حضور فیزیکی قوی هستند، رشد سالانه بیشتری نسبت به المارت، آمازون و کروگر در سال ۲۰۲۲ داشته باشند.

اندازه صنعت خواربارفروشی دیجیتال ایالات متحده

خواربارفروشی دیجیتال سریع‌تر از خواربارفروشی به شیوه سنتی رشد می‌کند و در طی زمان درصد بیشتری از سهم فروش کلی بخش خواربارفروشی را می‌گیرد. امسال، فروش دیجیتال ۱۱/۲ درصد از ۱/۳۲ تریلیون دلار فروش خواربارفروشی ایالات متحده را تشکیل می‌دهد؛ سهمی که از دسته‌های خرده‌فروشی رشدیافته دیجیتال عقب‌تر است. با توجه به ضریب نفوذ پایین کاربر در حال حاضر، هنوز فضای قابل توجهی برای رشد وجود دارد.

سال ۲۰۲۰ با افزایش ۴۲/۶ درصدی خریداران نسبت به سال گذشته، برای کسانی که برای اولین بار به صورت آنلاین خواربار می‌خریدند، یک موهبت بود. همه‌گیری این روند را به جریان اصلی تبدیل کرد، به همین دلیل است که رشد آن در سال‌های بعد چندان قابل توجه نبوده و نخواهد بود. رشد سالانه مصرف‌کنندگان خواربار دیجیتال در آینده کاهش می‌یابد و در سال ۲۰۲۲ به ۴/۱ درصد، در سال ۲۰۲۳ به ۲/۸ درصد و در سال ۲۰۲۴ به ۲/۵ درصد می‌رسد.

اکثریت جمعیت خریداران خواربارفروشی آنلاین را نسل هزاره (متولدین ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۶) تشکیل می‌دهند که بر اساس گزارش‌ها، ارزش زیادی برای تحویل در همان روز نسبت به نسل‌های دیگر قائل هستند و به مراتب پذیرای گزینه‌های نوظهور تحویل در خانه و ویژگی‌های خرده‌فروشی جدید هستند. این گروه سنی همچنین احتمالاً در جوامع شهری زندگی می‌کنند که در آن مجموعه‌ای از خدمات تحویل با پیشنهادهای متفاوت برای جلب توجه مشتری به رقابت با یکدیگر می‌پردازند.

روند خرید دیجیتالی مواد غذایی

اکنون که خریداران دیجیتال سهم خود در مصرف‌کنندگان مواد غذایی را افزایش داده‌اند، حتی با افزایش فروش، پذیرش کاهش می‌یابد؛ به این معنی که خریداران خواربار دیجیتال موجود، بازار را با بودجه‌های بزرگ‌تر حمایت می‌کنند. در واقع، در سال ۲۰۲۵، میانگین هزینه سالانه هر خریدار خواربار دیجیتال از ۸۵۶/۴۷ دلار در سال ۲۰۲۱ به ۱۵۲۴/۸۴ دلار افزایش خواهد یافت.

هم خرده‌فروشان و هم شرکت‌های تحویل شخص ثالث تأثیر این روند را احساس می‌کنند و با وجود محدودیت‌های همه‌گیر ملایم‌تر، شاهد تغییر درصد بیشتری از فروش خواربار به صورت آنلاین خواهند بود. فروش اینترنتی یک محرک مهم خواهد بود و به عنوان یک نقطه ورود برای خرده‌فروشان که هنوز در



ترانه احمد دوست
taraneh-ahmaddoust@yahoo.com



شماره ۵۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم



آنها استانداردی کاملاً جدید برای بازار خودروهای دست دوم تعیین می‌کنند.» بنیان‌گذاران گفته‌اند که درآمد حاصل از سرمایه‌گذاری صرف افزایش قابلیت‌های عملیاتی، توسعه زیرساخت‌های فنی، افزایش سرمایه در گردش و ایجاد کانال‌های خرده‌فروشی می‌شود. سیلندر در بیانیه‌ای گفت که به دنبال افزایش دو برابری تیم خود تا پایان سال است.



است. ال دفروی که با امر مازن، «سیلندر» را در نوامبر ۲۰۲۱ تأسیس کرد، اضافه کرد: «تصور کنید امکان تأمین مالی فراهم شده و خودروها برای مردم بسیار مقرون به‌صرفه‌تر شوند. این ارزش اصلی‌ای است که ما می‌خواهیم رویش تمرکز کنیم.»

این استارت‌آپ نوظا قصد دارد از خرده‌فروشی، نمایندگی‌ها و فروش B2B کسب درآمد کند. سیلندر همچنین ممکن است به جریان‌های درآمدی جانبی مانند سود حاصل از تأمین مالی، بیمه، هزینه‌های امداد جاده‌ای و سایر خدمات ارزش افزوده توجه کند. وی خاطرنشان کرد: «ما به دنبال توسعه این کسب‌وکار در حین حرکت هستیم.» عمر الماجدوبی، شریک مدیریت راید ونچرز در بیانیه‌ای گفت: «بازار ثانویه خودرو بسیار پراکنده است و ما همچنان زده هستیم که بخشی از سفر سیلندر باشیم، زیرا



چند نکته درباره فم تریپ تجربه منحصر به فرد ایجاد کنید

به شکل کلاسیک، فم تریپ به معنای میزبانی یک مقصد یا برند گردشگری از رسانه‌ها، آژانس‌های مسافرتی یا تأمین‌کنندگان برای درک یک تجربه است. این می‌تواند چیزی به سادگی یک پیاده‌روی بعد از ظهر باشد یا صرف یک شام از مزرعه به میز یا سفری یک هفته‌ای با پرداخت تمام هزینه‌ها به یک استراحتگاه مجلل در تایلند. ایده این است که پوشش رسانه‌ای این اتفاق، به رزروهای بیشتر منجر می‌شود، زیرا حاضران در فم تریپ، اطلاعات بیشتری در مورد محصولات ارائه می‌دهند که می‌تواند فروش را افزایش دهد.

کیرون ویدنر از فرست نیچر تورز که یکی از شرکای قدیمی گلوبال سشنز است، می‌گوید: «لجستیک و زمان‌بندی عوامل بسیار مهمی در اجرای یک فم تریپ موفق هستند. شرکت ما با سازمان‌های حرفه‌ای متشکل از راهنمایان حرفه‌ای و سرویس‌های حمل‌ونقل لوکس همکاری می‌کند. باید در نظر داشته باشید که کارها اغلب بیش از حد انتظار طول می‌کشند. بنابراین مهم است که مقاصد و جاذبه‌ها را به خوبی بشناسید تا بر اساس آن برنامه‌ریزی کنید. همچنین، برقراری روابط با شرکای کلیدی می‌تواند به میزبانی گروه و ارائه تجربه‌ای که شرکت‌کنندگان واقعاً مجذوب مقصد شوند، کمک کند.»

در سمت رسانه، روزنامه‌نگاران از کمی انعطاف‌پذیری و زمان آزاد که در برنامه‌ها گنجانده شده تا زمان کافی برای کاوش را بر اساس علایق‌شان به آنها بدهد، قدردانی می‌کنند.

راجر رابینز، روزنامه‌نگار به یاد می‌آورد: «یکی از بهترین فم تریپ‌هایی که در آن حضور داشتم، دو برنامه نیم‌روزه متفاوت را ارائه می‌داد که می‌توانستیم از بین آنها انتخاب کنیم. یک برنامه آشپزی بود، دیگری سفر خانوادگی؛ یکی ماجراجویی در فضای باز بود و... همه به گروه‌های مختلفی تقسیم شدند و سبک مورد علاقه خود را تجربه کردند.» او می‌افزاید یک تجربه منحصر به فرد برای او ارزش بیشتری دارد



گزارش



شماره ۵۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم



گزارش جامع گردشگری ایران چرا از رقبای منطقه‌ای جا ماندیم؟

بررسی آینده گردشگری ایران در رقابت با کشورهای منطقه
در گزارشی تحلیلی از سایت فلایتیو که به تازگی تهیه شده است

هتل داریم، اما کیفیت کجای کار است؟

طبق اسناد گزارش عملکرد وزارت گردشگری ایران، در سال ۱۴۰۴، ۱۴۰۰ هتل فعال در کشور وجود داشته که رقم چندان بدی نیست. البته تعداد هتل‌ها بر اساس داده داخلی فلایتیو در فاصله سال ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۱ رشد داشته و تعداد اقامتگاه‌های بوم‌گردی در کشور هم ۲۹۱۹ عدد است. حالا اجازه دهید این رقم را با امارات مقایسه کنیم.

امارات چند سالی است که رشدی آرام را در زمینه هتل‌ها تجربه کرده و بر اساس داده استاتیسیتا در سال ۲۰۲۰ نزدیک به ۱۰۸۹ هتل در امارات فعال بوده است. البته برای رسیدن به مقیاس درست باید تعداد اتاق هر هتل و همچنین سطح خدمات هتل‌ها را بررسی کنیم. اما با یک محاسبه سرانگشتی می‌توان متوجه شد که برندیگ هتل‌ها و امکانات آنها مطمئناً در تعداد گردشگر ورودی تأثیر دارد. چون بر اساس داده خام، امارات توانسته در سال ۲۰۱۹ با یونیت هتل کمتر نسبت به ایران، ۲/۵ برابر گردشگر ورودی بیشتری را جذب کند.

حجم مخارج گردشگران

حالا به قسمتی می‌رسیم که فاکتورهای اصلی آن ارزش پول ملی یک کشور و میزان پیشنهادهایی است که یک کشور به توریست می‌دهد. مخارج یک گردشگر در کشوری تازه، در وهله اول به هزینه اقامت بازمی‌گردد. اقامت در هتل‌ها و اقامتگاه‌های ایرانی ارزان‌تر از دیگر کشورهاست.

فعالیت برای رسیدن به سطح گردشگری کشورهای اروپایی است، اما در مقایسه با منطقه چطور؟ فلایتیو چندین سال است که تمرکز خود را به گردشگری خارجی معطوف کرده، اما گردشگری ورودی هم اهمیت بالایی دارد. این گزارش حاصل مطالعات تیم فلایتیو برای درک بهتر منظره گردشگری ایران است.

گردشگری ورودی و مسئله پایداری

ابتدا به تعداد گردشگر ورودی بپردازیم. نزدیک‌ترین داده قابل بررسی و قابل اعتماد به سال ۲۰۱۹ بازمی‌گردد. از سال ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۱ داده فراوانی در مورد گردشگری ورودی به ایران منتشر شده، اما تأثیر کرونا روی این داده باعث می‌شود نتوانیم به صورت منطقی به این داده تکیه کنیم و باید بررسی را عمیق کنیم. بر اساس داده World Bank در سال ۲۰۱۹ ایران نزدیک به ۹ میلیون گردشگر ورودی داشته، این در حالی است که عربستان سعودی این رقم را به ۲۰ میلیون نفر رساند و امارات هم بیش از ۲۵ میلیون گردشگر ورودی داشت. حتی کویت ۸/۵ میلیون نفر را به عنوان مسافر پذیرفت.

اما مسئله مهم‌تر پایداری گردشگر ورودی است. بعد از انعقاد برجام، گردشگری ایران از ۵ میلیون ورودی به ۹ میلیون ورودی رسید. طبیعتاً این رشد امیدوارکننده است، اما تمامی معادلات با ورود تنها ۱/۵ میلیون گردشگر به ایران در سال ۲۰۲۰ به هم ریخت.

توسعه GDP از طریق گردشگری، یکی از ایده‌های نوین اقتصاد ایران است. مقاله جامع FBI با محوریت وضعیت گردشگری در جهان، این صنعت را در رتبه سوم صنایع بزرگ بر پایه صادرات قرار داد. گردشگری ترکیبی از صنایع مختلف است و تنها در اقامت و حمل‌ونقل خلاصه نمی‌شود. صنایع غذایی، صنایع خدماتی مختلف و حتی بدنه‌های تجاری گوناگون (مثل بازارهای سنتی) همگی از گردشگری بهره می‌برند و گردشگری می‌تواند موتور قابل اتکا و پایدار برای اقتصاد یک کشور باشد.

به عنوان مثال کشور فرانسه سالانه بیش از ۲۰۰ میلیارد دلار از صنعت گردشگری خود درآمد دارد. این را با آمار رسمی بودجه ایران مقایسه کنید. رقم کل بودجه ایران در سال ۱۴۰۱ با رشدی ۸ درصدی نسبت به سال گذشته با نرخ دلار ۳۰ هزار تومانی، تنها ۱۳۱ میلیارد دلار بود. حالا این رقم را تقسیم بر تعداد نفرات کنید. فرانسه ۶۷ میلیون نفر جمعیت دارد و ایران ۸۴ میلیون نفر. صنعت گردشگری به صورت سالانه برای هر فرانسوی ۲۹۸۵ دلار آورده دارد، در حالی که کل بودجه ایران تقسیم به تعداد جمعیت، ۱۴۴۰ دلار است.

این اختلاف فاحش در دسترسی به منابع درآمدی و مالی چیزی است که سطوح مختلف کشورداری را ایجاد می‌کند و رفاه اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و یکی از اصلی‌ترین دلایل مهاجرت گسترده ایرانیان به خارج از کشور است. مطمئناً گردشگری ایران نیازمند سال‌ها



برنامه‌های فلائیو در آستانه جام جهانی قطر

فم‌تریپ؛ مسیر ورود ایران به بازار جهانی توریسم

شناساندن ایران واقعی به دنیا یکی از بهترین راه‌ها فم‌تریپ خواهد بود. در واقع، گردشگری کاری به اشاعه ایده‌های خاص ندارد و بیشتر به دنبال کشف جاذبه‌هاست و اگر گردشگر دیدن مکانی توریستی برایش جذابیت داشته باشد و با سلیقه‌اش جور باشد، سفر می‌کند. سفر از دید فلائیو، یک کشف است. کشف دنیای بیرون و دنیای درون.

با توجه به اینکه جام جهانی قطر در آبان ماه امسال است و تا چند هفته قبل و بعد از آن ادامه پیدا می‌کند، مسافران زیادی وارد منطقه خاورمیانه خواهند شد. فلائیو نیز همگام با برنامه‌های جام جهانی، این ظرفیت را ایجاد کرده تا از طریق فم‌تریپ قبل از اینکه گردشگران وارد منطقه خاورمیانه شوند، ایران را به صورت مقصد هدف گذاری شده به گردشگران دنیا معرفی کند.

در این راستا با شرکت‌ها و اینفلوئنسرهای مختلف همکاری می‌کنیم و هدف این است که این توریست‌ها برای سفر از ظرفیت‌های گردشگری ایران استفاده کنند و این باعث می‌شود ایران نیز از کشورهای دیگر منطقه خاورمیانه عقب نیفتد. چه آنکه برای گردشگر خارجی نیز هزینه سفر به ایران خیلی ارزان‌تر از سفر به کشورهای دیگر است و این پتانسیل بزرگی برای رشد گردشگری کشور ایجاد می‌کند.

از همان سال ۹۸ که همکاری کوچکی با پیج اینستاگرامی Feel iran و یکی از اعضای این تیم به نام هدی رستمی (اینفلوئنسر و جهانگرد) آغاز کردیم، به دلیل اهداف همسویی که فلائیو و گروه feel iran در جهت رونق گردشگری در ایران و افزایش گردشگر با یکدیگر داشتند، امسال نیز همزمان با برنامه‌ریزی برای جام جهانی تصمیم گرفتیم در کنار مجموعه اینستاگرامی feel iran باشیم تا با ایجاد کمپین‌های تبلیغاتی، توریست‌های بیشتری به ایران جذب شوند. در وهله نخست، کسب‌وکارها باید توجه کنند فارغ از هرگونه جهت‌گیری یا مسائل خارج از کسب‌وکار بتوانند تصمیم‌گیری کنند و خود را به سمت رونق یا نوآوری بیشتر هدایت کنند. در همین پروژه در سال ۹۸ نیز دیدیم که فیدبک‌های منفی زیادی به سمت ما آمده بود اما نکته اینجاست که ما به دنبال این هستیم که از راه‌های خلاقانه و متدهایی که الان در دنیا استفاده می‌شود، برای رونق گردشگری استفاده کنیم. کسب‌وکارهای نوآور دیگر نیز باید توجه کنند و ظرفیت‌هایی را که وجود دارد، کشف و بررسی کرده و به کار گیرند.

در پروسه گردشگری، افراد تا موقعی که با مقاصد سفر خود آشنا نباشند، به آن مقصد سفر نمی‌کنند. به عنوان مثال، مقصدی مانند سریلانکا هیچ‌گاه برای گردشگران جذاب نبوده چون شناختی درباره این مقصد نداشتند. اما از موقعی که تعدادی گردشگر اینفلوئنسر به آنجا رفتند و از قطار معروف آن بازدید کردند و عکس‌هایی در فضای مجازی منتشر کردند، این مقصد معروف و باعث رونق آن شد و در نهایت افراد زیادی با این مقصد گردشگری آشنا شدند. در نهایت سریلانکا به عنوان یکی از مقاصد توریستی برای هر فرد که قصد سفر دارد، در نظر گرفته می‌شود. در دنیا کشورهای مختلفی برای تبلیغات گردشگری خود بازاریابی مقصد (destination marketing) انجام می‌دهند. به عنوان مثال، کشور سوئد چند سال قبل، پروژه دولتی callsweden را اجرا کرد. به این صورت که وقتی به شماره تلفنی که از سوی دولت به گردشگران معرفی شده بود زنگ می‌زدی، به یکی از شهروندان سوئدی وصل می‌شدی و می‌توانستی با او گفت‌وگو کنی. نکته اینجاست که با وجود سوشال مدیا و رسانه‌هایی که در دست اینفلوئنسرها و افراد مستقل قرار دارد، این کمپین‌ها از حالت دولتی خارج شده و گردشگران و شرکت‌های گردشگری در رأس انجام چنین کمپین‌هایی قرار دارند.

وجود رسانه‌های غیردولتی مانند اینستاگرام که بیش از دو میلیارد کاربر دارد و هیچ رسانه‌ای در دنیا به این بزرگی نیست و میلیون‌ها نفر می‌توانند با این مقصد فقط با یک پست ساده آشنا شوند، بسیار کمک‌کننده است.

ایران نیز در طول این سال‌ها، از سوی دولت پروژه‌های مختلفی را به صورت سنتی انجام داده و کتابچه‌های معرفی جاذبه‌ها در اختیار توریست‌های خارجی قرار می‌گرفت و توریست‌ها معمولاً با دست داشتن کتابچه‌های گردشگری ایران به جاهای دیدنی می‌رفتند. یکی از این پروژه‌ها باشعار majestic iran (ایران باشکوه) مقداری پیش رفت، اما طبیعی است مانند بسیاری از کارهای دولتی دیگر با شکست مواجه شود. اما سال ۱۳۹۸ یک گروه اینستاگرامی فعال با شعار feel iran از گروهی اینفلوئنسر اینستاگرامی دعوت کرد که به ایران بیایند. این حرکت، بازخورد بسیار خوبی داشت. چون این دعوت از طرف افراد آشنا به مفهوم فم‌تریپ انجام شده بود و این افراد توانستند جاذبه‌های توریستی واقعی ایران را به دنیا بستانانند. هدف این تیم، مخابره یک پیام دولتی به دنیا نبود بلکه شناساندن جاذبه‌های واقعی ایران به تمام جهان بود. این پروژه تا حدی موفق‌تر از پروژه‌های قبلی بود و شرکت فلائیو در این پروژه مشارکت کوچکی داشت. من فکر می‌کنم برای

اصلی‌ترین تغییری که بعد از رونمایی از سند اعمال شد، تغییر برخورد نسبت به شهرهای گردشگری بود. ترکیه به جای اینکه نقاط مختلف شهرها را به فضایی مناسب گردشگر تبدیل کند، کل شهر را بر پایه پذیرا بودن از گردشگر بنا می‌کند. همچنین سرمایه‌گذاری‌ها باید با تحقیقات جامع روی پتانسیل فرهنگی و اجتماعی یک منطقه انجام شود. یک سرمایه‌گذار اگر قصد دارد در استانبول سرمایه‌گذاری کند، می‌تواند با تکیه بر موتیف‌ها و دارایی فرهنگی و اجتماعی این شهر ایده‌های خود را پرورش دهد. هر ساله این برنامه ضمیمه‌هایی دریافت می‌کند. این ضمیمه‌ها عموماً شامل برنامه‌های تشویقی برای سرمایه‌گذاران است. در هر سال شهرهای مناسب سرمایه‌گذاری تغییر می‌کنند و معافیت‌ها و طرح‌های تشویقی باعث شده که سرمایه‌گذاران با همراهی دولت مرکزی سرمایه خود را به نقاط درخواستی منتقل کنند. این روند توسط دولت و NGO های مردم‌محور بررسی می‌شود و نظارت دقیقی روی اجرای Vision 2023 وجود دارد.



اصلی‌ترین اقدام که می‌تواند بین سازمان‌ها مشترک باشد، تمرکز رسانه‌ای بهتر و قوی‌تر از گذشته روی برند ایران است

بازنگری برای آینده

عربستان سعودی برنامه دارد تا پایان سال ۲۰۲۲ بیش از ۷۰ میلیون گردشگر خارجی را جذب کند. بخشی از این رقم از سمت جام جهانی قطر ۲۰۲۲ تأمین خواهد شد. خود کشور قطر برنامه دارد که در همین

سال ۲۰۲۲ بیش از ۱/۵ میلیون گردشگر را پذیرایی کند. ممکن است که ۱/۵ میلیون رقمی کم‌نسبت به ۷۰ میلیون عربستان به نظر برسد، اما میانگین هزینه هر گردشگر در قطر به شدت بالاتر از هر کشور دیگری خواهد بود. اما چه راهکارهایی در حال حاضر وجود دارد؟ مطمئناً کاهش ارزش ریال به رشد گردشگر کمک خواهد کرد. ایران همچنان تا چندین سال آینده، ارزش پولی کمتری نسبت به دیگر کشورهای خاورمیانه خواهد داشت. جام جهانی قطر مطمئناً فرصتی ارزشمند برای جذب گردشگر با میانگین هزینه بالاست. با این حال باید برنامه‌های طولانی مدت تنظیم شود که شامل فعالیت‌های سازمان‌های دولتی و خصوصی باشد. چند پیشنهاد در این خصوص وجود دارد.

تمرکز رسانه‌ای قوی‌تر: اصلی‌ترین اقدام که می‌تواند بین سازمان‌ها و شرکت‌های خصوصی مشترک باشد، تمرکز رسانه‌ای بهتر و قوی‌تر از گذشته روی برند ایران است. در حال حاضر دو پروژه قابل اشاره وجود دارد. اولی پروژه Majestic Iran که برندی برای ایران است. این برند از سوی وزارت گردشگری طراحی شده، اما جزئیات زیادی در مورد آن وجود ندارد و گستره ارتباطی آن خارج از چند خبرنامه داخلی نرفته است. در مقابل پروژه فم‌تریپ و Feeliran که در سال ۱۳۹۸ برگزار شد و فلائیو هم بخشی از این پروژه بود، یک مدل موفق است. این پروژه همچنان هم ادامه دارد و طی مرور زمان، گردشگران بیشتری را به ایران سرازیر خواهد کرد.

بهبود زیرساخت اقامتی و حمل‌ونقل: هتل‌ها باید بهبود پیدا کنند. بازسازی هتل‌های قدیمی و اضافه کردن هتل‌هایی که خدماتی درخورد یک سفر گران‌قیمت دارند، باید در اولویت باشد. فضای اقامتی گران‌قیمت، میانگین درآمد از هر توریست را به مراتب افزایش خواهد داد.

اصلاح قوانین برای بهبود تجربه گردشگر: ایده‌های مختلفی برای اصلاح قوانین در نقاط اصلی کشور یا مناطق آزاد وجود دارد. در حال حاضر مناطق آزاد ایران از آزادی‌های اقتصادی بیشتری بهره می‌برند. این انعطاف قانونی می‌تواند گسترش پیدا کند و فعالیت‌های تفریحی گردشگران را هم در برگیرد.

رقم درستی از درآمد به ازای هر توریست در ایران از سال ۲۰۱۸ به بعد وجود ندارد. پس به عنوان یک نقطه داده صحیح، باید سال ۲۰۱۸ را در نظر بگیریم. در این سال هر توریست به طور متوسط در سفر به ایران ۷۲۰ دلار هزینه کرده، این در حالی است که گردشگران در امارات ۱۴۹۹ دلار خرج کرده‌اند و هزینه یک گردشگر در عربستان، عمان و قطر به ترتیب ۹۶۶ دلار، ۸۸۶ دلار و ۸۳۷۸ دلار بوده است. با اینکه ایران کشور وسیع‌تری است و شهرها و جاذبه‌های بیشتری نسبت به هر کدام از کشورهای دیگر دارد، اما همچنان گردش در ایران (با دلار سال ۲۰۱۸) همچنان ارزان‌تر از کشورهای اصلی منطقه است. احتمال می‌دهیم که در بازه زمانی ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۱ هم همچنان این ارزانی ادامه پیدا کرده و به خاطر ارزش پایین ریال، ایران به عنوان یک کشور ارزان‌قیمت برای سفر شناخته شده باشد.

امارات و قطر با اینکه سطح خاکی کمتری دارند، اما همچنان به ترتیب ۲ و ۱۰ برابر از ایران گران‌تر هستند. قطر به قدری در دو سال اخیر گرانی را تجربه کرده که در سال ۲۰۲۰ درآمد به ازای هر توریست قطر نزدیک به ۲۵ هزار دلار بوده است.

مدل ترکیه

ترکیه در حال حاضر فاصله کمی برای رسیدن به برنامه ۲۰۲۳ خود دارد. طبق این برنامه ترکیه باید تبدیل به پنجمین مقصد محبوب بین گردشگران

در سرتاسر جهان شود. ترکیه در حال حاضر در رتبه ششم قرار دارد. تعداد گردشگران ورودی ترکیه در سال ۲۰۰۴ نزدیک به ۱۸ میلیون نفر بود. این رقم رشد ۱۱۵ درصدی را در یک دهه تجربه کرد و در سال ۲۰۱۴ به ۳۷ میلیون گردشگر در روز رسید. این رقم در سال ۲۰۱۹ به بیش از ۵۱ میلیون گردشگر سالانه بود. در سال ۲۰۱۹ تنها شهر استانبول توانست بیش از ۱۴ میلیون نفر را پذیرا باشد. این رقم از کل گردشگر ورودی ایران در سال ۲۰۱۹، پنج میلیون نفر بیشتر است. اما مدل ترکیه چیست؟ همه چیز به یک سند با عنوان «Vision 2023» بازمی‌گردد. سندی که سال آینده به سرانجام خود می‌رسد و ترکیه احتمالاً بتواند اصلی‌ترین اهداف این سند را به دست آورد. در این سند، تمامی پتانسیل‌های ممکن گردشگری ترکیه بررسی شده است؛ از گردشگری ساحلی گرفته تا حمام‌های گرم و قایق‌سواری روی تنگه بسفر، همه و همه در این سند ذکر شده‌اند. همچنین در این سند دولت مرکزی در تلاش بوده تا نیازمندی‌های گردشگری را کاملاً مشخص کند و با ارائه یک مسیر راه کاملاً مشخص، سرمایه‌گذاری خصوصی را به کانال‌های مورد نیاز کشور منتقل کند. سرفصل‌های کلی این سند شامل تحقیق و توسعه در زمینه گردشگری پایدار، بهبود خدمات‌دهی و رشد کسب‌وکارهای خدماتی، قدرتمندسازی حمل‌ونقل در سرتاسر کشور، آموزش در سطح عمومی و برندینگ و هویت‌سازی برای شهرها، متنوع‌سازی فرم‌ها و فعالیت‌های گردشگری، بازسازی ساختارهای گردشگری فعلی و بهبود وضعیت خدمات مقاصد فعلی می‌شود.

در حقیقت برنامه Vision 2023 بر پایه ایده گردشگری پایدار بنا شده است. طبق این ایده و طبق این برنامه، تمامی سرمایه‌گذاری‌ها باید توانایی بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور ترکیه را داشته باشند. سپس با بهبود این زیرساخت‌ها، هویت شهرهای مختلف ترکیه ایجاد می‌شود و بازاریابی سنگینی روی این هویت‌ها شکل می‌گیرد. یک برنامه که تمام تلاش سازمان‌های دولتی و سرمایه‌گذاران خصوصی را متمرکز می‌کند. این تمرکز از هدررفت سرمایه جلوگیری کرده و باعث شده ترکیه در چندین مرحله ۱۰ ساله به اهداف اصلی خود برسد.



شماره ۵۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم

رمزارز

ضمیمه رایگان
هفته نامه
کارنگ در
حوزه رمزارزها
سال دوم
شماره بیست و یکم
هشتم خرداد
۱۴۰۱
صفحه ۱۶



مدیرعامل بلاکچین دات کام
درباره امروز و فردای رمزارزها
چه نظرو توصیه هایی دارد؟

فعلاً اوضاع همین است!

آموزش را جایگزین ترس کنیم

BITPIN

گفت و گو با **علی جهانی**، هم بنیان گذار بیت پین که
می گوید بخشی از وظیفه آگاه سازی مردم به عهده فعالان
بازار و بخشی دیگر بر عهده رسانه های رسمی است



تا وب ۳ هنوز
راه زیادی مانده
است!

جهان غیر متمرکز بلاکچینی
هزینه و زمان زیادی نیاز دارد

۱۰



متروپل
دنیای دارایی
دیجیتال

راهکارهای مدیریت
ریسک در فضای رمزارزها

۲



پای رمزارز و
ان اف تی به
وصیت نامه ها
باز می شود

۱۰

این رادین آن رادین نیست!

درباره یک شرکت ماینر که به دلیل استفاده از برق
غیر قانونی محکومیت قضایی گرفته است

آنچه صرافی های رمزارز باید بر آن تمرکز کنند



سقوط یک کوین را چماق نکنید!

رئیس صندوق بین المللی پول

نیاز اکوسیستم رمزارزی بیش از مارکتینگ، آموزش است



راهکارهای مدیریت ریسک در فضای رمزارزها

متروپل دنیای دارایی دیجیتال

هفته گذشته فاجعه «متروپل» آبادان ما را داغدار کرد. این حادثه نه فقط برای مردم آبادان، بلکه برای همه ما فاجعه‌ای دردناک بود. درباره ابعاد این مصیبت در رسانه‌های عمومی صحبت کرده‌اند و می‌کنند. درباره موارد غیرقانونی و در نظر نگرفتن ریسک‌ها و بسیاری از موارد دیگر هم حتماً شنیده‌اید و امیدوارم در سریع‌ترین زمان ممکن مقصران واقعی این فاجعه مشخص و تنبیه شوند. هرچند تجربه نشان داده که در این‌گونه موارد در نهایت نه کسی تنبیه می‌شود، نه معلوم می‌شود که چگونه فرد یا گروهی همه مقررات و استانداردها را دور زده‌اند. آن هم در صنعتی که مجهز به انواع روش‌های کنترل کیفیت و انبوهی استاندارد است. تقریباً برای هر چیزی در صنعت ساختمان، استاندارد مشخص وجود دارد. پس چگونه کسی توانسته این چنین جلوی چشم همه در این ابعاد همه استانداردها را زیر پا بگذارد؟

آنچه متروپل بار دیگر برای ما زنده کرد، این بود که در برابر ریسک‌ها رویکرد مناسب را انتخاب نمی‌کنیم. ریسک بخش جدایی‌ناپذیر زندگی است و ما نمی‌توانیم بدون توجه به آن زندگی کنیم. گاهی اوقات تصور می‌کنیم اگر ریسک را نادیده بگیریم، مسئله را حل کرده‌ایم؛ غافل از اینکه مخاطره نتیجه طبیعی فعالیت‌های ماست و ریسک میزان تحقق‌پذیری مخاطره را نشان می‌دهد.

وقتی به همین چند سال اخیر نگاه می‌کنیم، متوجه می‌شویم که حوزه‌های زیادی بوده که در آن موفق به مدیریت ریسک نشده‌ایم؛ به‌عنوان نمونه پاندمی کرونا را ببینید؛ ببینید که چگونه در برابر این پدیده چه بالا و پایین‌هایی تا امروز داشته‌ایم. یا مثلاً حادثه پلاسکو را فراموش نکرده‌ایم که چگونه بی‌توجهی به ریسک در نهایت فاجعه خلق کرد. اگر در صنعتی که تا بن دندان مسلح به انواع استانداردهاست، این‌گونه است، تکلیف در صنعتی مانند دارایی دیجیتال که با انبوهی سؤال بی‌جواب روبه‌روست، چیست؟ در دنیای دارایی دیجیتال اگر به ریسک‌ها بی‌توجه



برای تکمیل زنجیره خدمات رمزارزی اولویت‌ها کدام‌اند؟

آنچه صرافی‌های رمزارز باید بر آن تمرکز کنند

چه بخواهیم، چه نخواهیم صرافی‌های رمزارز امروز مهم‌ترین بخش اکوسیستم دارایی دیجیتال در ایران و جهان هستند. رشد صرافی‌های رمزارز نسبت به دیگر بخش‌های اکوسیستم بیشتر بوده و ما امروز شاهد شکل‌گیری بازیگران بزرگ و شناخته‌شده هم در ایران و هم در جهان هستیم. منتها موفقیت بزرگ مسئولیت بزرگ می‌آورد. در همین زمینه برخی از مواردی را که به نظر می‌رسد صرافی‌های رمزارز باید روی آنها تمرکز کنند، مرور می‌کنیم.



مینا والی
مدیرمسئول
@mina_vali

● **افزایش کیفیت خدمات و تنوع آن:** صرافی‌های رمزارز بازارهای تبادل دارایی‌های دیجیتال هستند. در سال‌های گذشته منشاء بسیاری از تحولات همین صرافی‌های رمزارز بوده‌اند. حالا زمان آن رسیده که پای سازمان‌ها و نهادهای بزرگ هم به این بازی باز شود. نهادهای

سرمایه‌گذاری جزء اولین دسته‌ای هستند که باید وارد بازی شوند. متأسفانه در یک روند اشتباه برخی به دنبال دوگانه‌سازی هستند، در حالی که نهادهای تخصصی و ورودشان به این عرصه در نهایت به افزایش بلوغ اکوسیستم منجر می‌شود. صرافی‌های رمزارز با هوشمندی می‌توانند دروازه ورود سازمان‌ها و نهادهای به عرصه دارایی‌های دیجیتال باشند. تا امروز تمرکز بر مدل‌های کسب‌وکار B2C بوده که باید مدل‌های B2B نیز مورد توجه قرار گیرد. قراردادهای اختیار معامله بیت‌کوین و اتریوم، سرویس‌هایی مانند معاملات مارجین و شبکه‌ای یا گرید، سرویس‌های متعدد سهام‌گذاری، محصولات جدید برای مشتریان خرد مانند کارت‌های اعتباری و پرداخت‌ها و خدمات سازمانی باید بیش از گذشته مورد توجه قرار گیرند.

● **تسلط بر آینده فین‌تک:** به آن دست کسب‌وکارهایی فین‌تک می‌گوییم که با استفاده نوآورانه از فناوری تلاش می‌کنند خدمات مالی را متحول کنند. تمام کسب‌وکارهای فین‌تک در چهارچوب ارزش‌های فیات محدود هستند. کسب‌وکارهای حوزه بلاکچین برای اولین‌بار از این زندان بیرون آمدند و توانستند بدون

محدودیت‌های ارزش‌های فیات فعالیت کنند. هرچند حوزه‌های گوناگون دارایی‌های دیجیتال مقررات‌گذاری نشده و ریسک‌های سیستمی زیادی در این حوزه وجود دارد، اما این حوزه جدید می‌تواند آینده فین‌تک باشد. در شرایطی که برخی از پایان فین‌تک و عده‌ای از فین‌تک ۲۰۰ صحبت می‌کنند، کسب‌وکارهای صرافی رمزارز می‌توانند همان نقشی را بازی کنند که کسب‌وکارهای پرداخت در سال‌های گذشته به عهده گرفتند. کسب‌وکارهای پرداخت در ۱۰ سال قبل کارهای ساده‌ای انجام می‌دادند، ولی امروز به کسب‌وکارهای زیرساختی تبدیل شده‌اند که اپلیکیشن‌های آنها دیگر یک اپلیکیشن پرداخت ساده نیست و به سوپرپراپ تبدیل شده‌اند. سوپرپراپ‌های مالی که همین امروز هم در ایران مواردی را داریم،

اپلیکیشن‌هایی هستند که همه کار می‌کنند و همه نیازهای خدمات مالی را یکجا تأمین می‌کنند. صرافی‌های رمزارز می‌توانند در حوزه‌های دیگر مالی مانند تأمین مالی خرد، اعتبارسنجی، پرداخت، تسهیلات و وثیقه‌گذاری و ده‌ها خدمت مالی دیگر وارد شوند.

● **دیفای، توکن‌های غیرمثلی و وب ۳.۰:** دنیای بلاکچین محدود نیست و هر روز مرزهای آن گسترش می‌یابد. کمتر کسی باور می‌کرد که آن فاتی‌ها یا همان توکن‌های غیرمثلی این چنین در جهان با استقبال مواجه شوند. هرچند مانند بسیاری از هاپی‌ها تب و تاب روز اول به مرور کم می‌شود، اما آن فاتی نشان داد که توان پیوند زدن دنیای بلاکچین با حوزه‌های دیگر را دارد. این فرصتی است که نباید به راحتی از دست داد. متأسفانه برخی افراد معلوم‌الحال چه در ایران و چه در خارج از ایران، پیشگام این عرصه‌ها بودند و ممکن است همین موضوع به مانعی ذهنی برای ورود چابک به این عرصه‌ها تبدیل شود؛ در حالی که دیفای و وب ۳.۰ آینده وب هستند. اگر وب تا پیش از بلاکچین وب محتوا بود، بعد از بلاکچین به وب ارزش تبدیل می‌شود. فرصت محدود است و اتفاقاً صرافی‌های رمزارز می‌توانند بازیگران اصلی این



شماره ۲۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم

راه پرداخت

عصر تراکنش

انتشارات راه پرداخت

کارنگ

رمزارز





نیاز امروز اکوسیستم رمزارزی ایران بیش از مارکتینگ، آموزش است آموزش، آموزش و باز هم آموزش

نشانه‌های رشد و جاافتادگی در زیست بوم کسب و کارهای رمزارزی و بلاکچینی کشور کم کم در حال نمایان شدن است. تلاش بازیگران قدیمی تر و با اصالت تر این فضا به منظور دوری از هیجان و تبلیغات زرد برای آموزش اصولی و بلندمدت کاربران این بازار نشان می‌دهد که آنها به درستی متوجه خطر رؤیافروش‌ها شده‌اند.

آنها که برای فروش پکیج‌ها و حق عضویت‌های تلگرامی خود از هیچ روش و ابزاری رویگردان نیستند و چیزی از محصولات و خدمات و فناوری‌های مرتبط با بلاکچین تبلیغ و ترویج می‌کنند که اساساً ذات این فناوری جایی ندارد. آنها صرفاً به دنبال پر کردن جیب خود و خالی کردن جیب کاربران ایرانی هستند، حتی اگر شده به بهای نابودی کل زیست بوم کارآفرینی مبتنی بر بلاکچین و رمزارز داخل کشور.

تنها حربه کارا برای مقابله با این لشکر مجازی که به پسوند نام اکانت‌ها و صفحات آنها در شبکه‌های اجتماعی ماینر، کوین، توکن و... فراوان چسبیده، تمرکز کسب و کارهای واقعی داخلی بر مقوله آموزش و اطلاع‌رسانی و هشدار درباره حرکت‌ها و پروژه‌های جعلی از یک سو و مهم‌تر از آن رو کردن دست کلاهبرداران و شیادان این فضا از سوی دیگر است.

اگر امروز کسب و کارها و چهره‌های شناخته‌شده صنفی رمزارزی و بلاکچینی به دور از نوسان‌ها و افت و خیزهای بازار برای آموزش کاربران ایرانی قدم‌های محکم و مستمری بردارند، نمی‌توان به فردای این زیست بوم و البته دوام فرصت‌های کارآفرینی آن دل چندان بست؛ چراکه وقتی بازی دست اکانت‌های اینستاگرامی بیفتد، نتیجه آن از قبل روشن است.

مثل متاراد پراز خالی نباشیم!

به اسم عیسی به شکم موسی!

اکوسیستم است و باید آن را همچون سایر بخش‌ها ارزشمند دید. اما چیزی که اینجا محل نقد است، اینکه برخی با سودای سود برگزاری رویداد، موضوعاتی همچون متاورس، رمزارزش و اقتصاد دیجیتال را دستمالی کنند و با پیام‌های اشتباهی، مسیر درست را برای حرکت‌های آینده این صنعت ببندند! اینکه رویدادی در ظاهر برای متاورس و رمزارزش برگزار شود، ولی در باطن ماینرفروشان و سیگنال‌فروشان در آن جولان دهند، عملاً مصداق «به اسم عیسی، به شکم موسی» است! این چیزی است که اکوسیستم رمزارز ایران باید مراقب آن باشد تا سودجویان نتوانند این صنعت تازه‌پا را با اهداف سودجویانه خود، به بیراهه ببرند. هرچند در این رویداد به جز یک برند که از نام‌های نسبتاً شناخته‌شده این صنعت است، برند شناخته‌شده و مطرح دیگری از بازار حضور نداشت و به نظر می‌رسد بازیگران اصلی و قوی این بازار، خودشان خوب می‌دانند که چطور یک رویداد واقعی را از یک رویداد نمایشی تشخیص دهند. شاید انگشت اصلی

نقدم به سمت برندهایی است که هنوز در ابتدای مسیر هستند و قدرت تشخیص درستی را ندارند. راستی، در مسیرهای غیررسمی و درگوشی به شما هم گفته شده بود که CBDC بانک مرکزی قرار است در متاراد رونمایی شود و اگر حضور پیدا نکنید، یکی از بزرگ‌ترین اتفاقات تاریخ رمزارزی ایران را از دست خواهید داد؟ رویداد تمام شد و هیچ‌کسی از تیم برگزارکننده به روی خودش نیاورد! CBDC چه شد! و خب چون به شکل غیررسمی و درگوشی گفته می‌شد، کسی هم مسئولیتش را بر عهده نمی‌گیرد! همان‌طور که قوه قضائیه و مجلس نیز هیچ نامه رسمی در خصوص حمایت رسمی خود از این رویداد ارائه نکردند و حضورشان مزین به کانترهای خالی در غرفه برگزارکننده نمایشگاه بود!

هفته پیش بود که ورود کاسبان برای سوءاستفاده از وضعیت خاکستری صنعت رمزارز را در همین نشریه و در همین صفحه هشدار دادم! حالا در هفته‌ای که گذشت شاهد برگزاری رویداد «متاراد» در سالنی کوچک در مرکز نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران در حاشیه نمایشگاه بزرگ‌تری در صنعت پزشکی بودیم؛ رویدادی که حتی نامش را از متاورس برداشته است و «متاورس»، «رمزارزش» و «اقتصاد دیجیتال» را سرفصل‌های اصلی

برگزاری اولین دوره برگزاری خود می‌دانست. فقط برای اینکه ببینید کاسبان چگونه بدون توجه به مسائل و دغدغه‌های کسب و کارها و اکوسیستم رمزارز ایران، فقط برای پر کردن کیسه‌هایشان این نام را انتخاب کرده‌اند، کافی است جست‌وجو یا پرس‌وجو کنید که رویداد «متاراد» که اولین سرفصلش متاورس بود، دقیقاً چه دستاوردی در حوزه متاورس داشت؟ چند کسب و کار از محصولات و راهکارهای واقعی متاورسی خودشان رونمایی کردند؟ ما به شما پاسخش را می‌دهیم؛

هیچ! در حوزه رمزارزش چطور؟ چه چیزی در حوزه رمزارزش در این رویداد به نمایش گذاشته شد؛ تقریباً هیچ! البته در عوض تادل تان بخواد، ماینرفروش و نصاب ماینر و صداخفه‌کن ماینر و سیگنال فروش در این رویداد حضور داشتند! از بهروز ماینر که شعارش «آموزش صفر تا صد نصب و راه‌اندازی به ما، برداشت درآمد با شما» گرفته تا رادین ماینر که محکومیت قضایی در خصوص استفاده غیرمجاز از برق برای ماینینگ برایش صادر شده است! البته همان‌طور که پیش‌تر هم گفتم و تأکید داشتم و باز هم تأکید می‌کنم، این یادداشت به معنی نادیده گرفتن صنعت ماینینگ یا بازیگران آن، چه در سطح خرد یا کلان نیست و بر هیچ‌کس پوشیده نیست که ماینینگ نیز مانند سایر بخش‌ها، بخشی جدانشدنی از این



رسول قریانی
سردبیر راه پرداخت
@rasoulqoribani



شماره ۲۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم

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



حوزه‌های نوپدید باشند. یا مثلاً حوزه متاورس را نباید نادیده گرفت. این موضوع به معنای تأیید ورود حوزه نیست، بلکه اینها حوزه‌هایی هستند که اگر کسب و کارهای صرافی رمزارز با هوشمندی وارد آن نشوند، به مرور شاهد تغییر اکوسیستم خواهیم بود.

● **توسعه کارآفرینی:** دنیای بلاکچین شاید گزینه مناسبی برای توسعه اشتغال نباشد. منتها باید بدانیم که یکی از مهم‌ترین نقد‌های برخی بر توسعه بلاکچین این است که این حوزه به توسعه کار و کارآفرینی منجر نمی‌شود و ما باید با تغییراتی زمینه تغییر دیدگاه‌ها را فراهم کنیم. در حوزه‌های نوپسندگی و تولید محتوا، توسعه نرم‌افزار، مشاوره بلاکچین، معمار بلاکچین، تحلیلگر، مدیر پروژه و معامله‌گر، موقعیت‌های شغلی گوناگونی وجود دارد. برخی این ایراد را به رمزارزها می‌گیرند که رمزارزها هیچ ارزش افزوده‌ای برای جهان ندارند. همه آن نقد‌هایی که به رمزارزها وارد می‌شود، به باقی حوزه‌های مالی هم وارد است. برخی معتقدند که بلوغ مالی به توسعه یافتگی منجر نمی‌شود و با اندکی سیستم‌های مالی می‌توان پیشرفته‌ترین صنایع را مدیریت کرد. از آن سو باید توجه کرد که دنیای مالی به مثابه زیرساختی برای توسعه سایر حوزه‌هاست. بلاکچین نیز می‌تواند چنین نقشی داشته باشد و برای این موضوع اهمیت ایجاد اشتغال در آن را باید جدی گرفت. آموزش و توسعه مهارت‌های شغلی یکی از مهم‌ترین مأموریت‌های کسب و کارهای صرافی رمزارز است که نباید از آن غافل شد.

● **افزایش مقررات‌گذاری و هزینه‌های تطبیق:** به نظر می‌رسد در سال‌های آتی چه در ایران و چه در جهان شاهد توسعه مقررات‌گذاری در حوزه دارایی‌های دیجیتال باشیم و قاعدتاً صرافی‌های رمزارز نوک پیکان این مقررات‌گذاری‌ها خواهند بود. قاعدتاً توسعه مقررات‌گذاری فعالیت در این حوزه‌ها را سخت‌تر می‌کند، اما همین موضوع کمک می‌کند که اکوسیستم به پایداری نسبی برسد. صرافی‌های رمزارز به مثابه چهارراه‌هایی هستند که همه افراد و کسب و کارهای اکوسیستم در نهایت آنجا به هم می‌رسند و طبیعی است که بخش اعظم مقررات‌گذاری‌های این حوزه متوجه آنها باشد. صرافی‌های رمزارز اگر می‌خواهند در آینده هم بازیگران این عرصه باشند، لازم است که تمرکز بیشتری بر مسائل حقوقی داشته باشند و از طریق تعامل پیوسته، زمینه توسعه مقررات در این حوزه‌ها را فراهم کنند. لازم است که صرافی‌های رمزارز نسخه‌های آماده‌ای برای تنظیم‌گری این فضا داشته باشند؛ چراکه اگر به انتظار بنشینیم تا ببینیم برایمان چه می‌نویسند، مطمئن باشیم که اتفاقات خوبی رخ نمی‌دهد.

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



مدیرعامل بلاکچین دات کام درباره امروز و فردای رمزارزها چه نظری دارد؟

فعلاً اوضاع همین است!

حالا که کمی اوضاع رمزارزها به نسبت نوسان‌های شدید دوسه هفته گذشته عادی تر شده، خیلی‌ها از خود می‌پرسند که اوضاع رمزارزها به کجا خواهد رسید. تحلیل‌های متفاوتی هم در این باره مطرح و زمان‌بندی‌های مختلفی برای ادامه کار بازار پیش‌بینی می‌شود. اما به گفته پیتر اسمیت، مدیرعامل سایت Blockchain.com، بهتر است سرمایه‌گذارانی که در هفته‌های اخیر به دلیل کاهش قیمت‌ها دچار شوک شده‌اند، به این وضعیت عادت کنند؛ چراکه این حکایت همچنان باقی است. در هفته‌های اخیر رمزارزها دچار یک سقوط بی‌سابقه شدند، به گونه‌ای که رمزارز لونا به مرز صفر دلار رسید و سایر رمزارزها مانند بیت‌کوین و اتریوم و همچنین استیبل‌کوین‌هایی مثل TerraUSD کاهش قیمت شدیدی را تجربه کردند. اسمیت در این باره معتقد است که همچنان این روند ادامه دارد و خطر بیشتری در کمین سرمایه‌گذاران است، اما این اتفاق برای اقتصاد غیرمتمرکز مفید خواهد بود.

بازاری که نمیرد قوی‌تر می‌شود
با اتفاقات اخیر بسیاری از مؤسسات سرمایه‌گذاری با سودهایی کلان از میان رفته و سرمایه‌گذاران تازه‌کار با انبوهی از ضرر مواجه می‌شوند. این روند درست همانند سایر حباب‌های دیگر بازار است. به گفته اسمیت این روند، مسیر از پیش تعیین شده رشد و پذیرش رمزارزهاست.

این فرایند در کوتاه‌مدت سبب تخریب بازار و از بین رفتن پیوندهای ضعیف بازار رمزارزها می‌شود، اما در بلندمدت نتیجه عکس از خود نشان می‌دهد و آن را قوی‌تر می‌کند. اسمیت اخیراً در توییتی از این فرایند تحت عنوان تخریب خلاقانه یاد کرد و گفت که شرکت‌ها، پروتکل‌ها و دارایی‌های زیادی وجود دارند که نیاز مبرمی به این فرایند از طریق بازار دارند.

او همچنین اعلام کرد که سقوط اخیر بازار رمزارزها سبب آشکار شدن خطرات این بازار و همچنین تعطیلی شرکت‌های تجاری و صندوق‌هایی می‌شود که مدیریت ریسک درستی نداشته‌اند. اسمیت معتقد است که این فروپاشی در دو، سه سال آینده به یک صنعت قوی‌تر و مفیدتر منجر می‌شود.



بر خلاف آنچه خیلی‌ها فکر می‌کنند داشتن کیف پول سخت‌افزاری به معنای امنیت صد درصد دارایی شما نیست!

امنیت در کیف پول سخت‌افزاری

کیف پولی با صفحه‌نمایش با کیفیت یا مجموعه‌ای بی‌پایان از دارایی‌های دیجیتالی که کیف پول از آن پشتیبانی کند، به شیوه به‌روزرسانی و تدابیر امنیتی‌ای توجه کنید که در این کیف پول گنجانده شده است. برخی بانک‌ها دستگاه‌های فیزیکی‌ای را به کاربران خود ارائه می‌دهند که بین‌کد دیجیتالی شش‌رقمی دارند. کاربر هنگام ورود به حساب خود یا زمان ارسال تراکنش با مبالغ زیاد، باید ارقام این دستگاه را وارد کنند.

با آنکه این دستگاه‌ها جداسازی فیزیکی یا به اصطلاح ایرگپ (Air Gap) شده‌اند، بنابر نظر متخصصان، این شش رقم برای تأمین امنیت دارایی‌ها کافی نیست و اگر این اعداد که به نوعی ارائه‌دهنده امضای دیجیتالی هستند، در محیطی آفلاین (بدون لزوم اتصال به اینترنت) تولید نشوند، موجب به خطر افتادن حساب کاربر می‌شوند. ایرگپ شدن دستگاه موضوعی بسیار مهم است و برخی ارائه‌دهندگان کیف پول‌های سخت‌افزاری ارز دیجیتال از کدهای کیوآر برای انجام تراکنش‌ها استفاده می‌کنند. با این حال، هنگامی که قرار باشد به‌روزرسانی میان‌افزار این دستگاه‌ها از طریق پورت‌های USB یا هر نوع اتصال دیگری انجام شود، از مزایای امنیتی آن کاسته می‌شود. برخی کارشناسان معتقدند کیف پول‌های سخت‌افزاری باید کاملاً ایرگپ ساخته شوند تا بتوانند از دارایی‌های کاربران به خوبی محافظت کنند. پس این به معنی حذف هرگونه اتصال از این کیف پول‌هاست.

در حال حاضر، برخی شرکت‌ها از نوعی فناوری به نام «زیکن دوال» (ZeconDual) استفاده می‌کنند. این فناوری امکان به‌روزرسانی میان‌افزار کیف پول‌های سخت‌افزاری را از طریق کیوآر فراهم می‌کند. با این راهکار، می‌توان تمام اتصالات را با خیالی آسوده از کیف پول‌های سخت‌افزاری حذف کرد. جرائم سایبری به‌طور مداوم در حال افزایش هستند و هیچ نشانه‌ای از کند یا ریشه‌کن شدن آنها وجود ندارد. دستگاه‌ها و داده‌ها فقط در صورتی می‌توانند کاملاً در برابر حملات سایبری مقاوم باشند که تمامی اجزای شبکه و ورودی‌ها ایرگپ شده باشند. هر دستگاهی که اتصالات متعدد داشته باشد و سازندگان آن ادعا کنند که این ابزار در برابر هک و حملات سایبری نفوذناپذیر است، در حقیقت پشت احساس امنیت دروغین پنهان شده‌اند. بارها و بارها ثابت شده دستگاه‌ها یا سیستمی که قابلیت اتصال آنلاین داشته باشد، دیر یا زود هک خواهد شد؛ بنابراین استفاده از کیف پول‌های سخت‌افزاری که به اتصال آنلاین نیاز نداشته باشند، می‌تواند گزینه مناسبی برای استفاده باشند.

یکی از موضوعات مهمی که همیشه درباره نگهداری ارزهای دیجیتال مطرح می‌شود، این است که کیف پول‌های سخت‌افزاری (Hardware Wallet) امن‌ترین نوع کیف پول‌ها هستند. با این حال با پیشرفت روزافزون فناوری، این ابزار کاربردی و مهم نیز از دست‌ها و سارق‌ها در امان نمانده است. با آنکه کیف پول‌های مهم برای دارندگان ارزهای دیجیتال محسوب می‌شود، ویژگی‌ها و ریزه‌کاری‌هایی دارد که باید با آنها آشنا باشیم. به گزارش ارز دیجیتال، لایه‌های امنیتی بیشتر و پشتیبانی از ارزهای دیجیتال مختلف و رمزنگاری قدرتمند از جمله ویژگی‌های مهم کیف پول‌های سخت‌افزاری هستند. این ابزارهای خاص به منظور نگهداری دارایی‌های دیجیتال ساخته شده‌اند تا سرمایه‌کاربران را از دسترس سارق‌ها و هکرها ایمن نگه دارند.

ویژگی‌های متعددی برای این نوع سخت‌افزار بیان شده و بسیاری آن را بهترین گزینه برای نگهداری ارزهای دیجیتال می‌دانند، اما حقیقت این است که ایمنی چنین دستگاه‌هایی بی‌نقص نیست و ممکن است شمارا در مقطعی دچار مشکل کنند. کیف پول‌های سخت‌افزاری اغلب از نظر ظاهری شبیه حافظه USB هستند. در واقع، کیف پول سخت‌افزاری دستگاهی است که با آن می‌توانید دارایی‌های دیجیتال را در ابزاری کوچک ذخیره کنید. یکی از مزایای مهم کیف پول‌های سخت‌افزاری ارائه نوعی از ذخیره‌سازی سرد (Cold Storage) است؛ روشی که برای دور نگه داشتن ارزهای دیجیتال از دسترس هکرها به کار گرفته می‌شود. همان‌طور که در ادامه این مقاله به آن اشاره خواهیم کرد، اعتماد کردن و استفاده از کیف پول سخت‌افزاری الزاماً به معنی تضمین تمام‌وکمال سید دارایی کاربر نخواهد بود. در این نوع از کیف پول‌ها، خطر جدی زمانی کاربر را تهدید می‌کند که نسخه پشتیبانی تهیه نکرده باشد. در چنین شرایطی و با وقوع آسیب یا گم شدن کیف پول، دسترسی کاربر به دارایی‌های دیجیتالش برای همیشه از میان می‌رود.

موضوع مهم دیگر این است که هر فرد باید مطمئن شود کیف پول سخت‌افزاری‌ای که از آن استفاده می‌کند، همواره جدیدترین نسخه میان‌افزار یا سفت‌افزار (Firmware) را دریافت کرده باشد. این به‌روزرسانی‌ها موجب افزودن یک لایه امنیتی بیشتر در کیف پول می‌شوند و ایرادات نرم‌افزاری‌ای را محدودتر می‌کنند که هکرها می‌توانند از آن استفاده کنند. هنگام خرید کیف پول سخت‌افزاری، باید از هیجان‌زدگی پرهیز و پیش از هر کاری ابتدا ویژگی‌های مهم کیف پول را ارزیابی کنید. حتی ممکن است نیاز باشد درباره ویژگی‌های مدنظر خود برای انتخاب کیف پول تجدیدنظر کنید. منظور این است که به جای یافتن



شماره ۲۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم



نسخه نوزدهم کریپتو داشبورد با همکاری کریپتو کالج منتشر شد یک گزارش تحلیلی

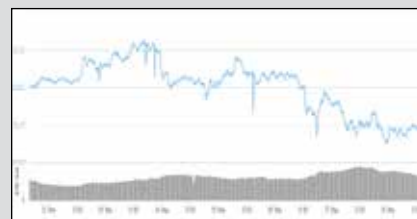
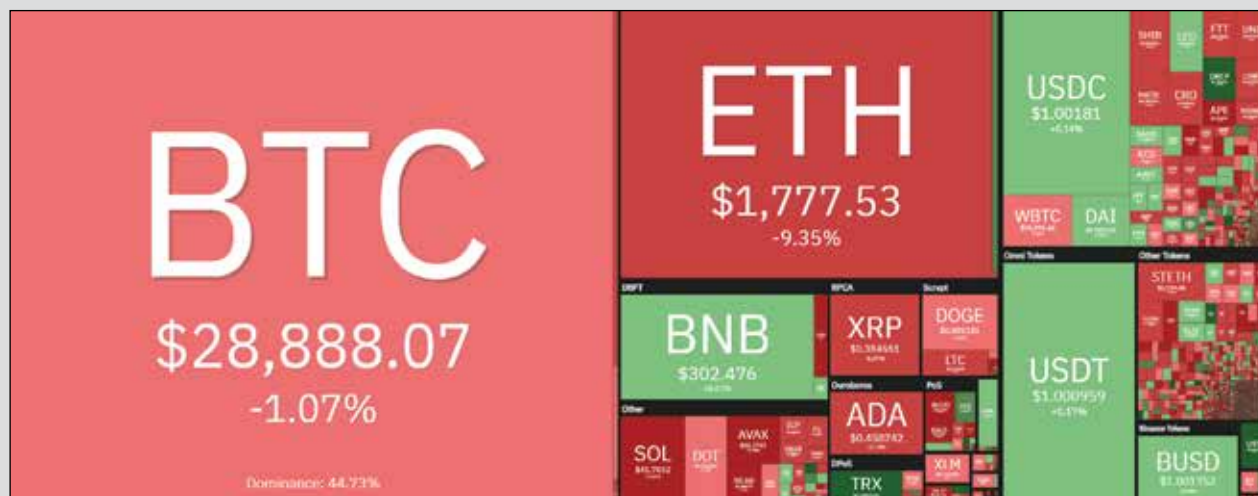
آموزش در حوزه رمزارزها برای یک اکوسیستم تازه‌پا از نان شب هم واجب‌تر است. آن‌هم در فضایی که هرکسی از راه می‌رسد برای این بازار توصیه‌ها و پیش‌بینی‌های متنوع ارائه می‌دهد. نشریه کریپتو داشبورد محصول مشترک دو مجموعه کوین پلاس و کریپتو کالج است. کریپتو داشبورد؛ یک گزارش تحلیلی از بازار رمزارزهاست که هر دو هفته یک بار منتشر می‌شود و محتوای آن شامل بررسی داده‌های آن چین، تحلیل تکنیکال بازار، ارائه واچ‌لیست از ارزهای مستعد رشد، بررسی حوزه‌های به‌روز و فناوری‌های نوین دنیای بلاکچین، مصاحبه با فعالان حوزه و رویدادهای مهم پیش روی رمزارزهاست.

نسخه نوزدهم کریپتو داشبورد به بررسی وضعیت بازار رمزارزها پرداخته و عوامل اقتصادی تأثیرگذار روی بازار کریپتو را بررسی کرده است. این شماره پروژه پولموس را به‌عنوان یکی از پروژه‌های فعال در بازی‌های بلاکچینی معرفی کرده است. در کنار تمامی این مطالب به بررسی شرکت سرمایه‌گذاری خطرپذیر A16Z پرداخته شده و سرمایه‌گذاری شرکت‌های سرمایه‌گذار خطرپذیر، در دو هفته اخیر مورد بررسی قرار گرفته است. در ادامه با دید بلندمدت، به شاخص‌های آن چین و تأثیر اتفاقات اخیر پروژه لونا پرداخته شده است. در کنار تمامی موارد ذکر شده واچ‌لیستی از ارزهای دارای پتانسیل رشد بالا تهیه شده که دارای ستاپ معاملاتی و همراه با استراتژی ورود و خروج به آن ارزشمند است.

در این نسخه همچنین، اخبار برگزیده شبکه‌های اجتماعی مهم گردآوری شده است. در ادامه مطالب این نسخه، طی مصاحبه‌ای، با هادی آجیلی آشنا و از دانش و دیدگاه ایشان بهره‌مند می‌شوید.



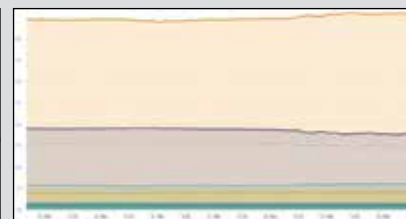
شماره ۲۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم



روند ارزش بازار رمزارزها در هفته گذشته



روند ارزش بازار آلت‌کوین‌ها در هفته گذشته



روند تغییرات سلطه بیت‌کوین در هفته گذشته

پیش‌بینی‌ها کماکان از روند نزولی بازار حکایت دارند...
و این یعنی ضرورت هشدار به کاربران کم‌تجربه

آرامش پیش از توفان؟

اگر بخواهیم سناریوی نزولی را بررسی کنیم، باید بدانیم که یک حمایت قوی در ۲۸/۵۰۰ دلار وجود دارد. حمایت کلیدی بعدی در سطح ۲۸/۰۰۰ دلار است که اگر این حمایت شکسته شود، قیمت قادر خواهد بود تا ۲۷/۵۰۰ دلار کاهش یابد. بسیاری از آلت‌کوین‌های بازار بیش از هشت درصد بهای خود را از دست داده‌اند؛ فقط اولنچ در این میان با ۱۷ درصد کاهش جلب توجه می‌کند. قیمت اولنچ هم‌اکنون در بازار به زیر ۲۳ دلار رسیده است. خلاصه مطلب اینکه به نظر می‌رسد بیت‌کوین زیر ۲۹/۵۰۰ دلار همچنان روندی نزولی در پیش خواهد داشت. حال اگر قیمت از ۲۸/۵۰۰ دلار نیز کمتر شود، باید انتظار کاهش بیشتر قیمت را هم داشته باشیم. به نظر می‌رسد آرامش نسبی هفته گذشته می‌تواند مقدمه‌ای برای یک شوک مجدد باشد.

می‌شود. ایکس‌آرپی (XRP) حتی ممکن است تا سطح ۰/۳۶۵ دلار نیز کاهش یابد. کاردانو با ۹ درصد کاهش، قیمت ۰/۴۵۵ دلار را نیز آزمایش کرد. اندکی بعد از آنکه بیت‌کوین از پس شکست مقاومت ۳۰/۰۰۰ دلاری برنیامد، قیمت آن روندی نزولی در پیش گرفت. این نزول قیمت ادامه یافت تا حمایت ۲۹/۰۰۰ دلاری نیز شکسته شد و حتی قیمت تا ۲۷/۵۰۰ دلار نیز پایین آمد. البته قیمت، با شتاب خوبی، بخشی از این کاهش را جبران کرد. در حال حاضر قیمت با مقاومت ۲۹/۰۰۰ دلاری کلنجار می‌رود تا در صورت شکست آن به سراغ مقاومت ۲۹/۵۰۰ دلاری برود. اگر این مقاومت‌ها شکسته شود، می‌توان انتظار رسیدن بیت‌کوین به سطوح قیمتی بالاتر را داشت.

در هفته گذشته قیمت ۲۹ هزار دلاری بیت‌کوین و بالا و پایین آن در این محدوده نشانه‌های اندکی از ثبات نسبی در رکود را برای بازار رمزارزها داشت. اما در پایان هفته حمایت ۲۸/۵۰۰ دلاری خیلی برای بیت‌کوین باقی نماند. قیمت بیت‌کوین حتی تا ۲۷/۵۰۰ دلار نیز کاهش یافت، ولی با یک موج صعودی کوتاه توانست باز مقداری بالاتر بیاید. در حال حاضر قیمت در محدوده ۲۹/۰۰۰ دلار تثبیت می‌شود تا بدین ترتیب قیمت نسبت به دیروز سه درصد و نسبت به هفته گذشته چهار درصد کاهش پیدا کرده باشد. آلت‌کوین‌های اصلی بازار نیز روندی نزولی داشتند، با این تفاوت که برعکس بیت‌کوین، قیمت آنها همان مقدار هم بازیابی نشد. اتریوم همچنان با ۹ درصد کاهش زیر سطح ۱/۸۰۰ دلار معامله



آنها که لونا دریافت خواهند کرد

ترا ۲٫۰ آمد آیا امیدی هست؟

نسخه دوم شبکه ترا روز گذشته و با اعلام تیم توسعه این ارز دیجیتال، فعالیت خود را به طور رسمی آغاز کرد. همان طور که توسعه دهندگان ترا پیش تر گفته بودند، از توکن های شبکه جدید برای جبران خسارت هولدرهای لونا و «UST» استفاده می شود و دیروز صبح هم اولین مرحله از توزیع لونا های جدید میان هولدرهای خسارت دیده برگزار شد، اما سؤالی که اکنون ذهن هولدرهای لونا و UST را درگیر کرده، این است که هر شخص به طور دقیق باید چه تعداد توکن در جریان این ایردراپ دریافت کرده باشد و چگونه می توان توکن های دریافت شده را مشاهده کرد.

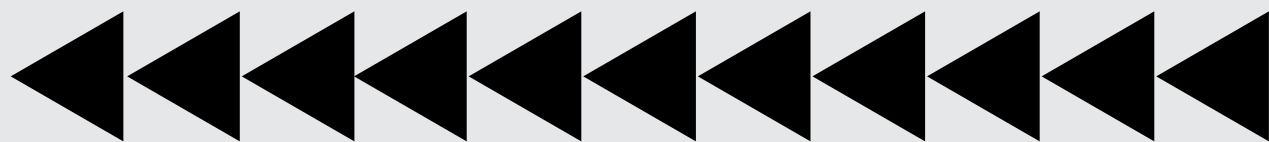


عرضه کل لونا های جدید یک میلیارد توکن بوده و قرار است ۳۰۰ میلیون واحد آن به استخری ویژه برای جامعه لونا اختصاص داده شود. ۳۵۰ میلیون توکن به مرور بین آن دسته از هولدرهای لونا تقسیم خواهد شد که قبل از سقوط قیمت این ارز دیجیتال از این توکن در حساب صرافی یا کیف پول خود نگهداری می کردند و در اسنپ شات روز ۱۷ اردیبهشت نیز هولدر لونا بوده اند. ۱۰۰ میلیون واحد بین کاربرانی توزیع می شود که پس از سقوط قیمت ها اقدام به خرید لونا کرده اند و در اسنپ شات روز پنجم خرداد هولدر این ارز دیجیتال بوده اند.

۱۰۰ میلیون توکن دیگر سهم آن دسته از هولدرهای UST است که پیش از سقوط، از این استیبل کوین در انکور پروتکل نگهداری می کردند و کسانی هم که پس از سقوط اقدام به خرید UST کرده اند، در مجموع ۱۵۰ میلیون توکن از عرضه کل لونا های جدید را در قالب ایردراپ دریافت خواهند کرد. در مورد هولدرهای UST هم ملاک برای شرکت داده شدن در ایردراپ، این است که در تاریخ برگزاری اسنپ شات، از این توکن در حساب خود نگهداری کرده باشند.

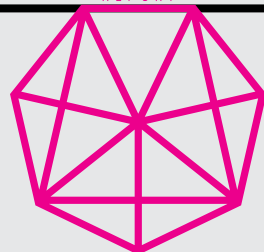
شماره ۲۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم

این رادین



آن رادین نیست!

گزارش
REPORT



درباره یک شرکت ماینر که به دلیل استفاده از برق غیرقانونی محکومیت قضایی گرفته است

هفته گذشته تصویر حکم قضایی ای در شبکه های اجتماعی منتشر شد که نشان می داد یکی از شرکت های فعال در حوزه فروش دستگاه های ماینر اقدام به ماین غیرقانونی با برق صنعتی کرده است. در این حکم آمده است که کیا الکترونیک رادین به دلیل استفاده از برق با تعرفه صنعتی در مصارف غیرمجاز در محل این شرکت اقدام به ماین غیرمجاز کرده است. همچنین در این حکم عنوان شده که این شرکت با تجهیز دستگاه های ماینر مبادرت به استخراج غیرمجاز رمزارز می کند. در این حکم شرکت رادین علاوه بر جزای نقدی به دو سال منع از فعالیت در زمینه تولید، طراحی و مونتاژ دستگاه های استخراج رمزارز و همچنین استخراج رمزارز محکوم شده است. این حکم که در تاریخ ۲۷ اردیبهشت صادر شده، پس از مدت ۲۰ روز قابل اجراست.



میثم سلیمانی
mrs52004@gmail.com

متاراد حضور پیدا کرده، در حالی که عملاً باید فعالیت خود را متوقف کند و رئیس هیئت مدیره این شرکت نیز دبیر سندیکای تولیدکنندگان دستگاه استخراج رمزارز است.

همچنین نمایندگان این شرکت که در غرفه این شرکت در این نمایشگاه حضور داشتند، هرگونه ماینینگ را رد می کنند و خود را تنها ارائه دهنده دستگاه ماینینگ می دانند؛ موضوعی که بر خلاف جریانی است که در حکم آمده است. از طرفی مشابهت نام این شرکت با یکی از شرکت های فناوری اطلاعات با نام رادین باعث اشتباهاتی در برداشت فعالیت این شرکت ها در این خصوص شده است. به خصوص اینکه چندی پیش راه پرداخت طی گزارشی از بهره برداری ماینر بومی شرکت رادین خبر داد.

حالادر واکنش به این تشابه اسمی، میثم رجبی، مدیرعامل شرکت پیشرو فناوری اطلاعات رادین به راه پرداخت گفت: «در چند روز گذشته و در ارتباط با یک حکم قضایی در حوزه استخراج غیرقانونی رمزارز،

تشابه اسمی شرکتی که در این پرونده دخیل بوده، موجب مطرح شدن برخی شائبه ها شده است. از این رو به اطلاع همکاران و فعالان گرامی صنعت آی تی می رساند تخلف صورت گرفته توسط شرکت «کیا الکترونیک رادین» در بهره برداری غیرقانونی برق جهت استخراج رمزارز به هیچ وجه ارتباطی با شرکت «پیشرو فناوری اطلاعات رادین» ندارد.

قابل ذکر است که شرکت «پیشرو فناوری اطلاعات رادین» به عنوان یک شرکت فناور صرفاً در حال تحقیق و توسعه روی سخت افزارهای بلاکچین است و تاکنون فعالیتی تحت عنوان استخراج رمزارز نداشته است. اگر سری به سایت سندیکای تولیدکنندگان دستگاه استخراج رمزارز بزنید، متوجه خواهید شد که مشخص نیست این سندیکای خودخوانده چگونه و با چه فرایندی شروع به فعالیت کرده است. به نظر می رسد بیشتر نقش عاملیت فروش را برای شرکت رادین ایفا می کند. نکته قابل توجه این است که این سندیکا و شرکت رادین در نمایشگاه متاراد حضور دارند و در حال ارائه و بازاریابی محصولات خود در این نمایشگاه هستند که باید در این خصوص پاسخگو باشند.



اولین صرافی رمزارزی قطر
شروع به کار کرد

یک صرافی برای همه خاورمیانه؟!

کوین منا (CoinMENA) صرافی دارایی‌های دیجیتال منطقه‌ای است که در قطر فعالیت خود را آغاز کرده است. از ۱۹ ماه می، شهروندان و ساکنان قطر می‌توانند در این صرافی حساب باز کنند و به تمامی ویژگی‌های این پلتفرم از جمله اتصال والت CoinMENA و حساب بانکی در جهت فعال کردن سپرده‌ها و انجام برداشت‌های ساده، دسترسی پیدا کنند. این کمپانی که مقر اصلی آن در بحرین است، اولین صرافی دارای مجوزی است که معاملات محدود را معرفی کرده است. معاملات محدود این امکان را به کاربران می‌دهد تا قیمت خرید و فروش رمزارزهای خود را تعیین کنند. کاربران کشور قطر همچنین می‌توانند از سایر ویژگی‌های این صرافی مثل برداشت USDT از طریق شبکه TRON به‌منظور هزینه‌های کمتر و دریافت پاداش در ازای معرفی دوستان خود، بهره‌مند شوند.

این صرافی بعد از انتشار عمومی خبر حضور در قطر اعلام کرد: «ما خوشحالییم که اولین صرافی رمزارز در قطر هستیم. این خبر نقطه‌عطفی در برنامه‌های بلندمدت توسعه بازار جغرافیایی ماست. تیم ما تلاش دارد در کشورهای دیگر نیز حضور داشته باشد و خدمات جدیدی را به مخاطبان بیشتری معرفی کند.»

این کمپانی همچنین در تویییت نوشت: «قطر ما اینجایم! کوین منا اولین صرافی دارای مجوزی است که در قطر فعالیت می‌کند. اگر شهروند قطر هستید، همین حالا ثبت‌نام کنید تا سفر خود به دنیای رمزارزها را شروع کنید. لینک مرجع خود را به اشتراک بگذارید و با تأیید حساب دوستان‌تان، جایزه ببرید.» در ماه ژانویه، بانک مرکزی بحرین مجوز این صرافی را تحت عنوان «مجوز شرکت خدمات دارایی‌های دیجیتالی رده ۲» صادر کرد. این صرافی پس از رعایت تمامی الزامات عملیاتی، فنی و امنیتی مشخص، موفق به دریافت این مجوز از بانک مرکزی بحرین شد. CoinMENA یک صرافی منطبق بر شریعت است که توسط دفتر رسمی شرعی، بررسی می‌شود.



شماره ۲۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم

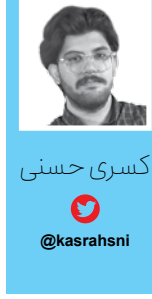


چهره واقعی رمزارزها

مرور تحلیلی همه آنچه در دو ماه گذشته بر سر بازار رمزارزها گذشته است...

هرچ‌ومرج در بازار رمزارزها موضوع چندان جدیدی نیست. در دهه گذشته سقوط ارزش ارزهایی چون بیت‌کوین و اتریوم یکی از ویژگی‌های عادی این بازار بوده، اما سقوط شش ماه گذشته رمزارزها طبق استانداردهای رمزنگاری شده نیز سرسام‌آور است.

از نوامبر سال گذشته چیزی حدود ۱.۵ تریلیون دلار از ارزش رمزارزها از بین رفته است. بیت‌کوین و اتریوم، پیشروان این بازار، هر دو حدود ۶۰ درصد نسبت به بالاترین حد خود کاهش یافته‌اند و از همه مهم‌تر، استیبل کوین Terra و توکن خواهرش، لونا که شش هفته پیش در مجموع حدود ۶۰ میلیارد دلار ارزش داشتند، در عرض چند روز به کلی نابود شدند و اکنون اساساً بی‌ارزش هستند.



کسری حسینی
@kasrahsni

بسیاری معتقدند که دلیل این فروش بزرگ، شامل چندین عامل مهم می‌شود. تورم و نرخ بهره در حال افزایش یکی از این مواردند، گرچه قرار بود رمزارزها در مقابل تورم مقاوم و نسبت به دنیای ارزهای فیات بی‌تفاوت باشند. از دیگر عوامل می‌توان به فروش سهام اشاره کرد. در این رابطه نیز باید بگوییم که یکی از ادعاهای رمزارزها، عدم ارتباط آنها با سایر دارایی‌ها بود. گذشته از همه اینها یک توضیح ساده‌تر برای این وضع وجود دارد؛ ایمان و باور افراد نسبت به رمزارزها متزلزل شده و رمزارزها بیشتر از اصول به ایمان افراد متکی هستند.

رمزارزها و دیگر دارایی‌ها

به هر حال، رمزارزها با دارایی‌هایی مانند زمین کشاورزی، سهام یا حتی املاک متفاوت هستند. اگر قصد خرید یک قطعه زمین کشاورزی دارید، می‌خواهید بدانید چه مقدار پول از محصولاتی که می‌توانید در آن زمین کشت کنید، به دست می‌آورید. اگر قصد خرید یک آپارتمان داشته باشید، می‌خواهید بدانید در ۳۰ سال آینده (یا هر بازه زمانی دیگر) چقدر می‌توانید از مستأجران خود درآمد داشته باشید و اگر در حال خرید سهام در یک شرکت هستید، می‌خواهید بدانید که در آینده چه مقدار پول نقد همراه با ارزش دارایی‌هایی که در حال حاضر در اختیار دارد، خواهید داشت.

محاسبات ارزش ذاتی همیشه تخمینی هستند و همچنین همیشه نادرست هستند؛ زیرا هیچ راهی برای پیش‌بینی کامل آینده وجود ندارد، اما نکته جالب توجه اینجاست که

سه سال پیش معرفی شدند و تا سال ۲۰۲۱، مجموعاً کمتر از یک میلیارد دلار ارزش داشتند، اما ناگهان در عرض یک سال، ۶۰ میلیارد دلار ارزش گذاری شدند. ارزش ترکیبی این ارزها از آگوست ۲۰۲۱ تا مارس سال جاری، بیش از سه برابر رشد کرده است. ترا برای به نمایش درآوردن نام کمپانی خود در استادپوم واشنگتن نشاناز، حدود ۴۰ میلیون دلار هزینه کرد. دلیل رشد لونا استفاده مردم از آن یا پیشرفت کسب‌وکارهای زیربنایی ترا نبود. تنها تغییری که اتفاق افتاد، راه‌اندازی اپلیکیشنی به نام Anchor بود که شروع به ارائه سود ۲۰ درصدی برای سپرده‌ها کرد. این موضوع باعث شد مردم ترا خریداری کرده و سپس آن را سپرده‌گذاری و ۲۰ درصد سود دریافت کنند. این امر بسیاری از سرمایه‌گذاران جدید را جذب کرد. در همین راستا برخی کارشناسان هشدار داده بودند که ترا با خروج سرمایه عظیمی مواجه می‌شود و همین موضوع دلیل سقوط ناگهانی ترا را روشن می‌کند.

مسئله‌ای به نام اعتماد سرمایه‌گذاران

همین سقوط‌های ناگهانی هستند که سرمایه‌گذاری در بازار رمزارزها را به تجربه‌ای وحشتناک تبدیل می‌کنند. در دنیایی که باورها ارزش را تعیین می‌کنند، هرگز نمی‌توانید از سرمایه‌گذاری خود مطمئن شوید. این سقوط ناگهانی حتی در مورد سایر ارزها نیز صادق است. اتریوم در دنیای بلاکچین ارزش استفاده واقعی دارد و بیت‌کوین به‌عنوان طلای رمزارزها، جدای از تراکنش‌های غیرقانونی، اعتبار زیادی نزد سرمایه‌گذاران دارد، اما با همه اینها، دوازدهم مشهور دنیای رمزارزها نیز درگیر این سقوط بی‌سابقه شدند. این موضوع، توصیف کارل مارکس و فریدریش انگلس از تأثیر سرمایه‌داری بر روابط اجتماعی را تجسم می‌بخشد: «هر آنچه جامد است، ذوب و در هوا نیست می‌شود.» پس جای تعجب نیست که دارندگان رمزارز همیشه یکدیگر را تشویق می‌کنند که باور کنند تا اعتماد جمعی خود را حفظ کنند. بنابراین زمانی که ارزش رمزارزها، محصول اراده جمعی سرمایه‌گذاران است، ضروری است سعی کنیم آن را دست‌نخورده نگه داریم. با همه این تفاسیر متوجه می‌شویم که اصلی‌ترین سؤال در اینجا این است که آیا سقوط این بازار سبب از میان رفتن اعتماد و باور سرمایه‌گذاران می‌شود یا خیر؟ باورها به سرعتی که شکل می‌گیرند، از میان می‌روند. در هر حال از بین رفتن ترا و لونا یادآوری قدرتمندی بود که سرمایه‌گذاری در بیشتر رمزارزها معادل باور و پذیرش افراد و باز یگران این عرصه است.

دارایی‌ها ارزشی دارند که از آنچه دیگران برای آنها پرداخت می‌کنند، مستقل هستند. به‌عنوان مثال اگر در حال حاضر مالک تمام ایل بودید، در سال اول حداقل ۱۰۰ میلیارد دلار سود دریافت می‌کردید، اما این تمام ماجرا نیست؛ چراکه اگر روند صعودی خود را حفظ کنید در آینده این رقم افزایش خواهد یافت.

با این حال، ارزش گذاری رمزارزها معمولاً بر اساس یک اصل متفاوت است؛ ارزش ذاتی مهم نیست. ارزش یک دارایی به استفاده آن در دنیای واقعی یا توانایی آن برای تولید وجه نقد در آینده بستگی ندارد. در عوض، ارزش یک دارایی به ارزش آن بستگی دارد. این یک نوع بینش پست‌مدرن است؛ هیچ ارزش «واقعی» وجود ندارد، فقط روایت‌هایی از ارزش وجود دارد

که به‌طور جمعی می‌سازیم و انتخاب می‌کنیم که به آن باور داشته باشیم یا نه. همان‌طور که نیک تومینو، سرمایه‌گذار رمزارزها و ان‌اف‌تی‌ها در پاییز سال گذشته بیان کرد: «اگر گروهی از افراد در اینترنت معتقد باشند چیزی ارزش دارد، ارزش دارد. ما در جهانی هستیم که در آن باور برابر است با ارزش.»

البته بازارهای دیگری نیز وجود دارند که ارزش در آنها به باور بستگی دارد. به‌عنوان مثال می‌توان به طلا، هنرهای متنوع و کلکسیون‌ها اشاره کرد. این نکته حائز اهمیت است که طلا با داشتن سابقه هزاران ساله در میان مردم به‌عنوان پول پذیرفته شده است. آنچه در مورد بازار رمزارزها قابل توجه است این‌که از همین طریق، در کمتر از یک دهه بیش از یک تریلیون دلار ارزش بدون پشتوانه کسب کرده است.

ریسک پروژه‌های پری‌ریسک برای بازار

یکی از واضح‌ترین مثال‌های این موضوع، میم‌کوین مشهور دوج‌کوین است. این میم‌کوین در سال ۲۰۱۳ به‌عنوان یک شوخی ایجاد شد و هیچ ارزشی در دنیای واقعی نداشت. حتی هیچ شخصی برای خرید و فروش به دوج‌کوین نیاز ندارد؛ چراکه این کوین حتی کمیاب هم نیست. استخراج دوج‌کوین (بر خلاف بیت‌کوین که مقدار محدودی از آن در دسترس خواهد بود و با گذشت زمان سخت‌تر استخراج می‌شود)، به معنای واقعی آسان است و تمام ماجرای صعود ارزش آن به تویییت ایلان ماسک و یاد کردن از آن به‌عنوان «رمزارز مردم» مربوط می‌شود.

نمونه دیگر این موضوع ترا و لونا هستند. این ارزها حدود



آموزش را جایگزین ترس کنیم

گفت وگوبا علی جهانی، هم بنیان گذار و مدیر مالی بیت پین که می گوید در مورد رمزارزها فیلترینگ دوگانه است. هم آمریکا ما را فیلتر کرده و هم ما سایت های رمزارزی خارجی را فیلتر کرده ایم و این یک تناقض بزرگ است!

نمی شوند و صرفاً یک تهدید به حساب می آیند.

برای شروع بگوئید که چگونه وارد این اکوسیستم و کسب و کار شدید؟

من به حوزه رمزارزها علاقه زیادی داشتم و قبل از ورود به این کسب و کار، روی این حوزه مطالعه داشتم. موضوع پایان نامه من قیمت بیت کوین بود و تقریباً جزء اولین پایان نامه ها در این حوزه در ایران محسوب می شد. بعد از پایان نامه بیشتر وارد این فضا شدم. قبل تر در فضاهای کلاسیک تر این حوزه یعنی ماینینگ با شرکت های بزرگ فعالیت داشتیم و سپس با آقای مردانی بیشتر وارد فضاهای نوین شدیم و به این فکر افتادیم که کسب و کاری در حوزه ارزهای دیجیتال و بلاکچین داشته باشیم.

اوایل در حوزه آموزش و پژوهش با همکاری آزمایشگاه بلاکچین دانشگاه شریف وارد این حوزه شدیم و بزرگ ترین مدرسه آموزشی و همایش بلاکچین ایران را تحت عنوان

علی جهانی، هم بنیان گذار و مدیر مالی صرافی ارز دیجیتال بیت پین و فارغ التحصیل MBA از دانشگاه صنعتی شریف است. جهانی قبل از ورود به اکوسیستم رمزارز، در شرکت های بزرگ به کار توسعه کسب و کار و ایده های مختلف مشغول بوده است. او به مجموعه های کوچک و بزرگی در جذب سرمایه و تشکیل گروه کمک می کرد، اما کم کم مسیرش به سمت دنیای رمزارزها تغییر جهت داد. در این شماره رمزارز به گفت وگوبا جهانی نشستیم و نظرات او را در مورد اکوسیستم جویا شدیم.

جهانی می گوید ما در ایران در ابتدایی ترین مرحله رمزارزها باقی مانده ایم و تا زمانی که اجزای دیگر این اکوسیستم مورد پذیرش عمومی و قانونی قرار نگیرند و دارایی های دیجیتال به عنوان یک طبقه دارایی مورد قبول واقع نشوند و برای آنها قانون وضع نشود و سیاست گذاری صورت نگیرد، نمی توان این اکوسیستم را فراتر از وضعیت فعلی برد. او می گوید در قوانین کشور، رمزارزها به عنوان دارایی پذیرفته و تعریف



شماره ۲۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم



هدیه اصرافی رمزارز کشور به مخاطبان کارنگ



کارنگ
انتشارات راه پرداخت



«مدرسه تالیستانه بلاکچین ایران» برگزار کردیم، بعدها، به عنوان اولین قدم در حوزه کسب و کار، در حوزه نقد کردن دارایی‌های ثابت شروع به ایده پردازی کردیم. در واقع راه حل جامعی برای توکنیزیشن دارایی‌های ثابت داشتیم و می‌خواستیم با آزمایشگاه بلاکچین دانشگاه شریف، استارت‌آپی در این حوزه راه‌اندازی کنیم. در آن زمان بازیگران اصلی بازار در جایگاه فعلی قرار نداشتند و بازار کوچک و هنوز رونق نگرفته بود. برای همین در آن زمان نمی‌توانستیم در مورد توکنیزیشن فعلیتی کنیم و زمان خوبی برای وارد شدن به بازار توکنیزیشن دارایی‌ها نبود. البته هنوز هم زمان این کار در ایران فرانسیده است. همچنین ورود به فضاهایی مانند پلتفرم‌های تبادل به دلیل فضای خاکستری قانونی، ریسک بالایی داشت.

با گذشت زمان و مشخص نشدن قوانین این حوزه، دیگر نمی‌توانستیم زمان را از دست بدهیم و تصمیم گرفتیم به لایه‌های اساسی‌تر این صنعت وارد شویم. به این نتیجه رسیدیم که حوزه تبادل جایی است که شروع ارزش آفرینی می‌تواند در آن شکل می‌گیرد. برای همین با گروه‌سازی و جذب سرمایه توانستیم در اسفند ۱۳۹۹ پروژه صرافی رمزارزی بیت‌پین راه‌اندازی کنیم.

با توجه به مسیری که در این حوزه طی کرده‌اید و تجربیاتی که به دست آورده‌اید، دیدگاه شما از اکوسیستم رمزارزی ایران چیست؟

نه تنها در ایران، بلکه در تمام جهان اولین و مهم‌ترین کاربرد رمزارزها، بحث سرمایه‌گذاری است. نگاه تمام کسانی که در این فضا فعالیت می‌کنند، بیشتر به سودآوری معطوف است. حتی کسانی که در حوزه ماینینگ فعال هستند، هدف‌شان این است که با صرف انرژی کمتر، سودآوری بیشتری داشته باشند. در نتیجه فعالیت‌ها معطوف به فعالیت‌های مالی و سرمایه‌گذاری است.

ما هنوز پروژه‌های علمی بلاکچینی، یا فعالیت‌هایی از جمله توکنیزیشن یا ثبت داده روی بلاکچین در ایران نداریم. اگر هم

موردی باشند، موفق نیستند. در خارج از کشور هم موردی که از نظر مالی محبوب و مورد توجه باشد، وجود ندارد. در حال حاضر بیشتر همان بحث سرمایه‌گذاری مورد توجه است. در این اکوسیستم چند بخش وجود دارد. یکی بخش تبادل است که سرمایه‌گذاری‌های خرد و تبدلات مالی در آن انجام می‌شود. دیگری بخش ماینینگ است که متشکل از افرادی است که سرمایه‌گذاری‌های بزرگ‌تری انجام می‌دهند. آموزش و مشاوره هم بخش دیگری از این اکوسیستم را تشکیل می‌دهند.

نگاه به این اکوسیستم بیشتر فایده‌گرایانه است و متأسفانه تولید علم در این حوزه وضعیت خوبی ندارد. همان‌طور که شما هم اشاره کردید، دو بخش تبادل و ماینینگ نسبت به سایر بخش‌ها رشد و توسعه بهتری داشته‌اند، اما این اکوسیستم به بازیگران و کسب‌وکارهای دیگری نیز برای بهبود نیاز دارد. به نظر شما چه بازیگران و کسب‌وکارهای دیگری باید رشد کنند یا به این اکوسیستم وارد شوند؟

هسته این اکوسیستم معطوف به توکن‌هایی است که کارایی دارند و ارزش آفرینی می‌کنند؛ بنابراین قبل از راه‌اندازی هر کسب‌وکاری در این اکوسیستم، باید پذیرش و ساختار قانونی درستی وجود داشته باشد. در این صورت افراد می‌توانند با خیال راحت ایده‌های خود را عملیاتی کنند، اما پذیرش و ساختار قانونی در ایران وجود ندارد و افراد می‌ترسند به این فضا وارد شوند و کارهای رایج در دنیا مثل ساخت توکن را انجام دهند. به‌طور کلی ما در ایران در ابتدایی‌ترین مرحله رمزارزها باقی‌مانده‌ایم. اگر دقت کرده باشید، همایش و نشست‌هایی که در این حوزه برگزار می‌شوند، به ابتدایی‌ترین مسائل می‌پردازند. ما در ابتدایی‌ترین گام باقی‌مانده‌ایم و آن هم این است که بتوانیم رمزارزها را به عنوان دارایی بپذیریم. در قوانین کشور، رمزارزها به عنوان دارایی پذیرفته و تعریف نمی‌شوند و صرفاً یک تهدید به حساب می‌آیند.

تا زمانی که چنین نگاهی به رمزارزها و اکوسیستم بلاکچین وجود دارد، عملاً دست‌وپال ایده‌پردازان و کسانی که می‌خواهند در این حوزه فعالیت کنند، بسته است و نمی‌توان فکر را فراتر برد. همین‌که افراد بتوانند با خیال راحت بیت‌کوین بخرند و بفروشند، برای آنها کافی است. این افراد دیگر به فکر طراحی یک سیستم بلاکچینی و داشتن توکن نمی‌افتند. آنها می‌ترسند، چون فکر می‌کنند در قدم اول بر سر راه‌شان مانع ایجاد می‌شود. در نتیجه تمام کسب‌وکارهای بلاکچینی که مبتنی بر علم و فناوری هستند، در قدم اول یعنی تعریف دارایی دیجیتال متوقف می‌شوند. بنابراین تا زمانی که اجزای دیگر این اکوسیستم مورد پذیرش عمومی و قانونی قرار نگیرند و دارایی‌های دیجیتال به عنوان یک طبقه دارایی مورد قبول واقع نشوند و برای آنها قانون و سیاست‌گذاری نشود، نمی‌توان این اکوسیستم را فراتر برد.

در واقع باید نهادی در این کشور وجود داشته باشد که فعالیت‌های ارزهای دیجیتال را تحت نظر قرار دهد و مسئولیتش را بپذیرد. حتی اگر حد و حدود سختی هم بگذارد، حداقل حد و حدودی وجود داشته باشد که بتوان کسب‌وکاری را در آن حیطه تعریف کرد، اما این حد و حدود وجود ندارد و صرفاً ترس وجود دارد؛ ترس از اینکه هر کاری که انجام دهیم، تهدید سیستم مالی تلقی شده و متوقف می‌شود.

از طرفی این یک فناوری جدید است و نگاه حاکمیتی به آن بدبینانه و تهدیدناگوارانه است و از طرفی این فناوری به سرعت در حال پیشرفت و تکامل است و ما به خاطر عدم قانون‌گذاری در حال جاماندن از این فناوری هستیم. برخی می‌گویند ذات این فضا قانون‌پذیر نیست و بهتر است قانون و سیاست‌گذاری صورت نگیرد، اما همان‌طور که شما گفتید تا زمانی که شفافیت و حدودی وجود نداشته باشد، دست‌وپای بسیاری از ایده‌ها و کسب‌وکارها بسته است و ما در مراحل ابتدایی باقی می‌مانیم. در این وضعیت به نظر شما رگولاتوری

چگونه می‌تواند نقش مؤثری ایفا کند و اصلاً کدام نهاد برای رگوله کردن این فضا مناسب‌تر است؟

رگوله‌نکردن یعنی به رسمیت نشناختن. به‌رحال در فضای هر کشوری، اگر چیزی به رسمیت شناخته شود، حد و حدودی برای آن به وجود می‌آید. آن حد و حدود چه آسان باشد، چه سخت، مفید است، چون به موضوع مشروعیت می‌دهد. در قدم اول در کشور ما سیستم مالی باید به سمت پذیرش رمزارزها به عنوان دارایی برود.

اگر به مورد آمریکا نگاه کنیم، اس‌ای‌سی در مورد رمزارزها اظهارنظر و قانون‌گذاری می‌کند. با توجه به اینکه اس‌ای‌سی اوراق بهادار را مدیریت می‌کند، این کار می‌تواند در بورس و اوراق بهادار تهران عملی شود. یعنی سازمان بورس می‌تواند راجع به توکن‌ها و توکنیزیشن اظهارنظر کند. بانک مرکزی هم می‌تواند رمزارزها را به رسمیت بشناسد و کاربردهایی برای آن تعریف کند.

از طرف دیگر، حداقل خودسانسوری نداشته باشیم. ما در بحث رمزارزها تحریم هستیم. سایت‌های رمزارزی خدمتی به ایرانیان ارائه نمی‌دهند. نکته جالب‌تر این است که همان سایت‌ها از طرف ایران هم فیلتر هستند. یعنی نه تنها آنها ما را فیلتر کرده‌اند، بلکه ما هم آنها را فیلتر کرده‌ایم و این درست نیست. امکان ندارد هم آمریکا چیزی را برای ما دوست نداشته باشد و هم خودمان آن چیز را برای خودمان دوست نداشته باشیم. باید این مسئله را بپذیریم و به جای ترساندن به مردم آموزش دهیم و کمک کنیم مردم ما با مردم دنیا همگام شوند.

آموزش در مورد این فضا و بالابردن آگاهی و سواد مردم مسئله مهمی است. به نظر شما نقش کسب‌وکارها و رسانه‌ها در آگاهی‌بخشی به مردم چیست؟

بخشی از وظیفه آگاه‌سازی به عهده فعالان بازار است. به‌عنوان مثال ما در بیت‌پین یک دوره آموزشی جامع با همکاری سایت مکتب‌خونه طراحی کردیم که کل بحث سرمایه‌گذاری ارزهای دیجیتال را توضیح می‌دهیم. یک بخش آکادمی هم در سایت داریم که در آن تمام جزئیات، اخبار بازار و مقالات را بررسی می‌کنیم. اما بخش دیگر بر عهده رسانه‌هاست. همان‌طور که قبلاً مردم بدون آگاهی وارد بورس شدند، الان هم دارند به همان شکل به بازار رمزارزها وارد می‌شوند. مردم در حال حاضر پیرو حرف کسانی هستند که خود را متخصص می‌دانند و در شبکه‌های مجازی صفحات آموزشی دارند، اما رسانه‌های عمومی‌تر و شناخته‌شده‌تر مثل صداوسیما باید در مورد این مسائل اطلاع‌رسانی کنند. مثل قوانین بانکی که همه‌جا از آنها صحبت می‌شود، باید در مورد این فناوری هم صحبت شود تا مردم آن را بهتر بشناسند.

شما به عنوان یکی از فعالان این حوزه و مدیر یکی از صرافی‌های رمزارزی، چه توصیه‌ای برای مردم در این روزهای هیجانی بازار دارید؟

سرمایه‌گذاری، اصولی دارد. وقتی یک نفر می‌خواهد سرمایه‌گذاری کند، باید برای خودش یک نقشه‌راه تصور کند. فرد باید بداند از آن مبلغی که سرمایه‌گذاری می‌کند، چقدر می‌خواهد سود کند و چقدر می‌تواند روی آن ریسک کند. اگر بدون توجه به قیمت و داشتن استراتژی و صرفاً هیجانی وارد بازار شود، کار غلطی است.

در بازار سرمایه‌گذاری، سه نوع سرمایه‌گذاری داریم؛ نوع اول تردید کردن است. یعنی افرادی که تخصص و علاقه دارند دائماً قیمت‌ها را با هم مقایسه می‌کنند، نمودار قیمتی را زیر نظر دارند و این کار را پیوسته ادامه می‌دهند. ولی اکثر مردم این

تخصص و فرصت را ندارند. در نتیجه اگر بخواهند به بازار رمزارزها وارد شوند، دو راه بیشتر ندارند؛ یا باید دید بلندمدتی داشته باشند و در طولانی مدت به دنبال سود باشند، یا اینکه مبلغ کمی را وارد بازار کنند تا در صورت افت بازار، متضرر نشوند. در نتیجه رفتار هیجانی از بین می‌رود.

رفتار هیجانی عموماً به ضرر منجر می‌شود. اکثر افرادی که ضرر می‌کنند، افرادی هستند که هیجانی رفتار می‌کنند. این افراد در قیمت بالا می‌خرند و در قیمت پایین می‌فروشند. تا زمانی که در قیمت پایین نفروشید، ضرر نکرده‌اید. اگر دید بلندمدت داشته باشید دو اتفاق می‌افتد؛ یا بازار رمزارزها در بلندمدت کلاً نزولی است و رو به نابودی می‌رود که احتمالش کم است. یا به‌رحال در بلندمدت رشدهایی اتفاق می‌افتد. در نتیجه

اگر دید بلندمدت داشته باشید و رفتار هیجانی شما کم شود، احتمالاً ضرر چندانی نکنید. رفتار هیجانی باعث می‌شود بدون دانش و تخصص کافی مثل تیردرها رفتار کنید و دائماً در حال خرید و فروش باشید.

چه پروژه‌هایی در این اکوسیستم آینده‌دار هستند؟ در حوزه تبادل در حال حرکت به سمت دکس‌ها یا صرافی‌های غیرمتمرکز هستیم. در آینده نزدیک، دکس‌ها آینده خوبی دارند و احتمالاً با امکانات، اقبال مردمی و سرعت به مراکز بهتری

برای مبادلات تبدیل می‌شوند. رفتن به سمت صرافی‌های غیرمتمرکز امری ناگزیر است. پروژه‌های دیفای و متاورس هم اگر ایده خوبی داشته و با قوانین کشور خود هم‌راستا باشند، می‌توانند ارزش آفرینی کنند. برای مثال پلتفرم‌های وام‌دهی که در حوزه کریپتوکارنسی فعالیت می‌کنند، به‌نوعی خدمات دیفای ارائه می‌دهند و مردم بیش از پیش به این پلتفرم‌ها رجوع می‌کنند. در حوزه ترید هم کارهایی مثل الگوتریدینگ یا استراتژی‌های سرمایه‌گذاری در بازار ارزهای دیجیتال، می‌توانند آینده خوبی داشته باشند.

اما به‌طور کلی پروژه‌های کلان بلاکچینی، مثل اتریوم، سولانا یا فانتوم به گروهی زنده و ماهر نیاز دارند تا بتوانند در سطح بین‌المللی فعالیت کنند. ما هم اگر می‌خواهیم پروژه‌هایی بین‌المللی داشته باشیم و با دیگر پروژه‌های جهانی رقابت کنیم، باید نگاه بلندمدت داشته باشیم و افراد متخصص را به سمت پروژه‌های بین‌المللی سوق دهیم.

برنامه‌های بیت‌پین برای امسال چیست؟ آیا قصد اضافه کردن فیچر و ابزار جدیدی دارید؟

بیت‌پین در یک سال گذشته یکی از بزرگ‌ترین هک‌رشد‌های ایران را داشت. این باعث شد برخی از فرایندهای داخلی و محصولات سریع رشد کنند و بهینه نشوند. در سال جدید، ما در جهت بهینه‌کردن کلیت محصول و فرایندهای بیت‌پین و تمام اقداماتی که برای رساندن خدمت به مشتری نیاز است، قدم برمی‌داریم. می‌خواهیم محصول و فرایندهایمان بی‌نقص باشند. از طرف دیگر قصد داریم بیشتر روی بازار تمرکز و مشتریان بیشتری جذب کنیم. از زمانی که وارد این حوزه شدیم، سردمدار فیچرهای جدید بودیم؛ برای مثال سفارش‌های OCO، ایده‌های جدید، ارائه کیفیت کارت، آکادمی بیت‌پین و بیت‌پین‌لند. نکته این است که در صرافی‌های متمرکز از یک حدی نمی‌توان فراتر رفت و فیچرهای مختلفی ارائه داد. تمرکز ما روی این مسئله است که کاربران و تریدرهای خوب کشور به جای رفتن به سمت صرافی‌های خارجی، بیت‌پین را انتخاب کنند. هدف ایجاد یک فضای سهل است و اگر توسط صرافی‌های دیگر ایرانی هم ایجاد شود، ما خوشحال می‌شویم. جدا از رقابت، هدف صرافی‌های ایرانی مشترک است. هدف ما رجوع کاربران ایرانی به سمت پلتفرم‌های ایرانی است.



در این اکوسیستم چند بخش وجود دارد. یکی بخش تبادل است که سرمایه‌گذاری‌های خرد و تبدلات مالی دیگری بخش ماینینگ، آموزش و مشاوره



چه پروژه‌هایی در این اکوسیستم آینده‌دار هستند؟

در حوزه تبادل در حال حرکت به سمت دکس‌ها یا صرافی‌های غیرمتمرکز هستیم. در آینده نزدیک، دکس‌ها آینده خوبی دارند و احتمالاً با امکانات، اقبال مردمی و سرعت به مراکز بهتری



آموزش در مورد این فضا و بالابردن آگاهی و سواد مردم مسئله مهمی است. به نظر شما نقش کسب‌وکارها و رسانه‌ها در آگاهی‌بخشی به مردم چیست؟

بخشی از وظیفه آگاه‌سازی به عهده فعالان بازار است. به‌عنوان مثال ما در بیت‌پین یک دوره آموزشی جامع با همکاری سایت مکتب‌خونه طراحی کردیم که کل بحث سرمایه‌گذاری ارزهای دیجیتال را توضیح می‌دهیم. یک بخش آکادمی هم در سایت داریم که در آن تمام جزئیات، اخبار بازار و مقالات را بررسی می‌کنیم. اما بخش دیگر بر عهده رسانه‌هاست. همان‌طور که قبلاً مردم بدون آگاهی وارد بورس شدند، الان هم دارند به همان شکل به بازار رمزارزها وارد می‌شوند. مردم در حال حاضر پیرو حرف کسانی هستند که خود را متخصص می‌دانند و در شبکه‌های مجازی صفحات آموزشی دارند، اما رسانه‌های عمومی‌تر و شناخته‌شده‌تر مثل صداوسیما باید در مورد این مسائل اطلاع‌رسانی کنند. مثل قوانین بانکی که همه‌جا از آنها صحبت می‌شود، باید در مورد این فناوری هم صحبت شود تا مردم آن را بهتر بشناسند.



برنامه‌های بیت‌پین برای امسال چیست؟ آیا قصد اضافه کردن فیچر و ابزار جدیدی دارید؟

بیت‌پین در یک سال گذشته یکی از بزرگ‌ترین هک‌رشد‌های ایران را داشت. این باعث شد برخی از فرایندهای داخلی و محصولات سریع رشد کنند و بهینه نشوند. در سال جدید، ما در جهت بهینه‌کردن کلیت محصول و فرایندهای بیت‌پین و تمام اقداماتی که برای رساندن خدمت به مشتری نیاز است، قدم برمی‌داریم. می‌خواهیم محصول و فرایندهایمان بی‌نقص باشند. از طرف دیگر قصد داریم بیشتر روی بازار تمرکز و مشتریان بیشتری جذب کنیم. از زمانی که وارد این حوزه شدیم، سردمدار فیچرهای جدید بودیم؛ برای مثال سفارش‌های OCO، ایده‌های جدید، ارائه کیفیت کارت، آکادمی بیت‌پین و بیت‌پین‌لند. نکته این است که در صرافی‌های متمرکز از یک حدی نمی‌توان فراتر رفت و فیچرهای مختلفی ارائه داد. تمرکز ما روی این مسئله است که کاربران و تریدرهای خوب کشور به جای رفتن به سمت صرافی‌های خارجی، بیت‌پین را انتخاب کنند. هدف ایجاد یک فضای سهل است و اگر توسط صرافی‌های دیگر ایرانی هم ایجاد شود، ما خوشحال می‌شویم. جدا از رقابت، هدف صرافی‌های ایرانی مشترک است. هدف ما رجوع کاربران ایرانی به سمت پلتفرم‌های ایرانی است.



چرا باید به دارایی‌های طبقه کریپتو به عنوان موارد مشروع ارثی نگاه کرد؟

پای رمزارز و ان اف تی به وصیت نامه‌ها باز می‌شود

ارزهای دیجیتال و توکن‌های غیرقابل معاوضه یا همان ان اف تی‌ها هر روز بیش از قبل در حال تبدیل شدن به بخش بزرگ‌تری از دنیای سرمایه‌گذاری هستند؛ بنابراین مهم است که به پذیرفتن این دارایی‌ها به عنوان موارد مشروع در طرح املاک خود شروع کنیم؛ مبادا که در صورت یک واقعه غیرمنتظره وارثان خود را از آنها محروم کنیم. با این حال، رمزارزها و ان اف تی‌ها به واسط ماهیت غیرمتمرکز و شخصی خود در این روند چالش‌هایی را برای ایمن‌سازی، انتقال، محافظت و اهدای ثروت به خانواده ایجاد می‌کنند. حالا استراتژی‌های جدیدی برای رسیدگی به این تقاضای روبه‌رشد در راستای تنظیم مؤثر ثروت خانوادگی از طریق رمزارزها و همچنین برنامه‌ریزی مالیاتی مربوط به این نوع دارایی‌ها در حال شکل‌گیری است.

در حال حاضر رمزارزها و ان اف تی‌های فراوانی در بازار وجود دارد. ارزهایی مانند بیت‌کوین، اتریوم، بایننس‌کوین، تتر و سولانا در کنار هم بخش بزرگی از ارزش تریلیون دلاری بازار رمزارزی را تشکیل می‌دهند. ان اف تی‌ها هم یک دارایی دیجیتال منحصر به فرد، قابل معامله در بلاکچین است؛ مانند هنر دیجیتال، یک عکس یا یک آواتار بازی ویدئویی که فقط از بازار ان اف تی قابل خرید است. به عنوان مثال، می‌توانید زمین مجازی و املاک و مستغلات را در قالب ان اف تی خریداری کنید. در نوامبر ۲۰۲۱، شخصی ۴۵۰ هزار دلار پرداخت کرد تا همسایه «اسنوپ داگ»، رپر آمریکایی در متاورس باشد. فروش ان اف تی‌ها در سال ۲۰۲۱ به بیش از ۱۷ میلیارد دلار رسید که نشان‌دهنده تمایل روزافزون به این مجموعه‌هاست.

با توجه به اینکه تمام این دارایی‌های دیجیتال تنها از طریق یک کلید خصوصی قابل دسترسی هستند، در صورت اتفاقی غیرمنتظره، خانواده یا وارثان باید ابتدا از این کلید خصوصی مطلع باشند. در غیر این صورت راهی برای دسترسی به چنین دارایی‌هایی که می‌توانند از ارزش بسیار بالایی هم برخوردار باشند، وجود ندارد. در حال حاضر تنها دوره برای اطمینان حاصل کردن از این مهم موجود است؛ نخست قرار دادن این کلیدهای خصوصی در اختیار ضامن وصیت و دومی، نگهداری این اطلاعات در میان مدارک شخصی مالی مانند یک والت

سرد یا در اختیار یک وکیل قرار دادن. فضای رمزارزی و به خصوص صرافی‌ها در تلاش‌اند این فرایند را راحت‌تر کنند. شرکت‌هایی هم هستند که خدمات ضمانت وصیت را برای دارایی‌های دیجیتال ارائه می‌دهند. شرکت‌هایی که برخی از آنها به عنوان شرکت‌های رمزارزی بزرگ نیز شناخته شده‌اند. شرکت‌هایی مانند کوین بیس، بلاک‌فای، کاسا، آنکوراژ، جنسیس و آنچین. در نهایت باید اطمینان حاصل کرد که رمزارزها و کلیدهای خصوصی مربوط به ان اف تی‌ها به راحتی در دسترس ضامن یا امانت‌دار قرار داشته باشد. در غیر این صورت هر دارایی موجود در قالب رمزارز و ان اف تی ممکن است برای همیشه از بین برود.

در حال حاضر افتتاح حساب‌های ارز دیجیتال و ان اف تی به‌طور اشتراکی با یک فرد قابل اعتماد چه به صورت قابل فسخ یا غیرقابل فسخ، دشواری‌های خاص خود را دارد. با این حال، والت‌هایی وجود دارند که به شما امکان می‌دهند حسابی به نام یک فرد مورد اعتماد افتتاح کنید، یا می‌توانید سعی کنید چنین فردی را به عنوان ذی‌نفع حساب خود برگزینید. این گزینه تنها در صورتی در دسترس است که شرکتی که حساب شما را مدیریت می‌کند، چنین امکانی را فراهم کرده باشد. با وجود تلاش شرکت‌های رمزارزی، به واسطه برخی فعالیت‌های رگولاتوری در کشورهای گوناگون، پیاده‌سازی چنین سامانه‌ای با دشواری‌های خاصی روبه‌رو بوده و عموم افرادی که تلاش در نام‌گذاری ذی‌نفعان خود در حساب‌های رمزارزی کرده‌اند، ناموفق بوده‌اند. با این حال امیدها برای توسعه سریع این بخش و ایجاد توانایی نام‌بردن ذی‌نفع بسیار بالاست و پیش‌بینی می‌شود که تا میانه سال ۲۰۲۳ زمینه پیاده‌سازی مؤثر آن در اکثر والت‌ها و نیز کشورها میسر شود.

بدون شک بخشی از مسئولیت هم بر عهده افرادی است که با دانش قبلی دست به حفظ سرمایه در چنین بازار غیرمتمرکزی می‌زنند. برای مثال اطمینان حاصل کردن از جزئیات قانونی محلی و کشوری پیرامون انتقال مالکیت دارایی‌های دیجیتال برای هر فرد یک ایده عقلانی و نقطه شروع خوبی است. برنامه‌ریزی ارث و مسائل مالیاتی پیرامون ان اف تی‌ها و رمزارزها پیچیده هستند و همچنان در حال تکامل‌اند. بخشی از این روند هم بر عهده تکامل و بلوغ تدریجی این بازار خواهد بود.



تاوب ۳ هنوز راه زیادی مانده است!

جهان غیرمتمرکزی که بلاکچین و وب ۳ وعده آن را داده‌اند برای تحقق به صرف هزینه و زمان زیادی نیاز دارند

برای عموم مردم ساده است که در چنین شرایطی حامی پیام‌های ضدابشرکتی شوند. ابرشرکت‌هایی که در مجموع تریلیون‌ها دلار ثروت را از طریق فرایندهایی برای خود به ارمغان آورده‌اند که به راحتی از طریق کدنویسی یا قراردادهای هوشمند می‌توان آن را اتوماسیون کرد. چه کسی است که نهایتاً میل به حذف واسطه‌ها و دلال‌ها نداشته باشد؟ فرای بحث‌های اخلاقی و آزادی‌طلبانه، چنین وضعیتی در زندگی عموم مردم، مطلوب‌تر خواهد بود. اما آیا وب ۳ یک خیال‌بافی جاه‌طلبانه نیست؟ هرچه باشد ایلان ماسک در یک نقل قول معروف، وب ۳ را به «مزخرفات» تشبیه کرده و گفته که این مفهوم عملاً وجود ندارد. آیا می‌توان در میان رؤیای سرخوشانه‌ای که بسیاری از وب ۳ ترسیم می‌کنند و پدیده مزخرف ناموجود ایلان ماسک، یک تعریف معدل برای این پدیده یافت؟

روى دیگر وب ۳

بلاکچین، بزرگ‌ترین امید برای یک اینترنت غیرمتمرکز است. در عین حال از زمان ابداع و ادغام‌سازی بلاکچین در فضای وب، نه‌تنها شاهد افزایش غیرمتمرکزسازی نبوده‌ایم،

اگر طی سال‌های اخیر با روند پیشرفت جهان فناوری هماهنگ بوده‌اید، حتماً نام وب ۳ را شنیده‌اید؛ فاز سوم تکامل جهان وب که به‌باور بسیاری از طریق غیرمتمرکزسازی گسترده از طریق فناوری‌هایی مانند بلاکچین زمینه‌ساز یک جهان مالی آنلاین و غیرمتمرکز خواهد شد که در بلندمدت برابری را برای همگان فراهم خواهد کرد. به عبارت دیگر، «وب ۳» یک عبارت کلی است که برای توصیف یک اینترنت بلاکچین محور استفاده می‌شود که در آن برای مثال، اپ‌ها توسط خود کاربران و برای کاربران ساخته می‌شود و قدرت به‌طور برابر میان اعضای جامعه اینترنت تقسیم شده است، اما واقعیت وب طی سال‌های اخیر بسیار متفاوت بوده است. در عین پیشرفت و ادغام‌سازی فناوری‌هایی مانند بلاکچین، همچنین شاهد تثبیت روند مرکزیت یافتن بسیاری از جوانب وب بوده‌ایم.

در تضاد با مفهوم وب ۳، «وب ۲» قرار دارد؛ فضای آنلاینی که در آن ابرشرکت‌هایی چون گوگل، اپل و آمازون انحصارطلبانه قدرت را برای خود فراهم کرده‌اند. فضایی که در آن، این شرکت‌ها در بسیاری از موارد تنها از طریق واسطه‌بودن میلیارد‌ها دلار سود برای خود دست‌وپا می‌کنند.



شماره ۲۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم



آیا آپدیت «لایه ۲» اتریوم قدم بعدی در تکامل کریپتو است؟

خیزش اتریوم

حالا اگر اتریوم بتواند بلاکچین خود را که از همین حالا به اعطاف وسیع خود معروف است، بیش از پیش بهینه‌سازی کند، شکی نیست که توانایی آن برای تصاحب بخش‌های بیشتری از بازار نیز به طرز قابل توجهی افزایش پیدا خواهد کرد. تا حدی که برخی از همین حالا معتقدند به کارگیری بلاکچین لایه ۲ توسط اتریوم زمینه‌ساز سبقت گرفتن این رمزارز از بیت‌کوین خواهد شد.

لازم به ذکر است که برخی از نودهای بلاکچین اتریوم از همین حالا از سیستم لایه ۲ بهره می‌برند. برای مثال، آربیتروم بزرگ‌ترین نود لایه ۲ روی بلاکچین اتریوم است که ارزشی بیش از ۴٫۵ میلیارد دلار دارد. پیش‌بینی می‌شود که در صورت فشار این نودهای به‌خصوص به باقی بخش‌ها برای استفاده از سیستم لایه ۲، شاهد انفجار محبوبیت اتریوم به‌عنوان یک بلاکچین باشیم. در عین حال بسیاری از اپ‌های غیرمتمرکز جدید که در حال تولید و ارائه بر بستر بلاکچین اتریوم هستند، از همین حالا از سیستم لایه ۲ بهره می‌برند. با هر بخش از بلاکچین اتریوم که به این الگوریتم می‌پیوندند، شاهد افزایش بازدهی کلی اتریوم خواهیم بود. تعدادی از سرشناس‌ترین برنامه‌هایی که روی بلاکچین اتریوم قرار دارند و از لایه ۲ بهره می‌برند، شامل دکس، سوشی سواپ، آربیتروم و سینستیکس هستند.

بسیاری معتقدند ایردراپ پیش روی Optimism روی شبکه اتریوم که توسط سیستم لایه ۲ پردازش شده، می‌تواند نقطه شروع ادغام‌سازی وسیع لایه ۲ بر سراسر بلاکچین اتریوم باشد. در نهایت، به کارگیری گسترده لایه ۲ بر بستر بلاکچین اتریوم به‌طور غیرمستقیم به بخش‌هایی از آن که هنوز از لایه ۱ استفاده می‌کنند هم سودرسان خواهد بود و بیش از پیش جایگاه اتریوم را به‌عنوان بلاکچین شماره ۱ قراردادهای هوشمند تثبیت خواهد کرد.

به‌تازگی در مورد کریپتو وب‌سایت ردیت شاهد یک پست ناشناس بودیم که در آن با استفاده از تحقیقات داده‌محور گسترده به ظرفیت فزاینده آپدیت لایه ۲ اتریوم اشاره شده بود؛ آپدیتهایی که هدف اصلی آن ادغام‌سازی گروهی از ابزارهای جدید در بلاکچین اتریوم برای بهینه‌کردن هرچه بیشتر عملکرد آن است. این کاربر ناشناس پارایک قدم فراتر گذاشته و مدعی شده که نه تنها آپدیت‌های لایه ۲ از این دست اتریوم را متحول خواهند کرد، بلکه کریپتو برای بقا به چنین بهینه‌سازی‌هایی در سطح گسترده‌تر و روی بلاکچین‌های مختلف نیاز دارد.

در ابتدای پست این کاربر ادعا می‌شود که رمزارزها در حال یک تغییر بنیادی هستند. دلیل او برای این حرف استفاده بیشتر و بیشتر از بلاکچین‌های لایه ۲ و از دور خارج شدن بلاکچین‌های لایه ۱ است. به گفته او این بلاکچین‌های لایه ۲ بیش از پیش بر بی‌طرفی سامانه خود، سرعت انتقال، غیرمتمرکز بودن و امنیت تأکید خواهند داشت. او می‌گوید: «لایه ۲ بلاکچین‌ها از همین حالا در حال به کار گرفته شدن است. در پشت صحنه بازار رمزارزها و در میان توسعه‌دهندگان همه می‌دانند که بلاکچین لایه ۱ به‌طور کلی از دور خارج خواهد شد. این خبر فوق‌العاده‌ای است.»

یکی از برتری‌های بلاکچین لایه ۲ نسبت به نسل قدیمی‌تر، توانایی پردازش چندین تراکنش موجود روی یک بلوک به‌طور بسته‌ای و ادغام‌شده است. برای اینکه اهمیت این موضوع را به خوبی درک کنیم، بیایید به مقایسه پردازش سولانا و اتریوم بپردازیم. سولانا که یک بلاکچین لایه ۱ محسوب می‌شود، به مبلغ بسیار پایین تراکنش‌های خود شهره است. هر تراکنش سولانا به‌طور متوسط ۰٫۰۰۲۵ دلار هزینه دارد. این مبلغ برای هر تراکنش اتریوم بیش از ۱٫۳۰ سنت است. با این وجود حجم بلوک‌های اتریوم که ارزشی بالغ بر ۷۵ میلیارد دلار را در خود گنجانده، ۱۰ برابر پنج میلیارد دلاری سولانا است.

رمزارزهای جدید در بدو ساخت آنهاست. برای مثال رمزارزهایی مانند بی‌ان‌بی، سولانا و آواکس بیش از ۴۰ درصد کل موجودی خود را در گرو بنیان‌گذاران می‌بینند؛ درصد مالکیتی که نه به‌مرور، بلکه به یکباره در ابتدای ساخت رمزارز به آنها اختصاص یافته و تا حد زیادی ماهیت غیرمتمرکز این رمزارزها را تضعیف می‌کند. در نهایت نمی‌توان بدون نام بردن از شرکت‌های سرمایه‌گذاری درباره مشکلات وب ۳ صحبت کرد؛ شرکت‌هایی که با سرمایه‌گذاری‌های به‌شدت متورم در فضای استارت‌آپی و جوان کسب‌وکارهای رمزارز به‌دنبال تأمین انحصار خود در آینده این بازار هستند. ابرشرکت‌های سرمایه‌گذاری مانند پنتر و A16Z از همین حالا درصد بالایی از بازار استارت‌آپ‌های رمزارزی را در گرو سرمایه‌گذاری خود می‌بینند. ردپای سرمایه این شرکت‌ها تقریباً در تمامی شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های قابل توجه رمزارزی سیلیکون‌ولی به خوبی مشهود است. تمرکز درصد بالایی از سهم‌های انحصاری در دست این شرکت‌ها به این معنی است که از همین حالا توان رأی این سرمایه‌گذاران در چنین شرکت‌هایی، نسبتاً مطلق است و عموم تصمیمات آینده شرکت‌های رمزارزی بر اساس اولویت‌های این سرمایه‌گذاران اتخاذ خواهد شد.

امکان سنجی موفقیت وب ۳

در وضعیت فعلی، وب ۳، بر خلاف رسالت خود، موجودیتی وابسته به واسطه دارد. عموم سامانه‌های غیرمتمرکز مانند دی‌آپ‌ها، خود وابسته به ساختارهای متمرکز هستند. برای مثال عموم این‌آپ‌ها خود از طریق شرکت‌هایی مانند اینفورا و کوئیک‌نود کار می‌کنند؛ شرکت‌هایی که سامانه‌های غیرمتمرکز را از طریق سامانه‌های متمرکز خود به تولیدکنندگان دی‌آپ‌ها می‌فروشند.

در چنین وضعیتی، تولیدکنندگان نمی‌توانند و شاید نمی‌خواهند که سرورهای خود را داشته باشند. عموم افراد نمی‌خواهند به این موضوع اقرار کنند، اما روند پیاده‌سازی غیرمتمرکزسازی بسیار گران‌وزمان بر است و عموم شرکت‌ها ترجیح می‌دهند با تشکیلات متمرکز کنار بیایند. عموم برنامه‌نویسان نمی‌خواهند صدها هزار خط کد را برای هر اپ جدیدی که تولید می‌شود، بازنویسی کنند تا به یک بازار غیرمتمرکز اثبات‌نشده ملحق شوند. دور از ذهن نیست که بگوییم نیاز اساسی برای خدمات و سامانه‌های متمرکز در فضای آنلاین به این زودی‌ها از بین نخواهد رفت.

با وجود همه اینها، نمی‌توان منکر وجود فناوری‌های فوق‌پیشرفته در دایره‌های فکری وب ۳ شد. برای مثال داتوها پتانسیل ایجاد یک انقلاب همه‌جانبه را در جامعه و تشکیل یک اقتصاد نوین از طریق حاکمیت مشترک را دارند. فناوری ان‌اف‌تی مجموعه بسیار متنوعی از امکانات از جمله اشتراک درآمد، وثیقه‌سازی و غیره را ارائه می‌دهد. دیفای به سرمایه‌گذاران کوچک امکان دسترسی به شکل‌های نوینی از دارایی و سرمایه‌گذاری را می‌دهد. در عین حال کاهش هزینه‌ها و افزایش درآمد سالانه و حفظ سرمایه همگی از امکاناتی هستند که وب ۳ می‌تواند برای درصد بسیار بالایی از مردم ایجاد کند.

زمان زیادی در پیش است

در نهایت می‌توان گفت در جهان بر پایه هیجانی زندگی می‌کنیم که عموم مردم در فضای مجازی به‌سرعت دست به بزرگ‌کردن توانایی یک فناوری به‌خصوص می‌زنند و توقعات غیرواقعی گرایانه ایجاد می‌کنند. در بسیاری موارد تغییراتی که مردم از وب ۳ در یک سال انتظار دارند، به یک یا دو دهه تکامل و ادغام‌سازی مؤثر و همچنین بلوغ بازار نیاز دارد. پس توصیه می‌شود قبل از ملحق شدن به هر روند جودهنده‌ای، نگاهی به روندهای مالی جاری بیندازیم تا درک بهتری از حقیقت فعلی فناوری‌های نو مانند وب ۳ و بلاکچین داشته باشیم. این امر همچنین کمک می‌کند تا بهتر بتوانیم روند رشد و ظرفیت این فناوری‌ها را در آینده ببینیم و جایگاه قابل تأملی برای خودمان در آنها قائل شویم.



بلکه روندها کاملاً در جهت مخالف در حال حرکت هستند. برای مثال، روی بلاکچین اتریوم، ۹ درصد بالایی والت‌ها بیش از ۸۰ درصد از کل بازار را در اختیار دارند. اگر بخواهیم این آمار را با آمار مشابه در سیستم‌های مالی سنتی مقایسه کنیم، می‌بینیم که تقسیم‌قدرت یا همان سرمایه‌در سیستم مالی سنتی در عین ناباوری از بلاکچین برابری بیشتری ایجاد می‌کند. بر اساس آمار منتشره از سوی استاتیستا، ۹ درصد بالایی هرم ثروت در ایالات متحده، در مقایسه با بلاکچین اتریوم، ۷۰ درصد کل ثروت را دارا هستند. همین تقسیم مالی در سیستم‌های فیات به‌تنهایی منشاء بحث‌های سیاسی و اجتماعی گسترده است، اما در خصوص وب ۳ که عملاً تمامی موجودیت خود را با از بین بردن چنین نابرابری‌ای تعریف می‌کند، چیز بدی نمی‌شنویم.

حالا بیایید تصور کنیم که بیت‌کوین، یکی دیگر از ابزارهایی که همواره به‌عنوان تسهیل‌کننده رؤیای وب ۳ مورد تبلیغ قرار می‌گیرد، یک کشور است. اگر بیت‌کوین یک کشور بود، بالاترین تقسیم نابرابر ثروت در جهان را دارا می‌بود.

در گروگان بنیان‌گذاران

حالا شاید فکر کنید که این فناوری‌ها و ابزارها، جوان هستند و جای بسیاری برای پیشرفت و اصلاح خود دارند. این حرف فقط در حالی مصداق خواهد داشت که شاهد یک روند به سوی چنین اصلاحی باشیم، اما این روند از پایین به بالای افزایش ثروت در نوک هرم روزبه‌روز بر فضای بلاکچین و بیت‌کوین بیشتر و بیشتر دیده می‌شود. امثال تسلا و میکرواستراتژی، میلیاردها دلار سرمایه در قالب رمزارزها دارند و تا زمانی که بیت‌کوین به سبک فعلی خود که یک سیستم اثبات کار (PoW) است، ادامه دهد، ماینرها تنها به سرمایه‌گذاری دوباره ثروت به‌دست آمده خواهند پرداخت و توان ماینینگ خود را افزایش خواهند داد. روندی که تأثیر مخرب آن بر محیط زیست به خوبی مستند شده است.

یکی دیگر از روندهای مشکل‌ساز که در جهان رمزارزها به‌وفور دیده می‌شود، افزایش مالکیت خصوصی بنیان‌گذاران



شماره ۲۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم





پنل «قابلیت‌های متاورس» به میزبانی مجمع جهانی اقتصاد برگزار شد

متاورس، در مرکز توجه داووس

یکی از پنل‌های گردهمایی سالانه نخبگان جهان، به میزبانی مجمع جهانی اقتصاد (WEF)، با موضوع «امکانات متاورس» و حضور رهبران فکری جهان برگزار شد. در واقع متاورس هفته‌های اخیر توجه داووس را به سمت خود کشانده بود. تمام افراد حاضر در این پنل بر این امر اتفاق نظر داشتند که این قلمرو دیجیتال در ابتدای مسیر خود قرار دارد؛ مسیری که طرفداران متاورس معتقدند در انتها به جایگزینی این فناوری با زندگی روزمره ما منجر خواهد شد.

در این پنل، «پگی جاسون»، مدیرعامل مایکروسافت، متاورس را این‌گونه تعریف کرد: «زیرساخت دیجیتالی اینترنت و شبکه‌ای از جهان‌های مجازی مختلف که گاه با یکدیگر هم‌پوشانی دارند و از طریق تلفن یا کامپیوتر قابل دسترسی هستند.»

او در ادامه افزود: «در نهایت شرکت‌ها مجبور به پذیرش گسترده متاورس می‌شوند. حتی برای توسعه آموزش آتش‌نشانان و دانشجویان پزشکی هم از این فناوری نوظهور بهره خواهند گرفت.»

«ادوارد لوین»، معاون دولت و امور عمومی در گروه LEGO، توضیح داد: «آینده متاورس، از کودک درون ما الهام می‌گیرد. از هر سه کاربر اینترنت، یک نفر کودک یا جوانی است که توانایی طراحی یک دنیای مجازی را دارد.» وی همچنین در مورد حریم خصوصی دیجیتال گفت که ایجاد تعادل بین امنیت، حریم خصوصی و آزادی بیان یک «چالش بزرگ» است.

مجمع جهانی اقتصاد با انجام یک نظرسنجی، افکار عمومی را در مورد متاورس ارزیابی و نتایج آن را در روز چهارشنبه ۲۵ می منتشر کرد. بیش از دوسوم پاسخ‌دهندگان از کشورهای چین، هند و پرو به متاورس خوش‌بین بودند، در حالی که تنها یک‌سوم از شرکت‌کنندگان بریتانیایی کبیر، کانادا، ژاپن، بلژیک، فرانسه و آلمان به دنیای متاورس مشتاق بودند.



شماره ۲۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم



سوپر استارهای ضد رمزارزی بایدن!

عواقب بلندمدت رگولاسیون به سبک آمریکا برای گذاران رمزارزی چیست؟

اما این تمام مشکلات رگولاسیون به سبک آمریکایی نیست. «سم بنکمن فرید»، بنیان‌گذار و مدیر صرافی رمزارزی اف‌تی‌ایکس به‌تازگی در مصاحبه‌ای به‌طور مفصل درباره اینکه چطور از نظر او رمزارزها به حوزه‌ای جدید برای قدرت‌ربایی در سیاست آمریکا تبدیل شده، سخن گفت. در این مطلب قصد داریم درک کنیم در چنین سیستم پرآشوب و متناقضی، سرمایه‌گذاران رمزارزی چه برداشته‌هایی می‌توانند داشته باشند و در بلندمدت اثرات چنین سیستم رگولاتوری پرهرج‌ومرجی در اقتصاد شماره ۱ دنیا بر آینده رمزارزها چگونه خواهد بود.

جرایم رمزارزی و فرار مالیاتی

این جرائم از بدو ورود دولت بایدن به قدرت، یکی از حوزه‌هایی بود که بیشترین تمرکز را به خود جلب کرده و شاید بتوان آن را در میان اندک حوزه‌هایی دانست که هیستریای رگولاتوری آمریکا درباره آن توجیه شده باشد. بر اساس قانون جدید و بالقوه‌ای که توسط قانون‌گذاران سنای آمریکا در نظر گرفته شده، شرکت‌هایی که معاملات ارزی دیجیتال را تسهیل می‌کنند، ملزم

تلاش نهادهای مالی مختلف دولت او زمینه‌ساز ظهور چهره‌هایی شده که این روزها به‌عنوان سوپر استارهای ضد رمزارزی در سراسر جهان مشهورند؛ چهره‌هایی مانند «جروم پاول»، رئیس فدرال رزرو، «جنت یلن»، وزیر خزانه‌داری و البته «گری گنسلر»، رئیس SEC. با وجود اشراف این گروه بر دولت فعلی آمریکا، موضوع رمزارزها نیز مانند تمامی موضوعات جاری دیگر در دولت آمریکا یک موضوع به‌شدت مورد بحث و بدون قطعیت است. در خصوص رمزارزها حتی دوگانگی حزبی سیاست‌های آمریکا نیز که عموماً در تمامی مسائل میان دو حزب تفرقه‌انداز است، دیده نمی‌شود. در بسیاری از موارد سناتورهایی که از حزب مخالف

ایالات متحده آمریکا در زمینه رگولاسیون و قانون‌گذاری در حوزه رمزارزی نه پیشروترین کشور است و نه توانسته تاکنون قوانین معناداری را به تصویب برساند. با وجود چندین مورد پیگیری قضایی مؤثر در خصوص جرائمی که در آنها از رمزارزها استفاده شده بود، آمریکا هنوز نتوانسته خود را به‌عنوان یک کشور نمونه در زمینه رگولاسیون مطرح کند. با وجود این موارد، آمریکا به‌عنوان بزرگ‌ترین اقتصاد دنیا که هم در زمینه ماینینگ و هم در زمینه سرمایه‌کلی موجود در بازار رمزارزی درصد بالایی را به خود اختصاص داده، همواره در میان رسانه‌های رمزارزی و غیررمزارزی در محور توجه بوده است. در صورت ایجاد قوانین منفی از سوی



پارسا خاک‌نژاد
Parsa.khaknezhad@gmail.com

هم‌اند، با هم در خصوص رمزارزها موافق‌اند. به عبارتی عدم تبعیت رمزارزها از الگوی دوحزبی سیاست‌های آمریکا بیش از پیش عموم را گیج کرده است. در این بین، سیگنال‌هایی که به‌طور مستمر از سوی واشنگتن به سرمایه‌گذاران رمزارزی ارسال می‌شود، همواره متناقض و بدون شفافیت است.

این کشور قیمت ارزها پایین خواهد رفت و در صورت محسوس شدن نشانه‌های حمایتی هم قیمت‌ها بالا خواهد رفت.

بحثی نیست که از زمان ظهور تاکنون، نگرش دولت جو بایدن، رئیس‌جمهور فعلی آمریکا، به رمزارزها به‌طور نسبی منفی بوده است. این نگرش منفی و



رمزارز ملی جامائیکا تابستان امسال راه اندازی می شود ادامه خودنمایی حوزه کارائیب

برای جایگزین کردن اسکناس‌ها هزینه می کنیم که خود عامل تورم سالانه هم هست.» شعار کارزار تبلیغاتی جم‌دکس هم به خوبی حرف‌های بایلس را منعکس می کند؛ «نه به پول نقد، نه به دغدغه».

ادغام جم‌دکس با سایر رمزارزها

بایلس می گوید که در سال‌های ابتدایی به کارگیری جم‌دکس، استفاده آن به طور انحصاری داخلی خواهد بود تا هر چه بیشتر جایگزین رواج فعلی پول نقد شود، خصوصاً برای بهبود وضعیت کسب و کارهایی که با مخارج بالایی در خصوص استفاده اجباری از پول نقد روبه‌رو هستند. بایلس در این خصوص می گوید: «تنها کافی است یک کسب و کار معمولی را تصور کنید که دائماً با حجم قابل توجهی پول نقد سروکله می زند؛ جابه‌جایی، نگهداری و مدیریت آن همگی بار سنگینی را به مخارج کسب و کارهای خصوصی ما وارد می کنند. حالاً این فشار را برای کل کشور در نظر بگیرید. جم‌دکس می تواند به راحتی این مشکل را برطرف کند. در بیانیه ابتدایی اعلام به کارگیری جم‌دکس آمده است: «جم‌دکس با استفاده از یک مدل ترکیبی که از تجربه کشورهای پیشرو و چالش‌های مختص جامائیکا به دست آمده، کار خواهد کرد. جم‌دکس به دنبال ترکیب فایده‌های عرضه کلی و خرده‌فروشی در سیستم خود است تا بار سنگینی را از روی اقتصاد ملی بردارد.»

رمزارز ملی جامائیکا سیاسی نیست

با نگاهی به ادبیات مورد استفاده و دغدغه‌های بایلس می توان به خوبی دریافت که ذهنیت دولت جامائیکا برای به کارگیری رمزارز ملی، سیاسی و حزبی نیست. طی سال‌های اخیر رمزارزهای ملی به واسطه بیانیه‌های برخی کشورها به عنوان یک نیروی ضد رمزارز شناخته می شد. حرکت جامائیکا در راستای به کارگیری رمزارز ملی برای حل مشکلات عمیق تر فرهنگی و اقتصادی به خوبی بیانگر ظرفیت کلان این ابزار به خصوص برای استفاده‌هایی بسیار مفیدتر از مبارزه با سایر رمزارزهای غیرمتمرکز است.

هفته پیش بود که آرژانتین با اعلام ممنوعیت بر جابه‌جایی رمزارزها توسط بانک‌های این کشور با انگیزه‌های سیاسی، اکوسیستم رمزارزی آمریکای جنوبی و لاتین را شوکه کرد. این هفته هم شاهد روی برگرداندن پرتغالی‌های از سیاست‌های آزادی خواهانه خود در خصوص رمزارزها بودیم؛ دو اتفاقی که سؤالات بسیاری را برای هواداران کریپتو در خصوص قابل اتکا بودن کشورهای را که هم‌اکنون به عنوان دوستدار رمزارزها شناخته می شوند، به وجود آورد. حالاً اما پس از دو خبر ناگوار بی‌بی، «ریچارد بایلز»، رئیس بانک مرکزی جامائیکا اعلام کرده که رمزارز ملی این کشور را که با نام «واحد تبادلاتی دیجیتال جامائیکا» و به طور مخفف «جم‌دکس» شناخته می شود، در تابستان پیش رویه کار خواهد گرفت. اما در حالی که در کشورهایمانند ایالات متحده به کارگیری یک رمزارز ملی تحت پوشش بانک مرکزی (CBDC) به عنوان یک راه حل رگولاتوری برای مقابله با رمزارزهای غیرمتمرکز شناخته می شود، تصمیم جامائیکا برای به کارگیری چنین ارزی، چگونه می تواند به اکوسیستم رمزارزی کارائیب و آمریکای لاتین کمک کند؟

اقتصاد نقدینه محور

بایلس در خصوص اقتصاد جامائیکا و نقش آتی این رمزارز ملی در آن چنین می گوید: «جامائیکا یک اقتصاد نقدینه محور است. به این معنی که عموم تراکنش‌ها از یک فرد به فرد دیگر در قالب پول نقد انجام می شود. ما در زمینه به کارگیری سامانه‌های آنلاین نه از نظر فناوری، بلکه از نظر فرهنگی عقب هستیم. به کارگیری جم‌دکس به عنوان یک عامل اعتمادساز برای عموم که با جریانات روز همراه است، بدون شک می تواند روند حرکت در خلاف محبوبیت پول نقد را تسهیل کند. موفقیت در چنین امری، می تواند هم منبع درآمدی برای دولت باشد، هم راه امن تر و مطمئن تری برای جابه‌جایی پول است و می تواند در بلندمدت میلیون‌ها دلار صرفه‌جویی برای اقتصاد ملی جامائیکا به همراه داشته باشد. به طور مثال ما هر سال بیش از هفت میلیون دلار

استیبل کوین‌ها

استیبل کوین‌ها که از اول هم نگرانی دولت آمریکا را شدیداً برانگیخته بودند، حالا پس از فروپاشی ارز UST ترا، به داغ‌ترین موضوع مورد بحث رگولاتورها تبدیل شده‌اند. دولت بایدن در گزارشی که در یکم نوامبر ۲۰۲۱ منتشر شد، به تشریح قوانین پیشنهادی خاصی پرداخت که در صورت تصویب می تواند تغییرات شگرفی را برای استیبل کوین‌ها به ارمغان آورد. قانون پیشنهادی به طور مؤثر صادرکنندگان استیبل کوین را به عنوان بانک‌ها طبقه‌بندی می کند و آنها را تحت نظارتی مشابه با هدف حمایت از مصرف‌کنندگان قرار می دهد.

استیبل کوین‌ها معمولاً توسط معامله‌گران پیشرفته‌تر برای کاهش کارمزد معاملات ارز دیجیتال به کریپتو استفاده می شوند، اما گزارش دولت دغدغه‌های فراتری دارد و در عوض به پتانسیل استیبل کوین‌ها به عنوان یک سیستم پرداخت دیجیتال اصلی‌تر در آینده اشاره می کند. رمزارزها با وجود محبوبیت فراگیرشان به بخشی از جریان اصلی مالی جهان تبدیل نشده‌اند؛ بنابراین هر قانون جدید بالقوه‌ای در حوزه استیبل کوین‌ها تأثیر شگرفی بر عملکرد سرمایه‌گذاران خواهد داشت. سرمایه‌گذاران احتمالاً نیازی به تغییر فوری در سبدهای رمزارزی خود بر اساس چنین قانونی نخواهند داشت؛ زیرا استیبل کوین‌ها به اندازه ارزهای دیجیتال بی‌ثبات‌تر مانند بیت کوین، ذخیره‌ای نیستند که دارای ارزش بالای بالقوه باشد. در بین دغدغه‌های اصلی دولت آمریکا در خصوص رمزارزها و شیوه‌های مختلف قانون‌گذاری برای آنها، احتمالاً استیبل کوین‌ها از این نظر خاص هستند که تأثیرات اعمال شده بر آنها توسط دولت آمریکا بیشتر بر مردم خارج از آمریکا تأثیر خواهد گذاشت تا آمریکایی‌ها. دلیل این امر هم بی‌نیازی نسبی مردم و کسب و کارها از استیبل کوینی است که رمزارز ملی خود آنها را پشتیبانی می کند. عموماً سرمایه‌گذاران رمزارزی خارج از آمریکا که دسترسی کمتری به دلار دارند، باید نگران تغییرات قانونی در خصوص ارزیابی مانند تتر باشند.

ای‌تی‌اف‌ها

ای‌تی‌اف یا صندوق قابل معاوضه گونه‌ای از صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک است که امکان پیروی از بازده یک شاخص معین را فراهم می آورد و سهام آنها همانند سهام شرکت‌های عمومی، در بورس و اوراق بهادار قابل معامله است. ای‌تی‌اف‌های رمزارز هنوز در ایالات متحده موجود نیست، اما ممکن است به زودی راهی برای سرمایه‌گذاران ارائه شود تا بدون نیاز به خرید مستقیم از یک صرافی رمزارزی، وارد دنیای ارزهای دیجیتال شوند. این صندوق‌ها برای کسانی که می خواهند بدون دست‌وپنجه نرم کردن مستقیم با رمزارزها یا صرافی‌های آنلاین و از طریق کارگزاران سنتی به معامله رمزارزی بپردازند، ایده‌آل است. پتانسیل رمزارزها در قالب چنین صندوق‌هایی برای سوددهی، حتی بالاتر از ای‌تی‌اف‌های سنتی است، اما از طرفی پتانسیل ضرر آنها هم بالاست. از طرفی سرمایه‌گذارانی که سرمایه‌گذاری خود در رمزارزی مانند بیت‌کوین را در گرو ارائه ای‌تی‌اف‌ها می بینند، شاید باید درباره ورود به چنین بازاری بازنگری کنند. این روزها تعیین ماهیت رمزارزهایی مانند بیت‌کوین به عنوان اوراق بهادار یا توکن‌های دارای ارزش مالیاتی به یکی از بزرگ‌ترین بحث‌های رگولاتوری با محوریت گری گنسلر و SEC آمریکا تبدیل شده است. صرف نظر از ارائه یا عدم ارائه چنین ای‌تی‌اف‌هایی در آمریکا، نتیجه این بحث داغ بدون شک در روند رشد بازار رمزارزها نتیجه مستقیمی ایفا خواهد کرد و شاید حتی نتیجه آن به عنوان یک الگوی جهانی در خصوص تعیین نقش رمزارزها در اقتصاد کشورها به کار گرفته شود.



خواهند بود اطلاعات مالیاتی مربوط به آن معاملات را از فصل مالیاتی سال ۲۰۲۴ به اداره مالیاتی این کشور (IRS) گزارش کنند؛ قانونی که در خصوص کارگزاران سرمایه‌گذاری‌های سنتی مانند سهام و بورس هم صادق است. «شهان چاندراسکار»، رئیس استراتژی مالیاتی در استارت‌آپ مالی CoinTracker می گوید: «این لایحه عموماً برای سرمایه‌گذار قابل پسند است، زیرا انطباق مالیات رمزارزی را برای سرمایه‌گذاران آسان‌تر می کند. این امر به این دلیل است که در صورت تصویب این لایحه، صرافی‌ها باید فرم‌های مالیاتی خود را با فرمت B-1099 که شکل مبداء مالیاتی کشور است و در خصوص مالیات فیات نیز استفاده می شود، پر کنند. این بدان معناست که هر صرافی سوابقی از رویدادهای مشمول مالیات خود را روی پلتفرم مالیاتی دولت ارائه می دهد. از این طریق اطلاعات مهمی مانند ارزش بیت‌کوین هنگام خرید آن و زمانی که آن را به دلار آمریکا فروخته‌اند هم به طور الزامی در اختیار شهروندان قرار می گیرد. محاسبات مالیاتی در آمریکا توسط خود شهروند انجام می شود و اجرایی شدن چنین قانونی فقط می تواند به نفع سرمایه‌گذار باشد. هر چند مشمولیت کلی رمزارزها از سال ۲۰۲۴ به شیوه تصویبی در آمریکا خیلی هم جالب نیست.

چاندراسکار می گوید: «این تغییر به طور قابل توجهی سختی تشکیل پرونده مالیاتی ارزهای دیجیتال را کاهش می دهد.»

در صورت پیاده‌سازی چنین سیستمی به عنوان الگوی رگولاتیون رمزارزها در زمینه مالیات و جرائم رمزارزی در کشورهای دیگر، کار دولت‌ها در پیگیری جرائم و کار مردم برای پرداخت مالیات آسان‌تر می شود؛ بنابراین با وجود دلچسب نبودن کلی روند مالیاتی تحمیل شده بر رمزارزها، پیاده‌سازی آن به این سبک برای سرمایه‌گذاران چندان هم بد نخواهد بود.



شماره ۲۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم





سقوط ترا بهانه به دست
تنظیم گران داده است

این راهش نیست!

بازار کریپتو در هفته‌های اخیر برنوسان و دارای جهش‌های بزرگی بوده است. بسیاری از مردم از وضعیت فعلی و رکود بازار ناراحت هستند، اما ظاهراً سیاستمداران نه تنها ناراحت نیستند، بلکه جسورتر هم شده‌اند.

این روزها، منتقدان و مخالفان کریپتو سر از پا نمی‌شناسند و دائماً برای سفت‌وسخت‌تر کردن قوانین درخواست می‌دهند. اهرم این دست افراد هم کوین‌هایی است که به شدت افت قیمت داشته‌اند؛ کوین‌هایی مثل ترا که از یک دلار به هشت سنت سقوط کرده است. آنها از ماجرای استیبل کوین ترا به عنوان گواهی بر حرف‌هایشان استفاده می‌کنند و می‌گویند ما باید استیبل کوین‌ها و سایر ارزهای دیجیتال را تنظیم کنیم.

اما تمام ماجرا این نیست و حقایق مهم دیگری وجود دارند که نباید آنها را نادیده انگاشت. نباید شتاب زده تصمیم گرفت و تمام ارزهای دیجیتال را با یک چوب زد. بسیاری از استیبل کوین‌های برتر مانند پکس دلار و یواس دی کوین ارزش خود را که معادل یک دلار است، حفظ کرده‌اند. همچنین باید توجه داشت که بسیاری از استیبل کوین‌ها، با وجود کاهش قیمت، انعطاف‌پذیر هستند.

مهم‌تر اینکه مقررات ضرب‌الاجل و سرسختانه، نه تنها گرهی از مشکلات موجود باز نمی‌کند، بلکه به متشنج شدن بیشتر بازار منجر می‌شود. مصداق این وضعیت را با نگاهی به گذشته می‌توانیم ببینیم.

وقتی چین بیت کوین را ممنوع کرد، قیمت آن در یک روز ۱۰ درصد کاهش یافت. نه تنها در چین، بلکه تنظیم‌گری‌های سخت‌گیرانه در آمریکا نیز اثرات مشابهی را در بازار رمزارزها داشته است؛ بنابراین، در حال حاضر بیش از هر زمان دیگری تنظیم‌گران باید تلاش کنند که تنش بیشتری به بازار وارد نکنند.



شماره ۲۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم



آتشی که ترا به جان کریپتو انداخت

کنگره آمریکا در حال حرکت دو حزبی به سمت رگولاسیون گسترده استیبل کوین‌هاست



یک استیبل کوین محبوب نباید سبب دوری مردم از جهان ارزهای دیجیتال شود. این اظهار نظر در پی سقوط شدید TerraUSD یا UST در اوایل ماه جاری بود که سبب آغاز یک واکنش زنجیره‌ای و کاهش ارزش بازار رمزارزها شد. او در ادامه سخنان خود گفت: «از شما خواهش می‌کنم از اهمیت رمزارزها غافل نشوید. خدمات سریع‌تر، هزینه‌های کمتر و گنجایش مالی بیشتر تنها برخی از ویژگی‌های رمزارزها هستند که برای سرمایه‌گذاران اهمیت بسیاری دارند.»

جورجیوا همچنین تأکید کرد که انواع مختلفی از دارایی‌ها و سطوح ریسک مرتبط با آنها وجود دارد. اواز مسئولیت

نشست سالانه مجمع جهانی اقتصادی پس از دو سال برگزاری غیرحضوری، در ماه می ۲۰۲۲، در داووس سوئیس برگزار شد. این اجلاس سالانه، رهبران و کارشناسان اقتصادی را در راستای تبادل نظر درباره مسائل اقتصادی روز دنیا گرد هم می‌آورد. موضوعات جنجالی امسال شامل بحران جنگ اوکراین و تشدید بحران‌های اقلیمی، کاهش رشد اقتصادی دنیا و معضلات اقتصاد پسا کرونا می‌شود. بخشی از این نشست نیز با تمرکز بر رمزارزها برگزار شد.

«کریستالینا جورجیوا»، رئیس صندوق بین‌المللی پول، طی سخنرانی خود در حمایت از رمزارزها گفت که سقوط

رئیس صندوق بین‌المللی پول درباره
رمزارزها چه می‌گوید

سقوط یک کوین را چماق نکنید!



سقوط اخیر قیمت بیت کوین چه معنایی برای السالوادور دارد؟ قمار رمزارزی در سطح ملی!

ششم سپتامبر ۲۰۲۱ بود که نایب بوکله، رئیس جمهور السالوادور با اعلام قانونی شدن بیت کوین به عنوان یک ارز رایج در این کشور تاریخ سازی کرد، اما این تنها اعلامیه بوکله در آن روز نبود. او همچنین اعلام کرد که با یک فرمان ریاست جمهوری زمینه خرید بیش از ۲۰۰ بیت کوین به ارزش ۱۰ میلیون دلار در آن زمان را فراهم کرده است؛ خریدی که هزینه آن از بودجه ملی این کشور تأمین می شد. در آن زمان این اعلامیه ها به عنوان روزهایی تاریخی برای صنعت رمزارزی شناخته می شد. از آن زمان کشورهای دیگری هم در راه السالوادور قدم گذاشته اند، اما برای خود السالوادور از آن زمان چه تغییراتی پیش آمده؟ و مهم تر از آن سقوط اخیر رمزارزها و به خصوص بیت کوین در هفته های اخیر برای این کشور جاه طلب واقع در آمریکای مرکزی چه معنایی دارد؟

خسارات؟

تخمین زده می شود که خسارت کلی متحمل توسط اقتصاد ملی السالوادور که از طریق رمزارزها حاصل شده، بالغ بر ۵۷ درصد از رقم متوسط ۳/۴ میلیارد دلار باشد. با وجود شکست احتمالی در دریافت وام مذکور و خسارات فعلی، بوکله نه تنها قصد ایجاد تعدیل ندارد، بلکه تنها هفته پیش با این استدلال که خرید در کانال فعلی ۲۵ تا ۳۰ هزار دلاری بیت کوین عقلانی است، دست به خریدهای کوچک و تلاش برای خریدهای آتی و بزرگ تر زده است. این خسارات منجر به این شده تا قرض ملی و عمومی این کشور نسبت به بودجه آن از مرز ۹۵ درصد بگذرد. عبور از این رقم در تعریف صندوق بین المللی پول به عنوان «نقطه بدون بازگشت» شناخته می شود.

با همه اینها «بن کسلین»، مدیر بخش تحقیق و استراتژی صرافی رمزارزی AAX برداشت معتدل تری از وضعیت السالوادور دارد. او می گوید: «هرچند وضعیت درصدی نقدینگی و ضررها وخیم به نظر می رسد، اما السالوادور وارد یک بازی بلندمدت شده است. خرید و سرمایه گذاری از طریق بودجه ملی تنها استراتژی آنها نیست و در طول دو سال گذشته شاهد افزایش فزاینده زیرساخت های ماینینگ در این کشور بوده ایم که درصد قابل توجهی هم از این طریق به سرمایه رمزارزی السالوادور اضافه خواهد شد. میل زیادی وجود دارد که به محض کاهش ارزش بیت کوین در رسانه ها، بدترین برداشت ممکن را انجام دهند. نظر دادن در مورد السالوادور به شکل قاطعانه به هر شکل اشتباه است؛ چراکه وضعیت آنها نمونه و سابقه ندارد؛ بنابراین تنها می توان شاهد ادامه داستان آنها بود.»

ششم سپتامبر ۲۰۲۱ بود که نایب بوکله، رئیس جمهور السالوادور با اعلام قانونی شدن بیت کوین به عنوان یک ارز رایج در این کشور تاریخ سازی کرد، اما این تنها اعلامیه بوکله در آن روز نبود. او همچنین اعلام کرد که با یک فرمان ریاست جمهوری زمینه خرید بیش از ۲۰۰ بیت کوین به ارزش ۱۰ میلیون دلار در آن زمان را فراهم کرده است؛ خریدی که هزینه آن از بودجه ملی این کشور تأمین می شد. در آن زمان این اعلامیه ها به عنوان روزهایی تاریخی برای صنعت رمزارزی شناخته می شد. از آن زمان کشورهای دیگری هم در راه السالوادور قدم گذاشته اند، اما برای خود السالوادور از آن زمان چه تغییراتی پیش آمده؟ و مهم تر از آن سقوط اخیر رمزارزها و به خصوص بیت کوین در هفته های اخیر برای این کشور جاه طلب واقع در آمریکای مرکزی چه معنایی دارد؟

خریدهای مضاعف

از زمان خرید ملی بیت کوین توسط بوکله، این رمزارز دو سقوط جداگانه را تجربه کرد که در هر دوی این خریدهای مضاعف و بیشتر توسط دولت این کشور صورت گرفت. این خریدها در قیمت پایین به همراه گروهی از خریدهای جانبی دیگر تا حدی بود که در قیاس با ۱۰ میلیون دلار ابتدایی، در آوریل ۲۰۲۲ ذخایر بیت کوین السالوادور بالغ بر ۳/۴ میلیارد دلار بود. در آن زمان همچنین گزارش شد که بوکله قصد دارد تا پایان سال ۲۰۲۲ یک میلیارد دلار دیگر هم به این مبلغ اضافه کند. مهم است که به خاطر داشته باشیم که درآمد سرانه سالانه السالوادور در سال نزدیک به ۲۰ میلیارد دلار است. به روایت دیگر، نزدیک به ۲۰ درصد اقتصاد این کشور حالا در قالب بیت کوین نگهداری می شود. اما آیا این انتخاب هوشمندانه بوده؟ با توجه به کمبود نقدینگی اخیر در این کشور و تلاش دولت بوکله برای تأمین اقتصاد ملی از طریق فراهم کردن یک وام دو میلیارد دلاری از صندوق بین المللی پول، شاید جواب این سؤال منفی باشد. حتی این تلاش السالوادور هم با

استیبل کوین های الگوریتمی، بلکه استیبل کوین هایی را نیز که دارای پشتوانه هستند، مورد هدف قرار خواهد داد.

لایحه های دوحزبی

تلاش ها برای رگولاسیون گسترده یا فراگیر تنها از سوی جنت یلن دنبال نمی شود. گزارش ها مبنی بر آن است که لایحه های جدیدی از سوی هر دو حزب غالب این کشور در حال تدوین هستند؛ لایحه هایی که به دنبال پیاده سازی قوانین معنادار و مؤثر تا پایان سال ۲۰۲۲ خواهد بود. مهم ترین این لایحه ها شامل طرح سناتور «سینتیا لومیس» از وایومینگ و سناتور «کوئیستن گیلی برند» از نیویورک است. گیلی برند که به عنوان یکی از دو سناتور ایالت نیویورک در میان بانفوذترین و شاخص ترین اعضای سنای این کشور قرار دارد، در مورد لایحه پیش رو گفت: «لایحه ای که با همکارانم از هر دو حزب در حال کار کردن روی آن هستیم، بر خلاف عموم لایحه های پیشین در مورد رمزارزها، بر یک حوزه مشخص و کوچک تمرکز ندارد. هدف ما ایجاد یک چهارچوب رگولاتوری جهان شمول برای صنعت رمزارزی است.»

رمزارزها در انتخابات؟

امضای اولین و تنها فرمان اجرایی یک رئیس جمهور آمریکا در خصوص صنعت رمزارزها که به دست جو بایدن انجام شد، ورود رمزارزها به سیاست آمریکا را به عنوان یک موضوع قابل توجه رقم زده است. در کنار این امر، بحث های فزاینده درباره بازار و صنعت رمزارزی در سنا و کنگره این کشور باعث شده تا بسیاری به این فکر بیفتند که آیا رمزارزها در انتخابات میان دوره ای پیش رو و ریاست جمهوری آمریکا در سال ۲۰۲۴ نقش مهمی ایفا خواهند کرد یا خیر. هموند در این باره می گوید: «فکر نمی کنم در انتخابات میان دوره امسال رمزارزها نقش مهمی داشته باشد. شاید این حرف برای هواداران رمزارزها سنگین باشد، ولی فکر نمی کنم مسائل مربوط به رمزارزها در حال حاضر برای عموم رأی دهندگان اهمیت ویژه ای داشته باشد. هرچند در اواخر سال ۲۰۲۱ همه گمان می کردند سال ۲۰۲۲ سال رگولاسیون خواهد بود، من فکر می کنم معرفی و اجرا شدن لایحه هایی که درباره آنها می شنویم، نه امسال، بلکه در سال ۲۰۲۳ رقم خورد. از این نظر، شاید در انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۲۴ این مسائل برای رأی دهندگان از اهمیت نسبی برخوردار شود.»

دو هفته پیش بود که استیبل کوین ترا به نام UST که در کنار تتر یکی از دو مهره اصلی بازار استیبل کوین ها شناخته می شد، با یک فروپاشی اساسی، تتر را در این بازار بی رقیب کرد، اما تأثیر این فروپاشی بسیار فراتر از صعود تتر به قله بازار استیبل کوین ها بوده است. به گفته «ران هموند»، مدیر بخش روابط دولتی انجمن بلاکچین آمریکا از زمانی که این فروپاشی محقق شد، گویا در زیر صندلی های سناتورهای و نمایندگان مجلس آمریکا آتشی روشن شده است. هموند می گوید که تب رگولاتوری در کنگره از جناح هر دو حزب احساس می شود و عواقب آن شدیدتر از تلاش های سابق برای رگولاسیون خواهد بود. با این حال او می گوید که احتمالاً تلاش ها برای تصویب لایحه های این چنینی تا بعد از انتخابات میان دوره ای پیش رو انجام نخواهد شد.

هموند می گوید که استیبل کوین ها علاوه بر اینکه همواره یکی از نقاط حساس برای رگولاتورها بوده، به لطف قیمت ثابت این ارزها، همچنین به عنوان راهی برای درک چگونگی کارکرد رمزارزها برای سیاستمداران و قانون گذاران عمل کرده است. این اتفاق از طرفی به درک بهتر پدیده رمزارزی توسط این قشر و از طرفی زمینه ساز ترس آنها از نوسان شدید در مواردی مانند سقوط UST منجر شده است. هموند ادامه می دهد: «از همان ابتدا هم ایده یک ارز که دلار را نمایندگی می کند، اما تحت کنترل و پوشش قانونی نهادهای مالی نیست، توسط اندک سیاستمداری مورد پذیرش بود. حالا که یک ارز که مدعی نمایندگی دلار بوده، از هم پاشیده، چهارچوب های رگولاتوری به سرعت در حال شکل گیری هستند و قوانین و لایحه ها از همه سو ارائه خواهد شد.»

طرح فراگیر یلن

هفته پیش «جنت یلن»، وزیر خزانه داری آمریکا و از سرسخت ترین مهره های موافق رگولاسیون رمزارزها اعلام کرد که به زودی یک گزارش «فراگیر» در خصوص طرح های پیش روی وزارت خود برای رگولاسیون رمزارزها ارائه خواهد داد. هموند می گوید که استفاده یلن از واژه «فراگیر» مهم تر از آن چیزی است که در نگاه اول به نظر می رسد. نکته قابل توجه این است که یواس تی بر خلاف رقیب اصلی خود تتر، دارای پشتوانه آشکار دلاری نبوده و مانند رمزارزهایی مانند بیت کوین به صورت الگوریتمی کار می کند. هموند باور دارد که منظور یلن از گزارش فراگیر، گزارشی است که نه تنها

رهبران اقتصادی در مورد توضیح چستی ارز دیجیتال بانک مرکزی، استیبل کوین و تفاوت استیبل کوین های واقعی و غیر واقعی نیز سخن گفت: «تفاوت زیادی میان استیبل کوین هایی که توسط پول نقد و سایر دارایی ها پشتیبانی می شوند و آنهایی که برای حفظ ارزش خود به الگوریتم متکی هستند، مانند کوین Terra، وجود دارد.» او همچنین درباره استیبل کوین هایی که توسط دارایی های واقعی پشتیبانی نمی شوند، گفت: «سقوط استیبل کوین های مبنی بر الگوریتم حتمی است و تنها استیبل کوین هایی که توسط دارایی های واقعی پشتیبانی می شوند، پایدار هستند.»

او افزود: «حمایت کمتر از رمزارزها مساوی با سقوط بیشتر آنهاست. شما نباید تنها با یک اتفاق، ارزش تمامی رمزارزها را خدشه دار کنید.»

در ادامه صحبت در مورد رمزارزها «فرانسوا ویلروی دی گالهاو»، رئیس بانک مرکزی فرانسه، نگرانی ها مبنی بر اینکه بانک های مرکزی به آرامی اعتماد مردم را از دست می دهند را رد کرد، زیرا محبوبیت رمزارزها و سرمایه های غیرمتمرکز در حال افزایش است. ویلروی با اشاره به فروپاشی Terra گفت: «تصور می کنم در هفته های اخیر، اعتماد شهروندان به رمزارزها بیش از بانک های مرکزی از دست رفته است.»



شماره ۲۱
۸ خرداد ۱۴۰۱
سال دوم



رمزارز ۲۰

۹۰۴ میلیون

۴۰۰ میلیارد دلار

۳۰۰ میلیارد دلار

۲۰۰ میلیارد دلار

۱۰۰ میلیارد دلار

سقوط مستمر ارزش بازار رمزارزها طی ماه‌های اخیر، این سؤال را در ذهن بسیاری ایجاد کرده است که آیا اصلاً چشم‌اندازی برای آینده این بازار وجود دارد؟

البته می‌توان رد این کاهش ارزش را در بازارهای مالی و صنایع دیگر نیز دنبال کرد. در مدتی که چشم‌ها خیره به بازار رمزارزها بوده، وضعیت بورس و صنایع‌های تک و فناوری محور در نقاط مختلف دنیا نیز چندان تعریفی نداشته است. طبیعتاً وضعیت رمزارزها را نمی‌توان در خلأ بررسی کرد و این بازار مالی نیز می‌تواند از اتفاقات مختلفی که پیرامون آن روی می‌دهد، تأثیر پذیرد؛ همان‌طور که در چند سال گذشته به شکلی واضح روی معاملات مالی اطراف خود تأثیر گذاشته است.

شاید وقت آن رسیده است که عینک خوش‌بینی را از چشم برداریم و با نگاهی واقع‌بینانه‌تر روند این بازار مالی را دنبال کنیم. آیا الان وقت خرید است یا فروش؟ چه کسی می‌تواند روزهای آتی بازار رمزارزها را پیش‌بینی کند؟ چه عواملی در سیر نزولی این بازار مؤثر بوده‌اند؟

می‌توان سؤالات بسیاری را به چند پرسش دم‌دستی و اولیه ذکرشده افزود. اما در این فضای مه‌آلود که تقریباً بینی تمام پیش‌بینی‌ها در آن به خاک مالیده شده، احتمالاً نمی‌توان پاسخی قطعی برای هیچ‌کدام از این پرسش‌ها یافت. شاید کار درست این باشد که فعلاً منتظر بمانیم تا زمان بگذرد و امیدوار باشیم گذشت زمان این مه‌تراکم را محو کند.



مکانیسم اجماع	ارزش	نوع	بازدهی (هفته)	ارزش بازار (میلیارد دلار)	قیمت (میلیون تومان)	نماد	دارایی	نماد	رتبه
اثبات کار	طلای دیجیتال	ارز	۰/۴۶٪	۵۵۱/۵	۹۰۴ میلیون	BTC	بیت‌کوین	Bitcoin	۱
اثبات کار	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۸/۸٪	۲۱۶	۵۵ میلیون	ETH	اتریوم	Ethereum	۲
	پول نقد دیجیتال	استیبل کوین	۰/۰۲٪	۷۲	۳۱ هزار	USDT	تتر	Tether	۳
قابل سفارشی‌سازی	پرداخت	ارز	۶/۱۳٪	۱۸/۶	۱۲ هزار	XRP	ریپل	Ripple	۴
اثبات کار	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۱۳/۷۵٪	۳/۰۷	۷۱۱ هزار تومان	ETC	اتریوم کلاسیک	Ethereum Classic	۵
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۱۵/۱٪	۱۴/۲	۱٫۳ میلیون	SOL	سولانا	Solana	۶
	پول نقد دیجیتال	استیبل کوین	۰٪	۵۳/۵	۳۱ هزار	USDC	یواس‌دی کوین	USD Coin	۷
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۱۲/۵٪	۱۵/۵	۱۴ هزار	ADA	کاردانو	Cardano	۸
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۱۹/۳۱٪	۶/۲	۷۳۰ هزار	AVAX	آوالانچ	Avalanche	۹
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۲/۶٪	۹/۳	۲۹۴ هزار	DOT	پولکادات	Polkadot	۱۰
قابل سفارشی‌سازی	پرداخت	ارز	۳/۳٪	۳	۳/۸ هزار	XLM	استلار	Stellar	۱۱
اثبات کار	میم‌کوین	ارز	۲/۸٪	۱۰/۸	۲/۵ هزار	DOGE	دوج‌کوین	Dogecoin	۱۲
	شبکه اوراکل	پلتفرم نرم‌افزاری	۶/۷٪	۳	۲۰۰ هزار	LINK	چین‌لینک	Chainlink	۱۳
اثبات سهام	شبکه لایه ۲	توکن کاربردی	۷/۶٪	۴/۶	۱۸ هزار	MATIC	پلی‌گان	Matic	۱۴
اثبات کار	میم‌کوین	ارز	۶/۷٪	۵/۹	۳۳ ریال	SHIB	شیبیا اینو	Shiba Inu	۱۵
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	ارز	۱۰/۱۱٪	۱/۶	۲۱۸ هزار	ICP	اینترنت کامپیوتر	Internet Computer	۱۶
اثبات سهام	اپلیکیشن‌های بین‌زنجیره‌ای	پلتفرم نرم‌افزاری	۱۱/۷٪	۲/۷	۲۹۶ هزار	ATOM	کازموس	Cosmos	۱۷
اثبات کار	طلای دیجیتال	پلتفرم نرم‌افزاری	۸/۴٪	۴/۵	۲ میلیون	LTC	لایت‌کوین	Litecoin	۱۸
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	ارز	۱۴/۲٪	۲/۵	۱۱ هزار	ALGO	آلگورند	Algorand	۱۹
	توکن کاربردی		۱۱/۲٪	۱/۷	۲۹/۵ هزار	MANA	دیسنترالند	Decentraland	۲۰