



گفت و گو با فریوش عبدلی
اوبرند «نوشن» رادر زمینه
طراحی و ساخت جواهرات
و زیورآلات ایجاد کرده است

۹۰ درصد بازار
دست زنان
است!

**دایرکت دیت
و مسئله
ماندگاری
کاربران**

گفت و گو با مهدی عبادی
هم‌بنیان‌گذار و مدیرعامل وندار

بانک مرکزی با گره زدن همه چیز به بانک‌ها، در
اصل فضای فین‌تک را قفل کرده است

تلیل
ANALYSIS

**عبرنسار او
درآمدزایی
۱۲ میلیونی**

طنز تلخ نتیجه بخشی
کسب و کارهای
غیر واقعی

۱۶

تلیل
ANALYSIS

**خاستگاه‌های
باستانی
تمدن و فناوری**

سرعت تحولات زندگی
بشر در بازه‌های
مختلف تاریخی

۱۴

گزارش
REPORT

**بهینه‌سازی
سفر مشتری
در خرده‌فروشی**

اهمیت اومنی چنل
از نگاه کارشناسان
صنعت

۱۲

خبر
NEWS

**رشد
۵۰ درصدی
تپسی**

نگاهی گذرا
به گزارش
منتشر شده در کدال

۲

چطور نوآوری کسب و کارها می‌توانند زندگی ما را زیباتر کنند

**زندگی روزمره
وزیبایی شناسی نوآوری**

۲

**نرم افزار مزیت
رقابتی ماست**

سامرند سلیمانی، مدیر
نرم افزار فناپ تک تأکید کرد

۶

لجستیک بهینه

گفت و گو با مهدی مساوات
مدیرعامل و هم‌بنیان‌گذار
روناد در باره سرویس
فول فیلمنت

**همکاری ۵۵ هزار
کسب و کار با یکتانت**

نگاهی به گزارش
سال ۱۴۰۰ پلتفرم یکتانت

1



چطور نوآوری کسب و کارهای می توانند زندگی ما را زیباتر کنند

زندگی روزمره و زیبایی شناسی نوآوری

زیبایی در زندگی روزمره چطور جلوه‌گری می‌کند؟ به عبارت ساده‌تر چطور زندگی هرروزه ما می‌تواند زیباتر و دلنشین‌تر و به تعبیری متعالی‌تر شود؟ برای پاسخ به این سؤال بگذارید یک مثال را با هم مرور کنیم؛ یک تجربه درباره زیبایی در زندگی شهری و روزمره ما. بیایید به تفاوت گالری‌های هنری و کافه‌ها فکر کنیم. سال‌هاست که گالری‌ها زیبایی هنری را در قالب فرم‌های مختلف تجسمی؛ از نقاشی گرفته تا چیدمان (پرفورمنس) و مجسمه و عکس و... برای طیف و طبقه خاصی از جامعه که از آنها با عنوان نخبگان و خیرگان حوزه هنر و فرهنگ یاد می‌شود، عرضه می‌کردند و کماکان می‌کنند؛



رضا جمیلی
سردبیر
@rezajamili

نمایشی اختصاصی و محدود از زیبایی و امر زیبایی‌شناسانه در یک مکان خاص که معمولاً هر کسی به آن دسترسی ندارد، آن‌هم نه به دلیل دسترسی ناپذیر بودنش، بلکه به دلیل همان خاص بودن و تأکیدش بر یک طبقه خاص به عنوان مخاطب خود.

حال بیایید به کافه‌ها و خانه-کافه‌هایی که در این چند سال اخیر در شهرهای مختلف کشور رونق گرفته‌اند، نگاهی بیندازیم؛ مکان‌ها و کسب و کارهایی که ساده‌ترین امور زندگی روزمره را (مانند خوردن یک فنجان چای یا قهوه یا یک شربت و دمنوش) به زیباترین شکل ممکن محقق کرده‌اند. از طراحی منوها و فضاهای داخلی این کافه‌ها بگیرد تا ظروف مورد استفاده و پروتکل پذیرایی، موسیقی، فضای سبز، گل آرایشی و... این کافه‌ها را به

پاتوق‌هایی تبدیل کرده که در آنها امور ساده روزمره (مثل خوردن یک بشقاب سیب‌زمینی) پیوند خورده به امر زیبایی‌شناسانه تعالی جو. بدیهی است که مثال من در ستایش کافه‌ها و تلاش آنها برای تزریق زندگی به امور روزمره ماست، نه در نکوهش گالری‌ها که بی‌شک کارکردهای آنها هر قدر نخبه‌گرایانه بسیار ضروری و غیرقابل انکار بوده و هست کماکان! در واقع مسئله این یادداشت تزریق زیبایی به زندگی روزمره است؛ کاری که بسیاری از کسب و کارهای نوآور در این سال‌ها انجام داده‌اند. تبدیل کردن کارهایی که هر روز انجام می‌دهیم به یک تجربه باکیفیت که در آن استاندارد و مرام‌نامه انجام آن کار خود تجربه‌ای زیبا می‌سازد. از بالا رفتن سطح استاندارد جابه‌جایی در شهر گرفته تا یک خرید معمولی از یک سوپرمارکت تا کشف یک طعم تازه از آخرین پنبیری که کاله به بازار داده!

«جان دیویی»، اندیشمند، فیلسوف و جامعه‌شناس آمریکایی معتقد است این تجربه است که مبنای فلسفه زندگی است. هر تجربه کاملی عملی است زیبا. آن قدر که برخی امور ساده زندگی با وقتی از رهگذر تجربه‌ای کامل انجام شوند، هنرمندانه می‌شوند. درست مانند یک پذیرایی تمام و کمال در یک کافه یا تجربه خرید از یک کسب و کار اینترنتی تا شکل و شیوه جدیدی از خرید را برای ما رقم بزنند. اینها تغییراتی بوده که تجربه حضور کسب و کارهای نوآور در سال‌های گذشته برای ما رقم زده‌اند؛ تبدیل کردن برخی امور ساده زندگی روزمره ما به تجربه‌هایی دلنشین و زیبا و این دستاورد کمی برای یک اکوسیستم نوآورانه نیست.

نگاهی گذرا به گزارش منتشر شده در کدال

رشد ۵۰ درصدی تپسی

شرکت تپسی در گزارش منتشر شده خود در کدال، میزان فروش سه ماهه این شرکت را منتشر کرد که بر این اساس تپسی توانسته است درآمد ۱۰۳ میلیارد تومانی در سه ماهه ابتدایی سال ۱۴۰۱ کسب کند که این رقم در سه ماهه ابتدایی سال ۱۴۰۰ نزدیک به ۴۸ میلیارد تومان ثبت شده بود. با توجه این ارقام، تپسی توانسته است در این بازه زمانی رشد ۵۰ درصدی را نسبت به مدت مشابه سال قبل تجربه کند. اطلاعات منتشر شده در این گزارش، میزان درآمد و فروش تپسی در خردادماه ۱۴۰۱ را حدود ۴۵ میلیارد تومان اعلام کرده است. نوع خدماتی که از تپسی در کدال منتشر شده، اعم از کمیسیون دریافت از سفیران یا رانندگان تپسی است که بر اساس این گزارش، تنها میزان کمیسیون دریافتی از سفیران و درآمد حاصل از آن تا پایان سال مالی منتهی به ۳۱ خرداد ۱۴۰۱ نزدیک به ۹۸ میلیارد تومان بوده است.



شماره ۵۹
۲ مرداد ۱۴۰۱
سال دوم

تپسی = اپلیکیشن درخواست خودرو

جمع کل درآمد عملیاتی شناسایی شده شرکت از ابتدای سال مالی تا دوره منتهی به ۳۱ اردیبهشت ۱۴۰۱ نزدیک به ۵۸ میلیارد تومان بوده است. قابل ذکر است که تپسی در سال مالی ۱۴۰۰ درآمد و فروش خود را ۲۶۶ میلیارد تومان اعلام کرده بود که این رقم در مقایسه با سال قبل آن، رشد قابل توجهی را نشان می‌داد.

سامرند سلیمانی، مدیر نرم افزار فناپ تک:

واحد نرم افزار فناپ تک، مزیت رقابتی ماست

شرکت فروشنده سخت افزار بود و اکنون با شکل گیری واحد نرم افزار یک شرکت راهکار محور شده است؛ همچنان که شرکت روی سخت افزار و تولیداتش سرمایه‌گذاری می‌کند، واحد نرم افزار نیز همین مسیر را در توسعه نرم افزار و راهکار در پیش خواهد گرفت. فناپ تک اکنون با محصولات نرم افزاری خود می‌تواند شرکت‌های سخت‌افزاری دیگری را نیز پوشش دهد، اما به نظر می‌رسد فعلاً واحد نرم افزار این شرکت قرار است پشتیبان اصلی و جامع فناپ تک باشد. سلیمانی در این باره توضیح می‌دهد: «اگر شرکت سخت‌افزاری دیگری از ما راهکار نرم افزاری بخواهد، ما آمادگی انجام این کار را داریم، اما فعلاً برنامه‌ای برای ارائه خدمت به خارج از شرکت نداریم. هرچند در آینده و با توسعه واحد نرم افزار و قابلیت‌های آن ممکن است دریافت سفارش از خارج شرکت نیز در دستور کارمان قرار بگیرد.»

گرچه عمر زیادی از آغاز شکل‌گیری واحد نرم افزار فناپ تک نمی‌گذرد، اما مدیران شرکت به آینده آن امیدوار هستند و به‌صورت قدم‌به‌قدم برای آن برنامه ریخته‌اند. سامرند سلیمانی، مدیر نرم افزار این شرکت در این باره توضیح می‌دهد: «هدف اصلی از ایجاد تیم نرم افزاری در فناپ تک این بود که شرکت بتواند به‌صورت جامع به‌جز خدمات سخت‌افزاری، خدمات راهکار محور نیز ارائه دهد. همین اتفاق هم افتاده، مثلاً به واسطه نرم‌افزارهایمان توانستیم تعدادی از دستگاه‌ها و محصولات را به شرکت‌هایی خارج از گروه مالی پاسارگاد هم بفروشیم. در واقع بخش نرم افزار فناپ تک به مزیت رقابتی شرکت بدل شده است. شرکت با وجود این واحد مولدتر شده و ما خیلی مشتاق هستیم مشتریانی خارج از گروه مالی پاسارگاد داشته باشیم و بتوانیم با بانک‌های دیگر نیز همکاری کنیم.» به گفته سلیمانی، فناپ تک تا قبل از سال ۱۳۹۸ یک



شماره ۵۹ | ۲ مرداد ۱۴۰۱ | سال دوم | کارنگ؛ هفته‌نامه اقتصاد نوآوری ایران

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

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مینا والی
سردبیر: رضا جمیلی

دبیر تحریریه: المیرا حسینی
دبیر ویژه‌نامه بیمه دیجیتال: لیدا هادی
تحریریه: مهران امیری، عبدالله مقدمی
لی‌لی اسلامی، سپیده اشرفی، پارسا خاک‌نژاد
ترانه احمد دوست، پریسا امام‌وردیلو
زهره دودانگه، منیره شاه‌حسینی



فیلمو

واکنش فیلمو به ساترا

فیلمو در پاسخ به نامه رئیس ساترا، خواستار شفاف‌سازی درباره چگونگی تأسیس و نحوه قانون‌گذاری توسط ساترا شده و گفته انسداد ایجاد شده محصول عملکرد بی‌ضابطه ساتراست.

آسوده خرید



سرویس بیزینس دیجی کالا

دیجی کالا بیزینس، سرویس تسهیل فرایند خرید B2B شروع به کار کرد و از طریق وب‌سایت دیجی کالا بیزینس در دسترس کاربران قرار می‌گیرد.



تقسیم سود آپ

شرکت آسان پرداخت پرشین (آپ) در مجمع عمومی عادی سالانه خود ۱۰ درصد از سود هر سهم (۲۲ ریال) را بین سهام‌دارانش تقسیم کرد.

سهم ۵۴ درصدی صبا ایده

محمدجواد شکوری مقدم، مدیرعامل هلدینگ صبا ایده گفته محصولات‌شان از جمله آپارات، فیلمو، سینما تیکت و... به ۵۴ درصد ترافیک IXP کشور رسیدند.



نظرها و خبرها

VIEWS AND NEWS

شماره ۵۹
۲ مرداد ۱۴۰۱
سال دوم



عکس: نسیم عثمانی

او با بیان اینکه سندباکس آمده تا فرایندهای بوروکراتیک را به چالش بکشد، ادامه داد: «پیوند دادن مجموعه‌های بوروکراتیک و مجموعه‌های چاپک نوآور کار دشواری است و به فضایی خارج از ساختار موجود نیاز دارد. سندباکس فضایی برای تعامل همین موارد است. نمی‌توان به یکباره دو مجموعه با ساختارهای متفاوت را به هم پیوند زد.»

عبداللهی تأکید کرد که سندباکس‌های تکی است که به دنبال ایجاد تعادل میان مجموعه‌های نوآور و سنتی است و پروژه سندباکس از زمانی جدی‌تر پیش رفت که رئیس کل بانک مرکزی در جلسه فین‌تک‌ها حضور پیدا کرد. به گفته او، حضور رئیس کل بانک مرکزی در جلسه یک سیگنال برای تمام شرکت‌های زیرمجموعه بانک بود.

نوآوری به تغییر رویکرد و ذهنیت نیاز دارند. او که معتقد است سندباکس بانک مرکزی راهکاری مؤثر برای تعامل با رگولاتور است، توضیح داد: «مدیران ما به رویکردهای بوروکراتیک و دستوری عادت کرده‌اند. ساختار سنتی، دیکته شدن بوروکراسی به مدیران و نحوه‌ای که باید پاسخگو باشند، دست‌به‌دست هم داده تا مدیران ریسک‌گریز شوند. حاکمیت چند سالی است که به بها دادن به نوآوری تأکید دارد، اما تا زمانی که تصمیم‌گیران اصلی وارد فضا نشوند، این مهم محقق نخواهد شد.»

یکی از نگرانی‌های من این است که محیط آزمون به یک گلوگاه تبدیل شود. در صورت وقوع چنین اتفاقی بعید است به این زودی‌ها بتوانیم، راهکاری برای تعامل حاکمیت و ایده‌ها پیدا کنیم.»

راهنمای بین‌المللی محیط‌های آزمون تنظیم‌گری فناوری‌های مالی با همکاری شرکت ملی انفورماتیک و انتشارات راه‌پرداخت منتشر شد

محیط آزمون به گلوگاه تبدیل نشود

در مراسمی با حضور علی عبداللهی، مدیرعامل شرکت ملی انفورماتیک؛ احمد تقوایی، سرپرست مرکز فناوری اطلاعات و توسعه اقتصاد هوشمند وزارت اقتصاد؛ رضا بیات، نماینده بانک مرکزی در فرا سندباکس؛ سید جعفر مرتضویان، مدیر نوآوری، طرح، تحقیقات و مطالعات راهبردی شرکت ملی انفورماتیک؛ رضا قربانی، مؤسس کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار و محمد مهدی شریعتمدار، رئیس هیئت‌مدیره انجمن فین‌تک از گزارش «راهنمای بین‌المللی محیط‌های آزمون تنظیم‌گری فناوری‌های مالی» رونمایی شد. این گزارش با همکاری انتشارات راه‌پرداخت و شرکت ملی انفورماتیک تهیه و تنظیم شده است.

به گفته علی عبداللهی، مدیرعامل شرکت ملی انفورماتیک، حاکمیت و مدیران بخش‌ها برای پذیرش

هفدهمین رویداد فیناپ برگزار می‌شود رویدادی درباره وام و اعتبار

هفدهمین رویداد فیناپ به موضوع BNPL و آینده پرداخت‌های اعتباری می‌پردازد. BNPL به مفهوم «الان بخر، بعداً پرداخت کن» نوعی سرویس اعتباری است که در آن افراد می‌توانند پس از اعتبارسنجی در شرکت‌های لندتک اقدام به خرید محصول یا خدمت مورد نیاز کنند و در موعد مقرر اعتبار در یافتی خود را بپردازند.

در رویداد هفدهم چهره‌هایی چون حامد قنادپور، مدیرعامل تارا؛ ماکان سپهری، مدیر بانکداری دیجیتال بانک خاورمیانه؛ مجید حسامی مدیرعامل اسنپ‌پی؛ محمدحسین کاشی، مدیرعامل پرداخت الکترونیک سداد؛ احمد افتخاری، مدیرعامل تالی؛ هومن امینی، مدیرعامل دیجی‌پی و محمد فرجود، مدیرعامل هلدینگ فناوری بانک تجارت، ارائه‌هایی در این خصوص خواهند داشت.

انتصاب سرپرست مرکز توسعه تجارت الکترونیکی وزیر صنعت امین کلاهدوزان را انتخاب کرد

وزیر صنعت، معدن و تجارت با صدور حکمی، «امین کلاهدوزان» را به سمت سرپرست مرکز توسعه تجارت الکترونیکی منصوب کرد. رضا فاطمی امین، وزیر صمت در این حکم خطاب به کلاهدوزان اظهار داشته، بنا به پیشنهاد معاون تجارت و خدمات و نظر به شایستگی، تعهد و تجارب ارزنده او، به موجب این حکم به سمت «سرپرست مرکز توسعه تجارت الکترونیکی» وزارت صنعت، معدن و تجارت منصوب می‌شود. کلاهدوزان دانش آموخته کارشناسی رشته مخابرات بوده و تحصیلات تکمیلی خود را در رشته‌های مدیریت اجرایی و مدیریت راهبردی کسب و کار ادامه داده است. او سابقه کاری در جایگاه‌های مدیریت ارشد سازمان‌های دولتی و شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات را داشته است.



شماره دوم مجموعه کتاب‌های راه‌کار منتشر شد

لندتک؛ میدان جدید

در یکی دو دهه اخیر، چرخ‌های اقتصاد و سیاست و بحران‌های گوناگون طبیعی و غیرطبیعی در کشورمان طوری به هم پیچیده‌اند و وضعیت اقتصادی خانوارها را به هم ریخته‌اند که تأمین تسهیلات و وام‌های خرد بیش از هر زمان دیگری اهمیت یافته و به معضلی منتظر چاره‌جویی تبدیل شده است.

در این میان، کسب و کارهایی هم هستند که از شعار دادن فاصله گرفته و راه‌کارهایی مبتنی بر فناوری ارائه داده‌اند که هم رؤیای برابری را قدری زمینی کند، هم از محافظه‌کاری‌های اقتصاد سنتی عبور کند.

استمرار تورم بیش از ۴۰ درصدی در سال‌های اخیر در ایران،



قدرت خرید مردم را به شدت کاسته است و نیاز به ارائه وام‌های خرد بیش از پیش احساس می‌شود. کسب و کارهای حوزه لندتک در ایران این نوید را می‌دهند که با فراهم آوردن تسهیلات خرد، قدری فشارها را از روی دوش خانوارها کم کنند.

شماره دوم مجموعه کتاب‌های راه‌کار با تمرکز بر حوزه نوظهور لندتک با عنوان «درباره لندتک؛ آموزه‌های مهم‌ترین کتاب‌های حوزه اقتصاد و تأمین مالی خرد» منتشر شده است.

در این شماره خوانندگان خلاصه‌ای از مهم‌ترین آثاری را که در حوزه وام‌دهی و اقتصاد نوشته شده می‌خوانند.



چرا وندار؟

بهبانۀ اصلی ما برای رفتن به سراغ وندار در این شماره کارنگ، بیش از هر چیز ارائه بستر دایرکت دبیت از سوی آنها بود. دایرکت دبیت یا برداشت خودکار شیوه‌ای است که دهه‌ها در آمریکا و اروپا رواج داشته و همین مدل به خلق بیزینس مدل‌هایی انجامیده که جای خالی آنها در کشور دیده می‌شود. مهدی عبادی، مدیرعامل و هم‌بنیان‌گذار وندار، احتمالاً یکی از بهترین گزینه‌هایی بود که می‌شد در مورد مزایای دایرکت دبیت و مشکلاتی که پیش پای فراگیر شدنش وجود دارد، با او به گپ‌وگفت پرداخت.

عبادی مشخصاً از رگولاتوری بد بانک مرکزی گلایه دارد. این را به تناوب از زبان کسانی که در حوزه فین‌تک مشغول به فعالیت هستند، می‌شنویم. مدیرعامل وندار در توضیح رگولاتوری بد می‌گوید بانک مرکزی نمی‌خواهد چیزی از کنترل خودش خارج باشد و برای همین همه چیز را به بانک‌ها گره زده. از سویی، بانک‌ها نیازی به برخی نوآوری‌ها نمی‌بینند، زیرا برایشان صرفه اقتصادی ندارد و از سویی دیگر، کسب‌وکارها نیز برای نوآوری در این حوزه‌ها، با قوانین سخت و دست‌وپاگیر بانک مرکزی مواجه می‌شوند. در چنین شرایطی فضای کسب‌وکار قفل می‌شود.

اما فقط دشواری کار در حوزه فین‌تک به دلیل محدودیت‌ها مطرح نیست. وقتی جای پای رگولاتوری بد در حوزه‌ای این چنین پررنگ باشد، سرمایه‌ها را نیز فراری می‌دهد. از فضایی که نه افراد نوآور اجازه بروز و ظهور دارند و نه سرمایه‌های به آن تزریق می‌شود، آیا می‌توان انتظار معجزه داشت؟

عبادی می‌گوید آنها با سختی و مشقت و صرف هزینه بسیار توانسته‌اند سرویس دایرکت دبیت را به کسب‌وکارها ارائه دهند. آنها اولین بوده‌اند و در بیشتر مواقع سخت‌ترین اتفاقات برای اولین‌ها رخ می‌دهد. اما به نظر می‌رسد زمانی که مردم به‌عنوان مصرف‌کنندگان نهایی و کسب‌وکارها، مزایای چنین سرویسی را لمس کنند، دیگر رگولاتور نمی‌تواند مانع خواسته جمعی شود و شاید ناچار باشد زمینه نوآوری‌های دیگری را نیز ایجاد کند. و این یکی از ارزش‌های کاری است که وندار انجام داده است.



شماره ۵۹
۲ مرداد ۱۴۰۱
سال دوم



عکس: نسیم اعتمادی

زیست دشوار در رگولاتوری بد

گفت و گو با مهدی عبادی، هم‌بنیان‌گذار و مدیرعامل وندار؛ او معتقد است بانک مرکزی با گره زدن همه چیز به بانک‌ها، در اصل فضای فین‌تک را قفل کرده است

سال‌ها پیش، ظهور ابزارهای نوین پرداخت باعث شد عرصه تجارت الکترونیک شاهد حضور کسب‌وکارهای متنوع و رشد آنها باشد. امروز به نظر می‌رسد ابزاری چون برداشت خودکار یا دایرکت دبیت با ارزشی که برای مصرف‌کنندگان و کسب‌وکارها ایجاد می‌کند، این قابلیت را دارد که رشد دیگری را در این فضا رقم بزند. اما در حال حاضر انگشت‌شمارند کسب‌وکارهایی که بستر این روش را ارائه می‌دهند که به ادعای مهدی عبادی، مدیرعامل و هم‌بنیان‌گذار وندار، این کسب‌وکار سرآمد آنهاست. دایرکت دبیت چه ارزش‌هایی خلق می‌کند؟ چه کسب‌وکارهایی می‌توانند از این مدل پرداختی استفاده کنند و چه بیزینس مدل‌هایی با رواج آن می‌توانند ایجاد شوند؟ و مهم‌تر از همه؛ چرا ابزار پرداختی که از سال ۱۹۶۴ در آمریکا وجود داشته و کارآمدی خود را به اثبات رسانده، تا امروز در ایران فراگیر نشده است؟ عبادی در گفت‌وگوی پیش‌رو به این سؤالات پاسخ داده است. او ریشه همه مشکلات حوزه فین‌تک از جمله دایرکت دبیت را رگولاتوری بد می‌داند و معتقد است بانک مرکزی می‌خواهد همه چیز را تحت مرکزیت خود داشته باشد و به همین دلیل به کسب‌وکارها اجازه ظهور و بروز نمی‌دهد.

حال حاضر در ۱۳ بانک این سرویس را ارائه می‌دهیم و کم‌کم بانک‌های دیگر را نیز به سرویس‌مان اضافه می‌کنیم. کسب‌وکارهایی که آبونمان با حق اشتراک از مشتریان خود دریافت می‌کنند، می‌توانند بدون دخالت کاربر این حق اشتراک را بگیرند. کسب‌وکارهایی مانند VOD، شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات اینترنت و... متصوریم که این حوزه و این زیرساخت بتواند تغییر و تحولی را در بیزینس مدل کسب‌وکارها ایجاد کند و مدل‌هایی را به وجود بیاورد که در دنیا سال‌هاست کار می‌کند و ما در ایران نداشتیم.

در مورد برخی از سرویس‌هایی که به کسب‌وکارها ارائه می‌دهید، رقیب دارید. مزیت رقابتی خود را چه می‌دانید؟

ما در ابتدای راه تنها پلتفرمی بودیم که هم ابزار دریافت پول داشتیم و هم ابزار پرداخت. به همین دلیل هم کسب‌وکارهای کرپتیوی عمده‌تاً به سمت وندار آمدند و از ما سرویس می‌گیرند. طبیعتاً آن زمان مزیت رقابتی‌مان این بود. اما به مرور رقاباتی پیدا کردیم. در حوزه درگاه پرداخت رقیب

چون پلتفرم‌ها به وجود آمده بودند که عمدتاً از یک نفر پول می‌گیرند و ممکن است بین یک تا چند نفر تسهیم انجام دهند. به همین دلیل بازار هدف خود را پلتفرم‌ها قرار دادیم که بیشتر فعالیت مالی دوسویه انجام می‌دهند. در این مسیر اولین ابزاری که به سراغ رفتیم - زیرا سهل‌الوصول بود - درگاه پرداخت بود. اما از آنجا که می‌دانستیم کسب‌وکارها به ابزار پرداخت پول نیز نیاز دارند، سرویس تسویه حساب یا تسهیم خودمان را راه انداختیم که مبتنی بر پایای بانک مرکزی است. بعد از آن به مرور به سراغ دستگاه کارتخوان بانکی رفتیم که پاسخی برای نیاز کسب‌وکارهای فیزیکی داشته باشیم. اما از آنجا که در این حوزه، محدودیت‌های رگولاتور بیش از اندازه بود، این حوزه را چندان توسعه ندادیم و روی آن کار نکردیم و از جایی به بعد متوقف شد.

بعد به سراغ دایرکت دبیت رفتیم؛ ابزاری که در ایران وجود نداشت، در حالی که در دنیا از سال ۱۹۶۴ از آن استفاده می‌شد. هدف‌مان این بود که به کسب‌وکارهای آبونمانی (Subscription Based) یک ابزار جدید ارائه دهیم. در

لطفاً برای شروع کمی درباره فعالیت وندار توضیح دهید. چطور کارتان را شروع کردید و طی این سال‌ها چه مسیری را پیمودید؟

وندار به تازگی سه ساله شد و ما وارد چهارمین سال فعالیت‌مان شدیم. از روز اول هدف‌مان این بوده که به تمام نیازهای مالی و پرداخت الکترونیکی کسب‌وکارهای آنلاین پاسخ دهیم. این به چه معناست؟ یعنی ارائه مجموعه‌ای از ابزارهای دریافت و پرداخت پول و شاید در آینده، تأمین مالی سرمایه در گردش شرکت‌ها که امیدواریم روزی بتوانیم به این نقطه برسیم.



المیرا حسینی



elmirahosseini@gmail.com

این مورد آخر جزو چشم‌انداز شماست؟

بله، ما در حوزه پرداخت الکترونیکی، از همان روز اول به این فکر می‌کردیم که کسب‌وکارهای آنلاین فقط به ابزار دریافت پول نیاز ندارند؛ چیزی که PSP‌ها از سال ۸۳ ارائه می‌دادند. ما متوجه شدیم بیزینس مدل کسب‌وکارها تغییر کرده و کسب‌وکارها نیاز به ابزار پرداخت پول هم دارند.

بسیار داریم و در حوزه تسویه‌حساب به تعداد کمتر، مزیتی که برای خود تعریف کردیم، این بود که سعی کنیم ابزارهای حاشیه‌ای را هم به وجود بیاوریم. مثلاً به‌تازگی سرویسی را ارائه داده‌ایم به نام «کردار» که عملکرد مالی پذیرندگان ما را مورد تحلیل قرار می‌دهد و دیتاها و بینش‌هایی به آنها می‌دهد. کمک می‌کند کسب‌وکارهایی که از ابزار پرداخت الکترونیک در یافت می‌کنند، بتوانند نگاه دقیق‌تر و جامع‌تری در مورد اتفاقات مالی خود داشته باشند. هدف‌مان این است که در آینده به کسب‌وکارها کمک کنیم بتوانند پیش‌بینی‌پذیر شوند. یعنی یک کسب‌وکار بداند که در ماه آینده چقدر هزینه خواهد داشت و چقدر درآمد و بتواند برنامه‌ریزی کند. سرویس مشتریان را نیز داریم که به کسب‌وکارها کمک می‌کند مشتریان خودشان را در وندار تعریف کنند و به همین دلیل هر مراده مالی خودشان را به یک مشتری نهایی ربط دهند. این باعث می‌شود تا کسب‌وکارهای ما در کردار به‌ازای هر مشتری خودشان هم آمار و دیتایی را داشته باشند و شناخت بهتری پیدا کنند. به‌نوعی آنالیتیکس مالی در ارتباط با مشتریان و در سطح کلان بیزینس است. سرویس دیگری که سال آینده ارائه خواهیم داد، سرویس «رادار» است. رادار سرویس کشف و مدیریت تقلب برای کسب‌وکارهاست. کسب‌وکارهایی توانند با این سرویس ببینند که آیا در کسب‌وکارشان تخلفی و تقلبی اتفاق می‌افتد؛ و اگر هست، تا جایی که ممکن است جلو آن را بگیرند. گاهی اوقات کسب‌وکارها از سرویس مشتریان ما به‌جای بک آفیس خودشان هم استفاده می‌کنند. یعنی به‌جای اینکه برای کال سنتر و پشتیبانی خود بک آفیس بنویسند، از همان سرویس مشتریان ما بهره می‌برند که این کمک می‌کند هزینه‌های عملیاتی‌شان کاهش یابد. این مجموعه مزایای رقابتی است که رقباي ما عموم آن را ارائه نمی‌دهند.

◀◀ **گفتید به دلیل محدودیت‌های رگولاتوری، حوزه دستگاه کارتخوان بانکی را کنار گذاشتید. بیشتر در این باره توضیح می‌دهید؟ حوزه دیگری هم بوده که به این دلیل کنار گذاشته شود؟**

حوزه دیگری جز این به نظرم نمی‌رسد، ولی حوزه دستگاه کارتخوان بانکی واقعاً از همان حوزه‌هاست که به دلیل محدودیت‌های رگولاتور آن را کنار گذاشتیم. ما در این حوزه می‌توانستیم ارزش‌های بسیاری برای کسب‌وکارها خلق کنیم و حتی می‌توانستیم نظام کارمزد را نیز در حد توان خود بهینه کنیم. اما به دلیل محدودیت‌های زیاد رگولاتور وارد نشدیم و دیدیم در نهایت ورود به این حوزه برای ما از نظر تجاری به‌صرفه نخواهد بود و محدودیت‌هایی که وجود داشت، اجازه نوآوری چندان‌ی را هم نمی‌داد.

◀◀ **همان‌طور که خودتان هم به آن اشاره کردید، دایرکت دبیت می‌تواند یکسری بیزینس مدل جدید ایجاد کند. کمی در این باره توضیح می‌دهید که چا افتادن دایرکت دبیت می‌تواند چه مدل کسب‌وکارهایی ایجاد کند و به چه کسب‌وکارهایی رونق دهد؟ چه حوزه‌هایی امکان استفاده از این مدل را دارند ولی به آن آگاه نیستند؟**

در حوزه سرویس‌های آیمونمانی یا حق اشتراکی، تفاوتی که دایرکت دبیت نسبت به درگاه پرداخت برایشان ایجاد می‌کند، این است که ماندگاری کاربر را افزایش می‌دهد. در یک سرویس VOD اگر کاربری به صورت مداوم سه‌ماه پشت سر هم از طریق درگاه پرداخت حق اشتراک خریداری کند، در صورت استفاده از دایرکت دبیت ماندگاری‌اش به هشت‌ماه افزایش می‌یابد.

◀◀ **در این مورد تحقیقی صورت گرفته؟**

این دیتای واقعی یکی از VODهاست. VOD می‌گوید مشتری من که از طریق دایرکت دبیت پرداخت‌اش را انجام می‌دهد، حداقل هشت‌ماه می‌ماند. این کمک می‌کند تا کسب‌وکار یک جریان نقدی منظم و مداومی را برای خود ایجاد کند که به رشد کسب‌وکار منجر می‌شود. عدد و رقم دقیقی در خاطر من نیست، ولی در آمریکا دایرکت دبیت کارکرد بسیار زیادی در

حوزه فروش کالا دارد. ما چه در محیط زندگی و چه در محیط کسب‌وکار یکسری از کالاها را هر ماه می‌خریم. مثلاً خود وندار به صورت منظم هر دو هفته یک‌بار کالاهایی مثل چای، قند، قهوه، کاغذ A4 و… می‌خرد. در دنیا کسب‌وکارهایی وجود دارند که این‌گونه تأمین کالا را با دایرکت دبیت انجام می‌دهند. یعنی به صورت اتوماتیک در بازه‌های مورد نیاز من این کالاها تحویل داده می‌شود و بدون دخالت من از حساب بانکی‌ام، هزینه‌اش برداشته می‌شود. ما این مدل کسب‌وکار را در ایران نداریم.

به‌علاوه در حوزه اینترنت اشیا در دنیا اتفاقات عجیب‌وغریب بسیاری رخ می‌دهد ولی در ایران خبری از آن نیست. در IoT هم به دلیل اینکه بدون دخالت انسان سرویس یا کالایی در آن خریداری می‌شود، دیگر درگاه پرداخت جایگاهی ندارد و ابزار مناسبی نیست. در این حوزه هم دایرکت دبیت می‌تواند بیزینس مدل‌های جدیدی را خلق کند و حتی به ایجاد کسب‌وکارهای جدید بینجامد.

◀◀ **در حال حاضر چه کسب‌وکارهایی از سرویس دایرکت دبیت شما استفاده می‌کنند و توصیه می‌کنید کدام کسب‌وکارهای حاضر به سراغ شما بیایند؟**

بیشتر از همه VODها به سمت ما آمدند. در حال حاضر فیلیمو و نماوا از این سرویس استفاده می‌کنند و هاشور، فیلم‌نت، کاناپه، فیلیمو کیدز و… در گیرودار پیاده‌سازی آن در پلتفرم‌های خود هستند.

ما در میان مشتریان مان کسب‌وکار بورسی هم داریم. «بلوط» با استفاده از دایرکت دبیت برای مشتریان خود پس‌انداز خودکار (Automatic Saving) انجام می‌دهد و این پس‌انداز را به یک سرمایه‌گذاری در حوزه بازار سرمایه تبدیل می‌کند و برای مشتریان خود صندوق سهامی و صندوق ETF می‌خرد.

ما فکر می‌کنیم VODها، سرویس‌دهندگان اینترنت، سرویس‌دهندگان خدمات ابری، شرکت‌های بورسی، کارگزاری‌ها، سرویس‌های اشتراکی محتوایی مثل راه‌پرداخت، کارنگ، عصر تراکنش حوزه‌هایی هستند که می‌توانند از دایرکت دبیت استفاده کنند. شرکت‌هایی که به صورت مداوم اجناسی را به شرکت‌ها می‌فروشند هم می‌توانند از این روش پرداخت بهره ببرند. این روش همان‌طور که گفتم به آنها کمک می‌کند ماندگاری کاربر و در نهایت میزان درآمدشان افزایش یابد.

◀◀ **در حال حاضر غیر از شما، ارائه سرویس دایرکت دبیت باز یگر دیگری هم دارد؟**

در مورد دایرکت دبیت، بله، یکی، دویا یگر دیگر هم هستند. اما در مورد سرویس حق اشتراک به شکلی که وندار ارائه می‌دهد، نمونه‌ای در بازار ندیده‌ایم. چیزی که ما در اختیار شرکت‌ها قرار می‌دهیم، یک محصول (Product) جمع‌وجور و ساده برای کسانی است که حق اشتراک دریافت می‌کنند و صرفاً یک سرویس نیست.

◀◀ **برآوردی از اندازه بازاری که در آن کار می‌کنید، دارید؟ در حال حاضر سهم‌تان چقدر است و چه برنامه‌ای برای افزایش این سهم دارید؟**

در حال حاضر که سهم ما به‌شدت پایین است، زیرا در ابتدای راه هستیم. الان چهار میلیارد تراکنش در ماه در شبکه شاپرک انجام می‌شود و از این مقدار، ۲۰۰ میلیون به‌صورت آنلاین صورت می‌گیرد. ما متصوریم که در سال ۱۴۰۵، ۳۰ درصد تراکنش‌های آنلاین به جای درگاه پرداخت روی بستر دایرکت دبیت انجام خواهد شد. طبیعتاً تا این سال نرخ رشدی را

هم داریم و فکر می‌کنیم نرخ رشد تراکنش‌های آنلاین شیب صعودی خواهد داشت. یعنی برآورد ما این است که در انتهای سال ۱۴۰۵، در حدود ۲۱۰ میلیون تراکنش در بستر دایرکت دبیت اتفاق می‌افتاد. طبیعتاً به‌عنوان لیدر بازار دایرکت دبیت، انتظار داریم که بخش عمده‌ای از این مقدار، سهم وندار باشد.

◀◀ **از نظر مالی هم تخمینی دارید؟ فعلاً خیر. در این مورد نمی‌توانیم تخمینی بزنیم.**

◀◀ **تجارت الکترونیک در ایران با گسترش صنعت پرداخت، اولین رشد بزرگ خود را تجربه کرد. این‌طور گفته می‌شود که دایرکت دبیت می‌تواند زمینه‌ساز جهش دوم تجارت الکترونیک باشد. نظر شما در این مورد چیست؟ برآوردی از میزان رشد آن وجود دارد و این دو چه تأثیری می‌توانند روی یکدیگر داشته باشند؟**

البته در ابتدای راه، سرویس‌های پرداخت به رشد تجارت الکترونیک منجر شد. الان برعکس است و سرویس‌های بی‌کیفیتی که ارائه می‌شود، مانع از رشد تجارت الکترونیک است و این هم از رگولاتوری بد ناشی می‌شود. در حال حاضر اگر سرویس‌های پرداخت الکترونیکی درست، باکیفیت و جامع ارائه شود، می‌تواند دوباره به رشد تجارت الکترونیک در ایران بینجامد. اما من فکر می‌کنم در حال حاضر یکی از مهم‌ترین موانع رشد تجارت الکترونیک،

عدم رشد زیرساخت‌های فین‌تکی است. بخشی پرداخت الکترونیک است و بخشی دیگر تأمین مالی و حتی سرویس‌های اعتباری که می‌تواند سمت بازار را تحریک کند. طبیعی است که اگر بانک مرکزی محدودیت‌های خود را کاهش دهد و سرویس‌های فین‌تکی رشد زیادی داشته باشند، احتمال بسیاری وجود دارد که به تبع آن رشد تجارت الکترونیک و در نهایت رشد اقتصاد دیجیتال رقم بخورد. یادمان باشد با تمام این محدودیت‌ها در طول دوره کرونا تنها حوزه‌ای که در تولید ناخالص داخلی رشد داشت، تجارت الکترونیک بود.

در حال حاضر تجارت الکترونیک ما در دو حوزه کالا و خدمات فعال است. من فکر می‌کنم این حوزه می‌تواند متنوع‌تر باشد. خیلی نمی‌توانم پیش‌بینی کنم که برداشتن محدودیت‌های حوزه فین‌تک به چه میزان رشدی خواهد انجامید، اما گمان می‌کنم حداقل دامنه خدمات تجارت الکترونیک را به‌شدت توسعه می‌دهد.

◀◀ **شما گفتید که دایرکت دبیت از سال ۱۹۶۴ در دنیا رواج داشته ولی به‌تازگی در ایران این بستر فراهم شده است. اتفاقاً در جلسه‌ای که با آقای باقری اصل داشتم، در مورد مشکلات دایرکت دبیت گفت که بانک مرکزی می‌گوید بخش نامه‌اش را صادر کرده اما این چیزی نیست که نیاز به بخش نامه داشته باشد، بلکه باید زیرساخت‌های مورد نیازش آماده شود. این زیرساخت‌ها چه هستند و چه چیزی باعث شده دایرکت دبیت در ایران این‌همه سال مغفول بماند و همچنان هم آن‌طور که باید و شاید رشد نکند؟**

اوضاع در مورد کیف پول هم همین است و همه ریشه در رگولاتوری بد دارد.

◀◀ **رگولاتوری بد به چه معنا؟ اگر شما می‌توانید چنین سرویسی ارائه دهید، چرا سایر شرکت‌ها به سراغش نمی‌روند و فرآگیر نمی‌شود؟**

وقتی درباره رگولاتوری بد صحبت می‌کنیم، از این منظر است که بانک مرکزی برای اینکه همه‌چیز را تحت کنترل مرکزی خودش نگه دارد، هر اتفاقی را به PSPها و بانک‌های موجود گره

می‌زند. این باعث می‌شود رشد اتفاق نیفتد. صنعت فین‌تک در دنیا به این شکل رشد نکرده است. مثلاً در مورد کیف پول، بانک مرکزی همه‌چیز را به بانک‌ها گره زد و اجازه نداد استارت‌آپ‌ها وارد شوند. بانک مرکزی می‌گوید بخش نامه داده‌ام، در حالی که بانک‌ها مگر برای ایجاد کیف پول نیازمند بخش نامه بودند؟ آنها می‌توانستند کیف پول را با همان بخش نامه‌ها و مصوبات گذشته ارائه دهند. ما نیازمند بخش نامه‌ای بودیم که اجازه دهد شرکت‌های دیگر وارد این حوزه شوند. اما بخش نامه‌ها و مصوبات بانک مرکزی می‌گوید همه‌چیز دوباره باید تحت کنترل بانک باشد. در این شرایط، بانک می‌بیند برایش صرفه‌ندارد و به سراغش نمی‌رود. شرکت‌ها هم اگر بخواهند خودشان بروند و در این حوزه فعالیت کنند، وابسته به زیرساخت‌های بانک هستند که بانک آنها را توسعه نمی‌دهد. آیا شرکت خودش می‌تواند این زیرساخت‌ها را ایجاد کند؟ خیر، بانک مرکزی برایش محدودیت ایجاد کرده است. الان معضل کیف پول همین است. در مورد دایرکت دبیت به چه صورت است؟ چرا اتحادیه اروپا در زمین فین‌تک و تجارت الکترونیک رشد می‌کند؟ زیرا یک PSD2 دارد که بانک را ملزم به ارائه سرویس می‌کند. یعنی اگر من در اتحادیه اروپا به بانکی بروم و بگویم API می‌خواهم و بانک بگوید نمی‌توانم به تو این سرویس را بدهم، من می‌توانم در دادگاه از آن بانک شکایت کنم و دادگاه هم به نفع من رأی می‌دهد. این به خاطر PSD2 است. اما در ایران، بانک مرکزی هم بانک را ملزم به ارائه سرویس نکرده و هم همه‌چیز را به موجودیتی به نام بانک گره زده است. از طرفی به‌شدت رگولاتوری را محدود به کنترل مرکزی خودش کرده است. در این شرایط سرمایه‌گذار هم ورود نمی‌کند. در حقیقت بانک مرکزی بارگولاتوری بد، یک شرایط غیرقابل گشایش در همه حوزه‌ها به وجود آورده و طبیعی است که در چنین شرایطی هیچ اتفاق عجیب‌وغریبی که به تغییر منجر شود، نمی‌افتد؛ مثل کاری که اسنپ و تپسی و دیجی کالا کردند. بانک مرکزی این را در نهادهای زیرمجموعه و وابسته به خودش قفل کرده است. پاسخ آقای باقری اصل هم به همین مسئله اشاره داشته است. چیزی که ما می‌خواستیم، بخش نامه نبود، بلکه راه‌سازی این محیط قفل شده بیرون از شبکه بانکی بود.

◀◀ **شما چطور توانستید این کار را انجام دهید؟ به‌سختی. کمی با کمک بوم‌ها و سرویس‌هایی که ایجاد کرده بودند، مثل فینوتک و فراپوم. بعد با بانک‌ها گفت‌وگو کردیم. یک بانک را مجبور کردیم زیرساخت ایجاد کند و به بانک دیگری که زیرساخت نداشت، زیرساخت خودمان را ارائه دادیم.**

◀◀ **در اصل با این محدودیت‌ها، راه‌اندازی چنین کسب‌وکاری پیچیده می‌شود.**

بله، بسیار پیچیده، سخت و هزینه‌بر. بانک‌ها هم دلیلی نمی‌بیند این سرویس‌ها را ارائه دهد.

◀◀ **تا اینجا درباره کسب‌وکارها گفتیم. دایرکت دبیت برای کاربر مصرف‌کننده چه ارزشی خلق می‌کند؟ یکسری از سرویس‌ها و کالاها برای ما جنبه حیاتی دارد و نمی‌خواهیم قطع شوند، مثل سرویس اینترنت خانه، دایرکت دبیت به کاربر کمک می‌کند چنین سرویس‌هایی را دائمی و بدون قطع نگه دارد، زیرا لازم نیست به درگاه پرداخت برود و اتوماتیک از حساب شخص کسر می‌شود. همچنین دایرکت دبیت سهولت پرداخت را با خود به همراه دارد. ما امروز چالش در یافت پیامک رمز دوم و مسائلی از این دست را داریم. در مورد دایرکت دبیت نیازی به این چیزها نیست. کاربر می‌تواند با یک کلیک یا حتی بدون آن، پرداخت خود را انجام دهد. و در نهایت، سرویس‌های مبتنی بر حق اشتراک، سرویس‌شان را به کسانی که از درگاه پرداخت استفاده می‌کنند با یک قیمت و به کسانی که از دایرکت دبیت استفاده می‌کنند، با قیمت دیگری ارائه می‌دهند. الان فیلیمو و نماوا دارند این کار را انجام می‌دهند و سرویس خود را برای این افراد با قیمت پایین‌تری عرضه می‌کنند.**

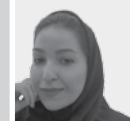


ماجرای کاربری که حاضر است دو ساعت منتظر سفارش خود بماند

هیچ کس این سفارش را قبول نمی کند!

به تازگی ویدئویی در شبکه اجتماعی تیک تاک (متعلق به آنجلیکا یکی از کارمندان اینستا کارت) منتشر شده و توانسته بیش از ۲۰ هزار بازدید را از آن خود کند.

ویدئو از این قرار است که یکی از مشتریان اینستا کارت (یک شرکت آمریکایی که خدمات تحویل و ارسال مواد غذایی را از طریق وبسایت و اپلیکیشن در ایالات متحده و کانادا انجام می دهد) سفارشی در فاصله ۳۰ مایلی از یک شهر ساحلی کوچک به نام دانا پوینت کالیفرنیا ثبت کرده است.



نسیم مؤذن

moazzenasim@gmail.com

این موضوع توجه و تعجب مخاطبان را برانگیخته و همه با خود می گویند چرا یک مشتری نباید از فروشگاه و المارت نزدیک خانه خود خرید کند و این کار را به اینستا کارت بسپارد. آنجلیکا که یکی از پیک های تحویل سفارشات اینستا کارت است در صفحه تیک تاک از تجربیات کاری اش در این شرکت برای مخاطبان می گوید. در بخش نظرات برخی کاربران گفته اند هرگز این سفارش را قبول نمی کنند. در واقع نقش اصلی در جنجالی سازی این محتوا را آنجلیکا بازی می کند! ایراد اصلی این سفارش به صرف هزینه بالای بنزین برمی گردد. زیرا واقعاً توجیهی برای آدمی که در یک قدمی فروشگاه است و ترجیح می دهد دیگران و خودش دو ساعت به انتظار برای تحویل کالا بنشینند، وجود ندارد!



شماره ۵۹
۲ مرداد ۱۴۰۱
سال دوم



لجستیک بهینه

گفت و گو با مهدی مساوات، مدیرعامل و هم بنیان گذار روناد او می گوید با ارائه سرویس فول فیلمنت دیگر نیازی نیست کسب و کارها به فکر انبارداری، بسته بندی و ارسال کالا باشند

بسیاری از کسب و کارهای اینترنتی با مشکلات لجستیکی سروکار دارند و معمولاً نمی خواهند درگیر هیچ قسمت از زنجیره لجستیکی شوند. آنها تمایل دارند همه فرایندهایی که بعد از تأمین تا لحظه تحویل کالا به مشتری انجام می شود، از طریق شرکت دیگری برای آنها اجرا شود. سرویس فول فیلمنت سعی دارد چنین خدماتی را به کسب و کارها ارائه دهد و آنها را از فکر انبارداری، بسته بندی و ارسال کالا رها کرده و اجازه دهد تمرکزشان روی روش های بازاریابی و فروش و توسعه کار باشد. «روناد» شرکتی لجستیکی است که از رشد کسب و کارهای اینترنتی در جهان ایده گرفته و کسب و کار جدیدی بر مبنای فول فیلمنت راه اندازی کرده که بعد از گذشت کمتر از دو سال، حدود ۱۰۰ کسب و کار فروشگاه و خانگی را تحت پوشش دارد. مهدی مساوات، مدیرعامل و هم بنیان گذار روناد، دلایل و انگیزه خود را از تأسیس شرکتی لجستیکی بر مبنای سرویس فول فیلمنت این گونه بیان می کند: «گزارش E marketer که در سال ۲۰۱۹ منتشر شد، میانگین جهانی سهم etail به حدود ۱۰ درصد برآورد می کرد. در عین حال پیشبینی ها از سهم بازار اینترنتی به کل بازار خرده فروشی نشان می داد تا سال ۲۰۲۵ این رقم به بیش از ۲۵ درصد افزایش خواهد یافت. بنابراین بررسی آمارهای جهانی برای ما بسیار معنادار بود. هر چند در ایران هنوز هم این رقم به ۱۰ درصد نرسیده، اما آمارهای غیرموتق در ایران نیز حاکی از آن است که سهم فروش اینترنتی از کل بازار خرده فروشی در ایران رو به رشد است.» او می گوید بعد از آنکه فضا را برای رشد فروشگاه های اینترنتی مساعد دیده، ایده فول فیلمنت را در این کسب و کارها مورد بررسی قرار داده است. تا آن زمان کسی در ایران به سراغ این ایده نرفته بود و آنها از نمونه های خارجی الهام می گیرند و کسب و کاری مبتنی بر آن تأسیس می کنند.

چطور شد ایده راه اندازی روناد شکل گرفت؟

پیش از آنکه بخواهیم کسب و کار جدیدی در حوزه لجستیک راه اندازی کنیم، تجربه کار در پلتفرم تاکسی اینترنتی کارپینورا داشتیم. در واقع با شیوع کرونا تعداد سفرهای درون شهری با تاکسی های اینترنتی کاهش چشمگیری پیدا کرد و در کارپینو همزمان با این موضوع، جذب سرمایه از جانب سرمایه گذار نیز صورت نگرفت. لذا فضای دل سردکننده و منفی بر این کسب و کار حاکم شد و ناامیدی راننده ها خیلی ناراحت کننده بود. برای رهایی از این بن بست به پروژه های لجستیکی فکر کردیم و تصمیم گرفتیم از ظرفیت راننده های کارپینو برای حمل و نقل و رساندن کالا به دست مشتریان استفاده کنیم. در آن مقطع، ارسال کالای می توانست کمک حالی برای راننده ها باشد؛ ضمن آنکه در دوران کرونا نیاز بسیاری از مردم را به مراجعه حضوری برطرف می کرد. بنابراین تصمیم گرفتیم روی بخش لجستیک مطالعه بیشتری انجام دهیم و ضمن این مطالعات پی بردیم در بخش آماده سازی و تحقیق سفارش (fulfilment)، هنوز شرکتی فعال نیست یا تعداد آنها کم است. در حالی که مدل های خارجی مانند شیپ باب (shipbob)، در خارج از کشور رشد چشم گیری داشتند و ما از آنها الهام گرفتیم و به این نتیجه رسیدیم این بخش پتانسیل خوبی برای رشد دارد. با همه این تفاسیر، اواخر سال ۱۳۹۸، ایده روناد شکل گرفت. در حین تکمیل مطالعات به خلأهایی در صنعت لجستیک ایران برخوردیم که یکی از آنها، حوزه fulfilment service بود که آماده سازی یا تحقیق سفارش های اینترنتی را شامل می شد. نتایجی که از این مطالعات حاصل شد، این بود که یکسری از کسب و کارهای خرد و متوسط برای اینکه بتوانند فروش خود را گسترش دهند و تمرکز خود را بیشتر بر روی رشد فروش بگذارند، نیاز به یکسری خدمات آماده سازی سفارش دارند تا بتوانند بیشتر روی رشد و گسترش کسب و کار تمرکز کنند و زمان و منابع را بهینه تر صرف کنند. روی این ایده نیز چند ماه مطالعه کردیم. اواخر سال ۹۸ کار را شروع کردیم. اوایل سال ۹۹ پروژه ارسال کالا را در دست گرفتیم. سپس با مؤسسه دانش بنیان برکت وارد مذاکره شدیم و مهر ۹۹ موفق به جذب سرمایه شدیم و آبان ۹۹ نیز شرکت را به طور رسمی راه اندازی کردیم.

نحوه کار شما به چه صورت است؟

فروشنندگان آنلاین که از طریق سایت های فروش یا سوشال مدیا یا پلتفرم هایی مانند دیجی کالا یا باسلام و ... کالای خود را می فروشند، می توانند کالای خود را نزد ما نگهداری کنند و پس از اینکه ثبت سفارش مشتری انجام شد، کار آماده سازی، بسته بندی و ارسال کالا به مشتری نهایی توسط تیم روناد انجام می شود. در کل این فرایند نیز مشتری نهایی می تواند فرایند ارسال سفارش خود را چک کرده و ببیند وضعیت ارسال سفارش به چه نحوی است. همچنین اتصال روناد به فروشگاه اینترنتی از طریق API انجام می شود. در عین حال، فروشندگانی که امکان اتصال API ندارند، از طریق پنل وب سرویس روناد می توانند سفارش هایشان را مدیریت کنند.

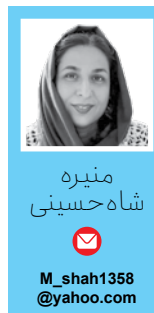
روناد چه کاری برای کسب و کارها انجام می دهد؟

در کسب و کارهای آنلاین، خانگی و حتی فروشگاه های به محض اینکه میزان سفارش های روزانه افزایش پیدا می کند، کسب و کار به فضای بزرگ تر احتیاج پیدا می کند و سرفصل هایی مانند بسته بندی، انبارداری، توافق با کارتن ساز و تهیه مواد اولیه برای بسته بندی و از این دست دغدغه ها دست و پاگیر می شود و باعث می شود صاحبان کسب و کارها نتوانند به بخش های اصلی و مهم تر کار خود فکر کنند. کاری که روناد انجام می دهد این است که با در اختیار گرفتن همه فرایندهایی که بعد از تأمین تا لحظه تحویل کالا به خریدار نهایی وجود دارد، این آزادی عمل و وقت اضافی را برای فروشگاه های اینترنتی ایجاد می کند تا آنها بتوانند به فروش

بیشتر و توسعه کسب و کار خود فکر کند.

روناد در بخش لجستیک چه کمکی به کسب و کارها می کند؟

در بخش لجستیک، شاخص عملکرد لجستیک LPI را در کشور و در بخش خاورمیانه و کشورهای منطقه بررسی کردیم و به این نتیجه رسیدیم این شاخص به طرز معناداری در ایران با شاخص میانگین جهانی و منطقه‌ای فاصله دارد. شاخص عملکرد لجستیک، شاخصی است که از سوی بانک جهانی محاسبه می‌شود و آیت‌هایی نظیر شفافیت و دقت در حمل و نقل و کمینه کردن خسارت و مفقودی در بخش انبارش و ارسال و موارد دیگری که حاکی از کیفیت یک زنجیره تأمین و حمل و نقل است، مورد بررسی قرار می‌دهد. در این بررسی، شاخص‌های LPI کشور چندان مناسب به نظر نمی‌رسید. بیشتر که دقت کردیم، دیدیم این سرفصل‌ها تا حدود زیادی در فضای کسب و کار ایران مغفول مانده‌اند. از طرف دیگر فروشندگان و تأمین‌کنندگان همواره با مسئله انباشت و نگهداری مواجه هستند و زمان و ابزاری نیاز است تا سفارش مشتری پردازش و آماده ارسال به خریدار نهایی شود. همچنین پیگیری‌های بعدی و پشتیبانی نیز باید مورد توجه قرار گیرند و اینها کارهایی نبود که لجستیک سنتی از عهده آن که کارش دپوی کالاها در انبار بود، برآید.



منیره شاه حسینی

M_shah1358@yahoo.com

برای انجام اهدافی که در بخش فروش آنلاین و بالا بردن شاخص عملکرد لجستیک کشور دارید، توانسته‌اید چه میزان سرمایه جذب کنید؟

میزان جذب سرمایه ما از مؤسسه دانش بنیان برکت مبلغ ۲۰ میلیارد تومان بوده است و در حال مذاکره با سرمایه‌گذاران دیگر هستیم که برای راند جدیدمان بتوانیم جذب بیشتری داشته باشیم.

چه ناوگانی در اختیار دارید؟

بعد از آنکه سفارش‌ها برای ارسال آماده می‌شود، برای انجام کار حمل و نقل، نیاز به اتصال API با کوریرهایی داریم که الان در بازار موجود هستند. روناد به هشت پلتفرم دلپوری متصل است و بسته به مشخصات سفارش، مدیرییت اینکه کالا با کدام کوریر ارسال شود که هم هزینه کمتری برای مشتری داشته باشد و هم کیفیت ارسال حفظ شود، توسط الگوریتم بهینه‌سازی‌ای که روناد گسترش داده است، انجام می‌شود.

اکنون چه مقدار فضا در اختیار دارید؟

در حال حاضر یک فضای ۱۰ هزار متری را در منطقه شادآباد تهران به عنوان مرکز پردازش تجهیز کرده‌ایم.

برای توسعه کار در شهرستان‌ها نیز برنامه‌هایی دارید؟

بله، در بیزینس پلن روناد پیش‌بینی شده در چند شهرستان که کسب و کارهای خانگی یا فروش اینترنتی آنها آمار بالاتری دارد، مرکز پردازش احداث کنیم. حتی این کار را می‌توان به کشورهای همسایه نیز توسعه داد.

این برنامه را از چه زمانی در دستور کار می‌گذارید؟

اگر شرایط جذب سرمایه به‌خوبی پیش رود، از اواخر امسال توسعه جغرافیایی خود را آغاز می‌کنیم. در سال ۱۴۰۲ نیز قصد داریم دو تا چهار مرکز پردازش در کشور احداث کنیم. از سال ۱۴۰۳ نیز به توسعه جغرافیایی در کشورهای همسایه می‌رسیم.

در کسب و کار خود به چه نحوی از فناوری‌های روز دنیا بهره‌گرفته‌اید؟

ما بیشتر در لایه بهینه‌سازی فرایندها کار می‌کنیم. به دلیل

شرایط تحریمی کشور، بر اساس فیدبک و دغدغه‌های دریافت‌شده از عملیات و مشتری، ایده‌پردازی می‌کنیم و در یک سری از فرایندهای خاص بیزینسی در مورد این موارد اقدام اجرایی و برنامه‌ریزی انجام می‌دهیم. از جمله آن اقدامات این است که ما الگوریتم‌های هوشمندی را در پتل یا در سامانه انبارداری روناد به وجود آورده‌ایم. به عنوان مثال در راستای بهینه‌سازی هزینه اقلام مصرفی، تعداد خاصی آیت‌م را در نظر بگیرد که از طریق چینش آنها در کارتن بتوان سبب کاهش هزینه‌ها شود. ما الگوریتم‌هایی هستیم که برای تخصیص سفارش به کوریرهای مختلف وجود دارد. این الگوریتم‌ها ترکیب بهینه ارسال را با توجه به مشخصات سفارش و ترکیب ناوگان استخراج می‌کنند. ترکیب بهینه شامل کاهش هزینه در ارسال و بالا بردن کیفیت ارسال می‌شود، به طوری که از آسیب‌دیدگی کالا جلوگیری به عمل آید. استفاده از ظرفیت‌ها و ایجاد خلأ در زمینه توانمندسازی زنجیره عملیات توسط رباتیک و اینترنت اشیا، موضوعی است که همواره جزو سرفصل‌های تحقیقات و بررسی ما قرار دارد. اینها کارهایی است که از لحاظ نوآوری در فرایندهای عملیاتی در حال انجام است و به این فکر می‌کنیم این ایده‌ها را به عنوان ایده‌های دانش بنیان به ثبت برسانیم.

معنای دقیق فول فیلمنت چیست؟

به هر فرایندی که بعد از تأمین کالا تا لحظه تحویل به مشتری نهایی می‌تواند روی کالا اجرا شود، فول فیلمنت گفته می‌شود. فول فیلمنت صرفاً آماده‌سازی یا پردازش سفارش نیست. در واقع، کلمه‌ای که بتواند جان کلام را منتقل کند، «تحقق سفارش» است. برای تعریف دقیق فول فیلمنت یک مثال می‌زنم. فرض کنید شما یک غرفه فروشنده در پلتفرمی مثل باسلام دارید و به عنوان فروشنده با تأمین‌کننده کالا در ارتباط هستید و هر یک از کالاهای خود را نیز از یک شهر خریداری می‌کنید. کاری که شما می‌توانید انجام دهید این است که با تماس با تأمین‌کنندگان کالا در شهرهای مختلف، کالای آنها را به انبار روناد انتقال دهید. در روناد روی کالاها مهر و لیبل ورود الصاق می‌شود، ثبت می‌شوند، مغایرت‌گیری می‌شوند و در شلف قرار می‌گیرد و یک لایه بازرسی و کنترل کیفیت و کمیت روی آن انجام می‌گیرد. از زمانی که کالا در شلف چیده می‌شود، قابل سفارش توسط مشتری است و از آن زمان به بعد ترکیب کالاهای مختلف می‌تواند سفارش یک مشتری باشد و روناد سفارش‌های مشتریان را پردازش، بسته‌بندی و ارسال می‌کند. وقتی مشتری نهایی، بسته را تأیید و دریافت می‌کند، گفته می‌شود آن سفارش تحقق پیدا کرده است. کل اقدامات عملیاتی این قسمت از زنجیره لجستیکی، فول فیلمنت نامیده می‌شود.

از نظر بازه زمانی به چه صورت عمل می‌کنید؟

معمولاً که در انبار بارگذاری می‌شود، ظرف ۲۴ ساعت موجودی برای مشتری از طریق وبسایت یا پتل قابل سفارش است و بسته به حجم و همزمانی بار، در مدت زمانی کمتر از ۲۴ ساعت، بسته برای مشتری ارسال می‌شود.

از زمانی که سفارش ثبت می‌شود تا زمانی که برای ارسال آماده می‌شود، بسته به اینکه برنامه‌ریزی و زمان‌بندی انتخابی برای تحویل به مشتری نهایی چگونه انتخاب شده باشد، در کمتر از چهار، پنج ساعت بسته‌بندی و آماده ارسال می‌شود.



ما می‌خواهیم در کشور بمانیم و بسازیم ولی هر روز شرایط دشوارتر می‌شود

چطور ترکش‌های تصمیمات نسنجیده به شرکت‌های نوآور آسیب می‌زند؟

چند روز پیش، تحلیلی درباره مهاجرت نخبگان می‌خواندم. خوب، مثل اینکه کار به جایی رسیده که شرکت‌ها با همه افرادشان در حال مهاجرت هستند. ما مانده‌ایم و تلاش می‌کنیم با آن دسته از

نخبه‌های مملکت‌مان که هنوز مانده‌اند، همکاری کنیم و بر مبنای علم و دانش ارزشی بیافرینیم. ولی هر روز شاهد این هستیم که از تیم خودمان هم عده‌ای قصد دارند ترک وطن کنند.

ما هم با وجود انواع و اقسام مشکلات اقتصادی و گرانی، تا حدی که بتوانیم به آنها یادآوری می‌کنیم که اگر مانده‌ایم برای رشد کشورمان بوده است. می‌گوییم که اگر ما هم برویم، پس چه کسی قرار است بماند؟ چه کسی به فکر آبادی کشور باشد؟ شاید تا حدی هم موفق باشیم، ولی وقتی سنگ اندازی‌ها در این حجم از سمت هر نهادی که حتی برخی از آنها را نمی‌شناسیم، ادامه دارد، به همه حق می‌دهم اگر سودای رفتن در سر داشته باشند.

حقیقتاً سخت است که یک تیم را هم‌راستا و در جهت ارزش‌هایی که به نفع مردم‌مان است، به خط ننگه داریم. تقریباً این موضوع به یکی از چالش‌های هر روزه ما تبدیل شده است. امسال به نام دانش بنیان مزین شده و ما به عنوان افرادی که اسم کارآفرین را یدک می‌کشند، با چنگ و دندان در حال مقابله با این مشکلات هستیم و سعی می‌کنیم بسیاری از این هجمه‌ها و فشارها به تیم‌هایمان نرسد. ولی ما هم داریم در همین مملکت زندگی می‌کنیم. هزینه‌هایمان چندین برابر و زندگی‌هایمان سخت‌تر شده است. ولی با تنی خسته و زخمی همه تلاش‌مان را می‌کنیم که بمانیم، سرپا باشیم و حتی با وجود همه این مشکلات، کسب و کارهایمان را گسترش دهیم؛ اما واقعاً ما هم گاهی کم می‌آوریم.

تقریباً تمام تصمیماتی که در سطوح حاکمیتی گرفته می‌شود، ضرباتش به کسب و کارها هم وارد می‌شود، زیرا مهم‌ترین دارایی یک شرکت همان منابع انسانی آن است. منابع انسانی یک سازمان، از همین مردم هستند که هر روز تحت انواع فشارهای اجتماعی و سلب‌ای قرار می‌گیرند. طبیعی است وقتی شرایط مهاجرت برایشان فراهم شود، حداقل به آن فکر کنند. من هم به عنوان یک کارآفرین شاید در خارج از ایران

همه هجمه‌ها، متلک‌ها و فشارهایی را که از سمت نهادهای مختلف نارم می‌شود، تحمل می‌کنم؛ چون رؤیایی در سر دارم. دوست دارم آنچه می‌توانم برای کشور خودم بگذارم. همه هدفم در این چند سال این بوده که افرادی را با خود همراه کنم که دغدغه‌شان فقط پول نباشد؛ دغدغه‌شان ساختن و خلق ارزش باشد. من درد اینکه شرکت‌ها با نیروهایشان دسته جمعی مهاجرت می‌کنند، خوب می‌فهمم. ولی همه

متعلق به همه ماست. اگر می‌خواهیم آینده‌مان را بسازیم، نمی‌توانیم آن را رها کنیم و بعد به این امید باشیم که دیگری آن را بسازد و بعد ما اگر صلاح دیدیم، برگردیم و استفاده کنیم.

ما همان‌هایی هستیم که باید در این شرایط اقتصادی، در جبهه اقتصادی بجنگیم؛ با همه مشکلات داخلی و خارجی‌اش. رفتن کار

راحتی است. ماندن و ساختن است که سخت است. همیشه پاداش را آنهایی می‌گیرند که می‌مانند و می‌جنگند. پاداش برای من تأثیرگذار بودن است. پاداش از نظر من عمل کردن است؛ ساختن است؛ با مشکلات جنگیدن است. باید از پسش برآیم.

در سنگرمان می‌جنگیم، ولی امید دارم نیروهایی که قرار است ما را پوشش دهند، توپخانه‌شان را روی سر ما تنظیم نکنند و آتش‌شان را روی دشمن بریزند. ما به حد کافی و حتی بیش از حد کافی، توان‌مان را از دست داده‌ایم. اگر هیچ کاری نمی‌توانید بکنید، حداقل دل‌مان را گرم کنید تا بجنگیم و بسازیم. نفس‌مان را نگیرید. بگذارید بمانیم. بگذارید دل همکاران‌مان هم گرم باشد. من نگران این همه مهاجرت هستم. با چنگ و دندان تلاش می‌کنم که مملکت‌مان را بسازم. کمک‌مان کنید و چوب لای چرخ‌مان نگذارید.

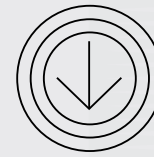
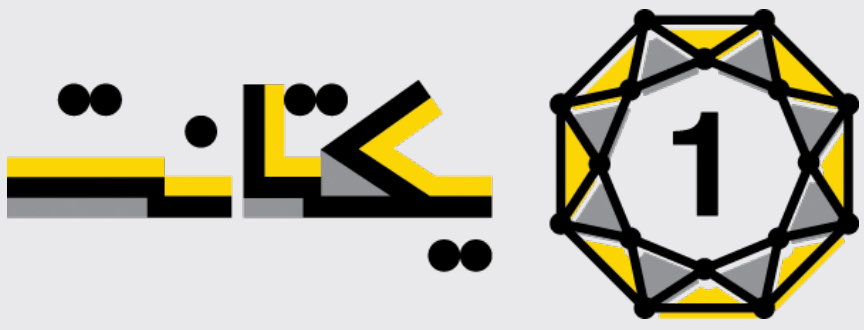
جز تو یاری نگرفتیم و نخواهیم گرفت
بر همان عهد که بودیم بر آنیم هنوز...



شماره ۵۹
۲۰ مرداد ۱۴۰۱
سال دوم



وحید والی
@VahidVali



نگاهی به گزارش سال ۱۴۰۰ پلتفرم یکتانت همکاری ۵۵ هزار کسب و کار با یکتانت

در اردیبهشت سال ۱۴۰۱ توسط یک لینک ارائه شد. یک لینک در سال گذشته بیش از ۵۰ هزار کاربر فعال داشته و روزانه بیش از ۱۰۰ هزار بار از یک لینک‌ها بازدید شده است. آژانس ۳۶۰ درجه دیجیتال مارکتینگ «هارمونی»، چاوش (سیستم همکاری در فروش) و آکادمی دیجیتال مارکتینگ «نووا» از دیگر سرویس‌های یکتانت هستند.

تبلیغ کنندگان، نمایش دهندگان و کاربران

تا پایان سال ۵۵،۱۴۰۰ هزار کسب و کار برای تبلیغات خود در وبسایت‌ها با یکتانت همکاری کرده‌اند. در مقایسه با آمار سال ۱۳۹۹ می‌توان گفت که سال گذشته ۲۲ هزار کسب و کار جدید همکاری خود را با یکتانت آغاز کرده‌اند. بیش از ۳۷ هزار کسب و کار علاوه بر یکتانت، حداقل در یکی دیگر از شرکت‌های گروه یکتانت خدمات دریافت می‌کنند. بیش از ۶۰ درصد تبلیغ کنندگان در یکتانت از تهران هستند و خراسان رضوی و اصفهان در رتبه‌های بعدی قرار دارند. یکتانت در سال ۱۴۰۰، ماهانه به طور میانگین ظرفیت نمایش ۴۰ میلیارد تبلیغ را داشته که ۱۳ میلیارد بیش از میانگین ماهانه سال ۱۳۹۹ است. ۹۰ هزار و ۸۳۷ کمپین تبلیغاتی در سال ۱۴۰۰ در یکتانت ساخته شده است. بیشترین تبلیغ کنندگان از حوزه‌های آموزشی، فروشگاه اینترنتی (با محصولات متنوع) و زیبایی بوده‌اند و بیشترین بودجه‌های تبلیغاتی را کسب و کارهای حوزه‌های مالی و سرمایه‌گذاری، زیبایی و سفر و گردشگری داشته‌اند. لازم به ذکر است که هدف بیشتر کسب و کارهایی که با یکتانت همکاری کرده‌اند، فروش آنلاین و افزایش ترافیک ورودی بوده است. طی سه سال گذشته، تمایل به استفاده از تبلیغات هدفمند با در دست یافته و در سال ۱۴۰۰ تبلیغات هدفمند با در دست داشتن ۵۵ درصد آمار کمپین‌ها، از تبلیغات عمومی پیشی گرفته است. یکتانت در سال گذشته با بیش از ۲۳۰۰ وبسایت نمایش دهنده همکاری داشته و درآمدی که این کسب و کار برای نمایش دهندگان ایجاد کرده، نسبت به سال ۱۳۹۹ با رشد ۷۲ درصدی همراه بوده است. استان‌های تهران، اصفهان و خراسان رضوی بیشترین تعداد نمایش دهندگان را دارند. در یکتانت با استفاده از هوش مصنوعی و توسعه الگوریتم‌ها، کلیک‌های تقلبی شناسایی می‌شود. در سال گذشته شناسایی ۲۰۰ میلیون کلیک تقلبی، باعث شده از کسر مبلغ از پنل تبلیغ کنندگان جلوگیری شود.

تبلیغات یکتانت ماهانه در ۱۲۸ میلیون دستگاه موبایل و دسکتاپ نمایش داده شده است. در اینفوگرافی همین صفحه، بخشی از آمار و اطلاعاتی را که پلتفرم یکتانت در گزارش سال ۱۴۰۰ خود آورده است، مشاهده می‌کنید.

یکتانت گزارش سال ۱۴۰۰ خود را منتشر کرد. یکتانت برای تبلیغات آنلاین با صدها وبسایت نمایش دهنده همکاری می‌کند و تجربه اجرای ده‌ها هزار کمپین تبلیغاتی مختلف را دارد. همین امر باعث می‌شود امکان ارائه گزارش‌های کاربردی را برای کسب و کارها در اختیار داشته باشد. گزارش‌هایی که به کسب و کارها کمک می‌کند درک بهتری از تبلیغات آنلاین و رفتار کاربر داشته باشند و از کمپین‌های خود نتیجه بیشتری بگیرند.

تنوع سرویس‌ها در یکتانت

طی سال‌هایی که از فعالیت یکتانت می‌گذرد، به فراخور نیازهایی که کسب و کارها در حوزه تبلیغات آنلاین داشته‌اند، سرویس‌های مختلفی را فعال کرده است. «نچوا» در مهرماه ۱۳۹۷ و در پاسخ به یکی از مشکلات کسب و کارها، یعنی کاربران ره‌اشده شکل گرفت. نچوا با ارائه سرویس‌های پوش نوتیفیکیشن، بازاریابی ایمیلی و بازاریابی پیامکی برای ساختن شبکه مشتریان وفادار به کسب و کارها کمک می‌کند. در حال حاضر بیش از هشت هزار وبسایت و کسب و کار از سرویس‌های نچوا استفاده می‌کنند و تاکنون ۹۴ میلیون دستگاه منحصربه‌فرد به نچوا دسترسی ارسال پوش نوتیفیکیشن داده‌اند. همچنین از طریق این سرویس ۱۴۳ میلیون ایمیل و ۱۳ میلیون پیامک ارسال شده است. «تریبون» پلتفرمی برای انتشار رپورتاژ آگهی است که در سال ۱۳۹۷ کار خود را آغاز کرد و سرویس‌های «تبلیغات در پادکست»، «تولید محتوا» و «لینک پرومکس» را به‌تازگی ارائه داده است. بیش از ۱۹ هزار کسب و کار از پلتفرم تریبون برای انتشار رپورتاژ آگهی استفاده می‌کنند و بیش از ۱۴۰۰ رسانه ناشر رپورتاژهای تریبون هستند. «ادیوری» پلتفرم نمایش تبلیغات در اپلیکیشن‌های موبایل است. در حال حاضر بیش از ۵۰۰۰ اپلیکیشن و بازی به‌عنوان ناشر تبلیغات با ادیوری همکاری می‌کنند. این سرویس در سال گذشته ماهانه به‌طور میانگین بیش از یک میلیارد تبلیغ را نمایش داده است. «فرست ادز» به‌عنوان نماینده رسمی گوگل، انواع مختلف تبلیغات در این بستر را به کسب و کارهای ایرانی ارائه می‌دهد. این سرویس بیش از ۷۰۰ کمپین برای برندهای بزرگ ایرانی را در سال ۱۴۰۰ مدیریت و اجرا کرده است. همچنین در سالی که گذشت، فرست ادز بیش از یک میلیارد تبلیغ را در سرویس‌های گوگل نمایش داده است. پلتفرم «جریان» همراه کسب و کارها برای اجرا و مدیریت کمپین‌های تبلیغاتی در شبکه‌های اجتماعی است. این پلتفرم در سال گذشته بیش از ۹۰۰۰ کمپین تبلیغاتی در شبکه‌های اجتماعی اجرا کرده است. «یک لینک» سرویس لینک‌ساز بایو اینستاگرام است. قابلیت «پست لینک» انتهای سال ۱۴۰۰ و فروشگاه‌ساز «شاپ لینک»



شماره ۵۹
۲ مرداد ۱۴۰۱
سال دوم

۳۲۴۰ کمپین تبلیغاتی در یک روز
در روز ۲۴ بهمن رکورد بیشترین تعداد کمپین تبلیغاتی فعال زده شد

روز ۲۵ بهمن ماه، رکورددار بیشترین نمایش تبلیغات در یک روز است
۲ میلیارد نمایش در روز

۱۲۳۰ تبلیغ کننده فعال در یک روز
۱۱ اسفند بیشترین تعداد کسب و کار کمپین‌های تبلیغاتی فعال داشته‌اند.

همکاری با بیش از ۲۳۰۰۰ وبسایت نمایش دهنده در سال ۱۴۰۰

استفاده ۱۹۳۸ وبسایت از جایگاه‌های همسان برای نمایش تبلیغات

استفاده ۸۰۳ وبسایت از جایگاه‌های بنری برای نمایش تبلیغات

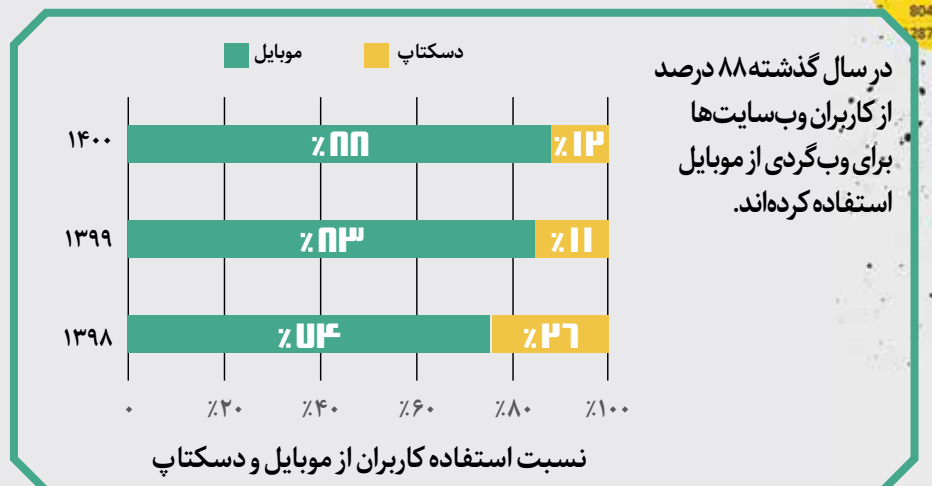
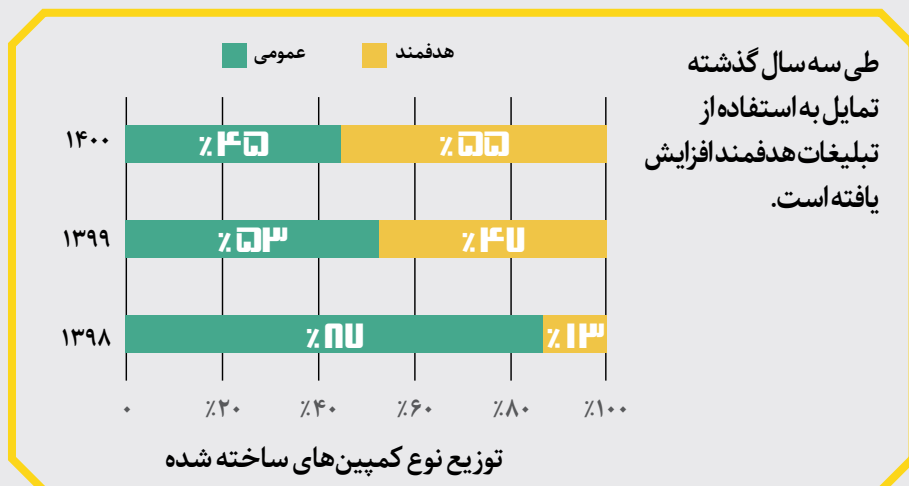
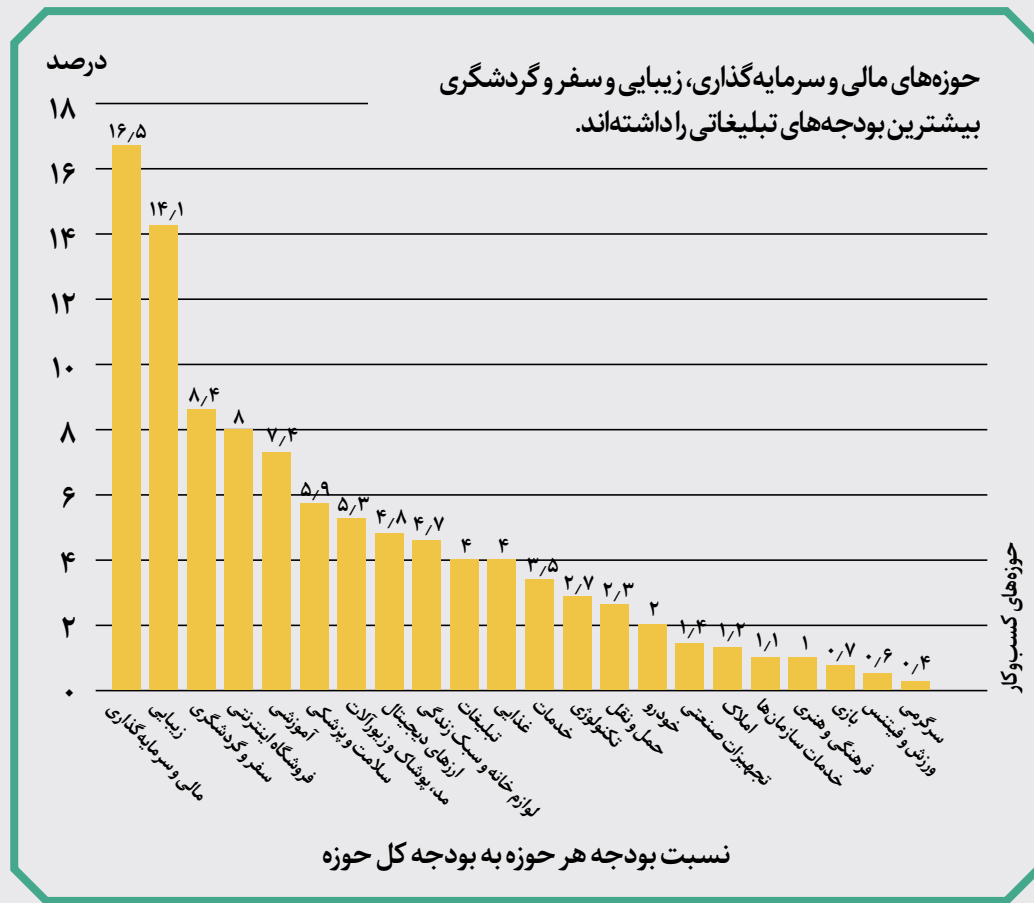
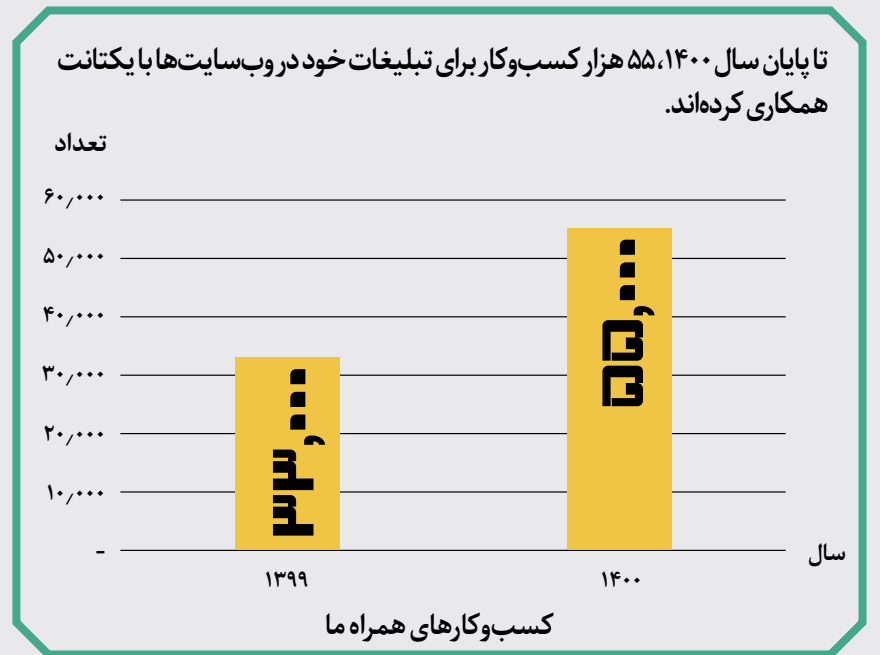
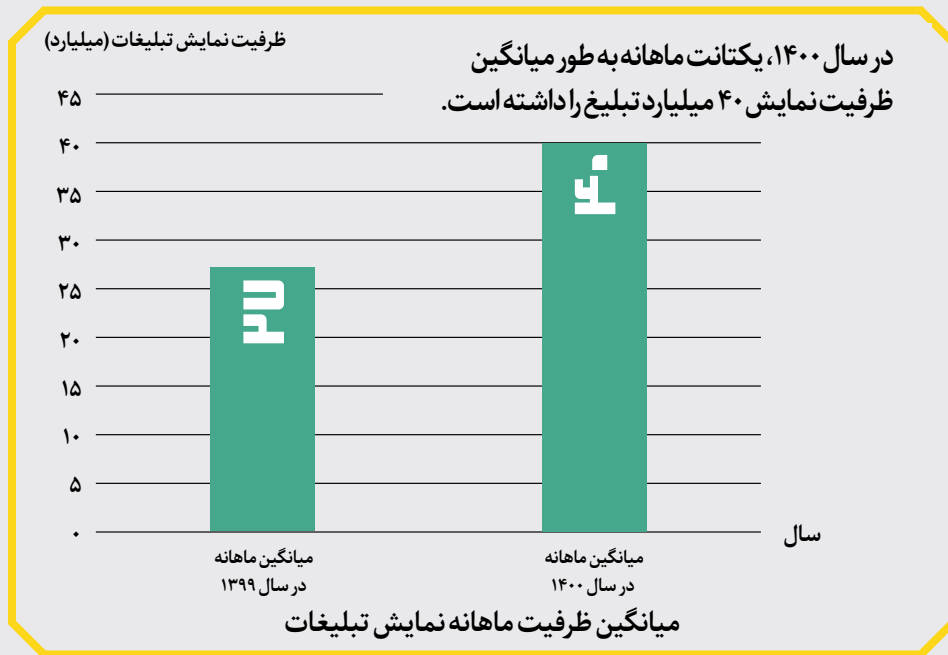
ایجاد ۹۰ هزار و ۸۳۷ کمپین تبلیغاتی در سال ۱۴۰۰

در سال ۱۴۰۰، درآمدی که یکتانت برای نمایش دهندگان ایجاد کرده، نسبت به سال

۱۳۹۹، بیش از ۷۲ درصد افزایش داشته است.

بیش از ۶۰ درصد تبلیغ کنندگان از استان تهران هستند







درباره رزالیند بروئر تلاش سرسختانه

رزالیند بروئر مادر شاغلی است که توانست در طول زندگی افتخاراتی کسب کند که کمتر زن آفریقایی تباری به آنها دست یافته است. او در سال ۱۹۶۲ در دیترویت، ایالت میشیگان متولد شد. رزالیند کوچک‌ترین فرزند یک خانواده هفت نفره بود. رزا و خواهر و برادرهایش اولین نسل در خانواده بودند که به کالج رفتند. در سال ۱۹۸۰، پس از فارغ التحصیلی از دبیرستان فنی کاس در دیترویت، در کالج اسپلمن در آتلانتا، مدرک لیسانس خود را در رشته شیمی اخذ کرد و پس از آن برای رشته پزشکی اقدام کرد، اما در میانه راه تصمیم گرفت حرفه پزشکی را دنبال نکند و وارد بازار کار شود. او در طول دوران کاری دوره‌های مدیریت دانشکده بازرگانی دانشگاه شیکاگو، دانشکده حقوق استنفورد و برنامه مدیریت مدرسه وارتون دانشگاه پنسیلوانیا را نیز گذراند.

رزالیند در ابتدا کار خود را به عنوان یک تکنسین تحقیقاتی در کیمبرلی کلارک، که یک شرکت جهانی محصولات سلولزی بود آغاز کرد. طی ۱۴ سال، نقش‌های رهبری متعددی از جمله مدیر بازار، مدیر بخش محصولات مراقبت از پوست و معاون اجرایی منسوجات نیافته را بر عهده داشت. او ۲۲ سال در همان شرکت فعالیت داشت.

رزالیند در سال ۲۰۰۶ وارد المارت شد و در سمت‌های معاون، معاون ارشد، معاون اجرایی عملیات بخش جنوب شرقی و معاون اجرایی واحد تجاری شرق در فروشگاه‌های المارت مشغول به کار شد. در نهایت رئیس المارت ایست (Walmart East) شد. پس از مدتی در ۱۵ مارس ۲۰۲۱، به عنوان مدیرعامل والگریز بوتس آلیانس منصوب شد و همزمان به عنوان یکی از اعضای هیئت‌مدیره آموزون خدمت کرد و سپس مدیر اجرایی استارباکس شد. فورچون در سال ۲۰۲۰، او را بیست و هفتمین زن قدرتمند جهان معرفی کرد و فوربس او را در رتبه ۴۸ زنان قدرتمند جهان قرار داد. تا همین اواخر او تنها زن آفریقایی تبار مدیرعامل در بین ۵۰۰ شرکت برتر دنیا بود. او مادر دو فرزند است و در سال ۲۰۱۳ به عنوان یکی از قدرتمندترین مادران شاغل معرفی شد.



شماره ۵۹
۲ مرداد ۱۴۰۱
سال دوم



در ایران طلا و جواهر با نام زنان گره خورده، اما این پیوستگی همواره در بخش مصرف این زیورآلات قیمتی و زیبایی و بازار ساخت و طراحی و فروش این محصولات کاملاً مردانه بوده است. اما بانوان پرتلاشی هستند که طی چند سال اخیر با حضور در بخش طراحی و ساخت جواهرات، این فضا را بر هم زده‌اند و موجب رونق بیشتر بازار این محصولات شدند. فرنوش عبدلی که متولد ۱۳۶۷ است و کارشناسی طراحی صنعتی از دانشگاه هنر اصفهان دارد، با کسب و کار «نوشن» سال‌هاست در بخش طراحی و ساخت جواهرات و زیورآلات فعالیت می‌کند.

چطور شد که کار خود را در زمینه طراحی و ساخت جواهرات شروع کردید؟

از آنجا که در ایران طراحی صنعتی گرایش خاصی ندارد، تا انتهای دوران تحصیل با هنرهای مختلف به صورت پروژه‌های عمومی آشنا شدم؛ اما به خاطر علاقه‌ام به طراحی و ساخت جواهرات، پروژه نهایی را که برای ادامه مسیر هنری تعیین کننده‌تر بود، در زمینه طراحی جواهرات انجام دادم و کارآموزی را نیز در این زمینه به پایان رساندم و عملاً در این مسیر قدم گذاشتم. من از کودکی به خلق چیزهایی که خودم طراحی می‌کردم، بسیار علاقه داشتم و این را مدیون مادرم هستم که علاوه بر تشویق ما، خودش نیز هنر را به صورت جدی دنبال می‌کرد و همه لباس‌های ما را با طراحی خاص خودش می‌دوخت. بعد از دوره کارآموزی، در همان کارگاه استخدام شدم و کارم را در فضای صنعتی شهر اصفهان آغاز کردم. تجربه خوبی بود، زیرا اصفهان و مشهد قطب ساخت جواهرات و فلزات گرانبها هستند. بعد از چندی به شیراز آمدم، ولی در آن سن و سال کم و با توجه به جنسیتم کارگاه‌ها اصلاً به من اعتماد نمی‌کردند. دوره داشتم؛ ادامه تحصیل یا کسب مهارت و جنگیدن برای کسب جایگاه در محیط مردانه صنعت جواهرسازی! دومی را انتخاب کردم و شاگرد استاد پیشکسوت طلاسازی، استاد اردبیلی شدم و به روش سنتی استاد و شاگردی کار کردم و با صبر زیاد زیر و بم کار ساخت جواهرات را آموختم تا بتوانم طراحی‌هایی انجام دهم که قابل ساخت باشد.

از کجا به «نوشن» رسیدید؟

در سال ۹۳ تصمیم گرفتم ایده‌های طراحی این چند سال فعالیت را اجرایی کنم و علاوه بر تدریس، کسب و کاری برای خودم راه بیندازم. تنها چیزی که در نظر داشتم این بود که محصول خاص به تعداد محدود و با امضای شخصی تولید کنم. در ابتدا ایده خاصی برای نحوه فروش نداشتم، اما می‌دانستم باید محصول خاص و متفاوتی بسازم. مرحله طراحی چندان سخت نبود، چرا که سال‌ها ایده‌هایم را در

۹۰ درصد بازار دست زنان است!

گفت و گو با فرنوش عبدلی؛ او برند «نوشن» را در زمینه طراحی و ساخت جواهرات و زیورآلات ایجاد کرده است

صنعت بیمه، چه در شکل سنتی آن و چه در تلفیق با فناوری‌های نوین، یکی از صنایع مهم و پول‌ساز به شمار می‌رود؛ صنعتی که از یک سو در خدمت کاربر نهایی و رفع نیازهای اوست و از سویی دیگر انتفاع مالی را برای صاحبان کسب و کارها در پی دارد. اما صنعت **بیمه دیجیتال** و ورود روش‌ها و راهکارهای نوآورانه در آن، به دلایل مختلف در ایران آن‌طور که باید و شاید رشد نکرده است. شاید مهم‌ترین دلیل آن را می‌توان وزن سنگین **رگولاتوری** و برخی موانع تنظیم‌گری دانست که گاه دست‌وپای کسب و کارها را می‌بندد و اجازه همگام شدن با فناوری‌های روز دنیا را نمی‌دهد. ورود کسب و کارهای متنوع و نوآور به این حوزه از یک سو و مشکلات آنها از سوی دیگر و همچنین اهمیت **حوزه اینشورتک**، ما را بر آن داشت که دو هفته‌نامه‌ای با عنوان «**بیمه دیجیتال**» را ضمیمه **هفته‌نامه کارنگ** کنیم و نگاهی عمیق‌تر و تخصصی‌تر به این بخش داشته باشیم.



سوئیچ بیمه: گرفتار در بن بست مقررات



نگاهی به چند تبعیض جنسیتی رایج در جهان مردان برابرترند؟

کار همواره وجود داشته، اما در سال‌های اخیر آشکارتر شده است، چون زنان شجاعت به اشتراک گذاشتن تجربیات مواجه شدن با آزارهای جنسی خود را به دست آورده‌اند. این نشان می‌دهد که خشونت جنسی، سوءاستفاده و آزار و اذیت در محیط‌های حرفه‌ای تا چه میزان گسترده است. آزار و اذیت جنسی می‌تواند به اشکال مختلف ظاهر شود، از اظهارات جنسی در مورد بدن، ظاهر یا لباس فرد گرفته تا تعارض‌های فیزیکی ناخواسته و هرگونه اعمال غیرکلامی دیگر که می‌تواند محیطی خصمانه، توهین آمیز یا ترسناک ایجاد کند.

البته در بسیاری از کشورها قوانینی برای مجازات چنین رفتارهایی وجود دارد اما گاهی قربانیان آزار جنسی دریافت‌اند که گزارش موارد آزار جنسی باعث به خطر افتادن شغل و تبدیل شدن آنها به یک نیروی کار سرکش می‌شود. این اتفاق دقیقاً به خاطر فرهنگ غالب اکثر جوامع است که قربانی را سرزنش می‌کند.

بنابراین عجیب نیست که ۹۹٫۸ درصد از موارد آزار و اذیت در محل کار گزارش نشده است، با وجود اینکه یافته‌ها نشان می‌دهد سالانه بیش از پنج میلیون کارگر در محل کار در ایالات متحده مورد آزار جنسی قرار می‌گیرند.

شکاف جنسیتی دستمزد

شکاف جنسیتی دستمزد چیزی است که به طور گسترده در دنیای کار امروزی مورد بحث قرار گرفته است.

در حالی که برخی سعی می‌کنند این موضوع را به عنوان یک افسانه رد کنند، اما اعداد و ارقام نشان می‌دهد که این ادعا نادرست است. نظرسنجی PayScale در سال ۲۰۲۱ نشان داد که زنان به ازای هر دلاری که مردان به دست می‌آورند، تنها ۰٫۸۲ دلار درآمد دارند؛ یک سنت بیشتر از آنچه در سال ۲۰۲۰ به دست آوردند. در همین حال، مجمع جهانی اقتصاد گزارش داده است که با این نرخ، شکاف دستمزد جنسیتی تا ۹۹ سال دیگر از بین نخواهد رفت.

همه زنان جهان برای حضور و پیشرفت در محیط کار یکسری مشکلات یکسان دارند. تعادل جنسیتی در کار، حقوق مساوی زنان و مردان در کار، قوانین حمایتی و شناخت موانع و مشکلات، عناوینی هستند که این روزها بسیار شنیده می‌شوند؛ اما حقیقت تلخ این است که رفع شکاف‌ها و موانع بسیار دشوار است و در سراسر جهان نیز با اینکه مسیر طولانی به سمت بهبود طی شده، اما زنان هنوز با مشکلات قابل توجهی در تمام صنایع و سازمان‌های سراسر جهان مواجه هستند.

تبعیض دوران بارداری

مسئولیت تولد و ورود نسل جدید انسان‌ها به دنیا از ازل با زنان بوده و این مسئله در همه دنیا یکسان است. متأسفانه معضلاتی که به دلیل بارداری برای زنان رخ می‌دهد نیز در دنیا بی‌شبهات به یکدیگر نیست. تبعیض بارداری زمانی رخ می‌دهد که با یک زن به دلیل بارداری، زایمان یا شرایط پزشکی مرتبط با بارداری، رفتار ناعادلانه‌ای صورت گیرد. همچنین این تبعیض شامل سوگیری نسبت به یک زن باردار و رفتارهایی مانند انزوای اجتماعی، قضاوت‌های کلیشه‌ای، اظهارنظرهای سرزنش‌آمیز، تغییر وظایف، محروم کردن از فرصت‌های توسعه و کاهش حقوق است. بدیهی است که مادر باردار مدتی پس از زایمان از کار دور خواهد بود، به همین دلیل برخی کارفرمایان ممکن است تمایلی به ارائه تسهیلات معقول به کارمندان باردار خود نداشته باشند که این می‌تواند پیامدهای منفی برای سلامتی مادر باردار و جنین داشته باشد. از همه بدتر اینکه در اکثر کشورها هیچ قانونی برای ممنوعیت اخراج کارگران باردار وجود ندارد.

آمارها نشان می‌دهد که بیش از ۵۰ هزار ادعای تبعیض در دوران بارداری در ۱۰ سال گذشته در ایالات متحده آمریکا ثبت شده است.

آزار و اذیت جنسی

تبعیض جنسی و آزار و اذیت در محل

چه چشم‌اندازی برای نو شدن متصورید؟

برای فروش به بازار جهانی فکر می‌کنم و دوست دارم مشتریان خارجی را بیشتر کنم. در زمینه محصولات به تنوع بیشتر و تعداد بیشتر فکر می‌کنم و از لحاظ نیروی انسانی، دوست دارم تا جایی که ممکن است زنان هنرمند را در مسیر کسب و کارم با خود همراه کنم.

عمده مشکلاتی که بر سراهان قرار دارد و مانع از دستیابی به اهداف‌تان می‌شود، چه هستند؟

متأسفانه در چند سال اخیر نه تنها به سمت چشم‌انداز حرکت نکردیم، بلکه به عقب برگشتیم. ما بسیاری از مشتریان خارجی را از دست دادیم، زیرا برخی ارسال‌ها به کشورهای خارجی متوقف شد. سایت‌هایی که محصولات را در آن می‌فروختیم، ما را تحریم کردند و انتقال پول از کشورهای دیگر تقریباً غیرممکن شد. از سوی دیگر وضعیت اقتصادی مردم باعث شده خریدهای این چنینی بسیار کمتر شود. امیدوارم موانع تحریم و تورم زودتر رفع شود، زیرا به همه کسب و کارها ضربه‌های بزرگی وارد می‌کند.



فاطمه طالبی پور
Fatima.pour@gmail.com

مدل درآمدی شما چگونه است؟

من از تدریس و طراحی و ساخت و فروش محصولات درآمد کسب می‌کنم و به دلیل اینکه در مسائل مالی خیلی محتاط هستم، تاکنون برای توسعه کار سرمایه بیرونی نپذیرفته‌ام و همیشه درآمد را به کار برگردانده‌ام و قدم‌های کوچک و مطمئن‌تری برداشته‌ام.

چه توصیه‌ای برای زنانی دارید که می‌خواهند کسب و کار خود را داشته باشند؟

خبر خوبی که اخیراً در یک پیمایش جهانی خواندم، این است که بیش از ۹۰ درصد بازار طراحی جواهرات اکنون در دست زنان است و این آمار کاملاً برعکس ۲۰ سال پیش است. پس زنان توانسته‌اند خودشان را در این بازار ثابت کنند و مسیر برای ورود و درخشش سایر خانم‌ها هموار است و البته این اتفاق بسیار لذت‌بخش است. توصیه می‌کنم در درجه اول خودتان را بشناسید و برای دل سایرین و مد روز، دست به کاری نزنید و کاری را نیز به خاطر محدودیت‌هایی که اطرافیان می‌سازند، کنار نگذارید. فقط اگر خودتان را بشناسید، مسیر درست را می‌یابید. دوم اینکه صبور و سخت‌کوش و عمیق باشید. هزار مسیر کوتاه راه به جایی نمی‌برد. مسیرهای بلند را با پشتکار و باور ادامه دهید تا نتیجه بگیرید.

دفتری به صورت آرشید داشتیم و در آن زمان این ایده‌ها بسیار به من کمک کرد. برای کسب و کارم نامی انتخاب کردم که ترکیب اسم خودم و کلمه فشن بود. از همان روز اول به این فکر کردم که هم مشتریان خارجی بتوانند اسم برندم را به راحتی بخوانند و هم برای ثبت برند جهانی کار راحت‌تری داشته باشیم. برای همین نامش را «نوشن» گذاشتم.

چرا تصمیم گرفتید کسب و کار خود را راه بیندازید؟

علاقه من به خلق چیزهای جدید و بی‌زاری من از کار کارمندی یا کار برای اشخاص دیگر، اولین دلیل شروع کسب و کارم بود. وقتی جلوتر آمدم، دیدم می‌توانم رؤیای قدیمی خودم که اشتغال‌زایی برای خانم‌ها و دختران جوان بود نیز برآورده کنم.

با چه سرمایه‌ای این کسب و کار را آغاز کردید؟

حقیقت این است که من پول زیادی در ابتدای کار صرف نکردم، ولی حضورم در بازار باعث شده بود که افراد بازار را بشناسم و با چند محصول محدود که ساختنش را در کارگاه دوستم انجام دادم، از مجموعه اولم رونمایی کردم. در همان ابتدا مجموعه‌ای به نام کاج طراحی و اجرا کردم که تا همین امروز از این مجموعه سفارش داریم و ترکیبی از سنت و مدرنیته در طراحی جواهرات است.

خیلی‌ها به طراحی و ساخت جواهرات می‌پردازند. شما مزیت رقابتی خود را چه می‌دانید؟

بخشی از مزیت رقابتی من، شناخت بازار بود. من متوجه تکراری بودن کارهای وارداتی مخصوصاً در زیورآلاتی غیر از طلا شده بودم و البته هم‌زمان بودن تصمیم من با شروع استقبال مردم از کسب و کارهای کوچک که محصولات خاص می‌ساختند نیز باعث شد مورد استقبال واقع شوم. مزیت دیگر مدل تولید بر اساس سبک‌های مختلف خریدم‌ترین است. من بسیاری از کالکشن‌ها را در دو جنس و در دو قیمت تولید می‌کنم؛ مثلاً نقره و برنج. مشتری بر اساس وسع مالی خود می‌تواند یک طرح را از بین دو کار که دقیقاً شبیه هستند، ولی در دو جنس تولید شده و قیمت نمونه برنجی آن پایین‌تر است، خریداری کند.

در حال حاضر کسب و کارتان در چه وضعیتی قرار دارد؟

ما هم به صورت آنلاین، هم به صورت حضوری مشتریان زیادی داریم و محصولاتمان در اکثر فروشگاه‌های هنری تهران و شیراز به فروش می‌رسد.



شماره ۵۹
۲ مرداد ۱۴۰۱
سال دوم





راس به پیشرفت خود ادامه می دهد سال سخت ۲۰۲۲

راس در حال افتتاح ۱۰۰ فروشگاه در سال ۲۰۲۲ است. این در راستای هدف کلی آنهاست که قرار است به حداقل ۲۹۰۰ فروشگاه راس در سراسر لس و ۷۰۰ فروشگاه دی دی دیسکانت برسند. برنامه‌های توسعه‌ای، حتی زمانی که خرده‌فروشی راس پیش‌بینی می‌کرد سال ۲۰۲۲، سال دشواری از نظر مالی باشد، ادامه داشت. این شرکت گزارش داده است که فروش خالص آنها در سه ماهه اول سال ۷ درصد کاهش، به ۴٫۱ درصد رسیده و سود خالص آنها نیز ۲۹ درصد کاهش یافته است.

باربارا رنتلر، مدیر عامل این شرکت، در همان زمان طی بیانیه‌ای اعلام کرد: «ما می‌دانستیم سال مالی ۲۰۲۲ سال سختی خواهد بود، به‌ویژه نیمه اول آن که با کاهش محدودیت‌های ناشی از کووید، با سطوح بی‌سابقه محرک‌های دولتی و تقاضای قابل توجه مشتریان مواجه بودیم. محیط خارجی نیز بسیار چالش برانگیز بوده است، زیرا درگیری روسیه و اوکراین فشارهای تورمی را بر مصرف‌کننده به گونه‌ای تشدید کرده که در ۴۰ سال گذشته بی‌سابقه بوده است.»

رقیب آنها، تی‌جی‌ایکس در این سه ماهه عملکرد بهتری داشت و فروش در این شرکت ۱۳ درصد افزایش یافت و به ۱۱٫۴ میلیارد دلار رسید، اگرچه هنوز پایین‌تر از حد انتظارات است. سیمون سیگل، مدیر عامل مؤسسه تأمین سرمایه BMO در آن زمان گفت: «تمایز واضحی بین مشتریان راس و تی‌جی‌ایکس وجود دارد. اگرچه راس لباس‌های ارزان می‌فروشد، تی‌جی‌ایکس لباس‌های «گران‌قیمت» را ارزان می‌فروشد. علاوه بر این، فشار بر خریداران با درآمد کمتر به طور نامتناسبی بر راس تأثیر می‌گذارد.»

راس تقریباً ۳۰ فروشگاه در ژوئن و ژوئیه سال گذشته افتتاح کرد. با این حال، این خرده‌فروشی ارزان‌قیمت هنوز حضوری در تجارت الکترونیک ندارد. این شرکت هدف بلندمدت فروشگاه خود را در سال ۲۰۱۸ افزایش داد، زمانی که هدف افتتاح ۳۰۰۰ فروشگاه را تعیین کرد و برنامه‌هایی برای فروشگاه‌های جدید در بازارهای موجود و جدید ارائه داد.



شماره ۵۹
۲ مرداد ۱۴۰۱
سال دوم



بهینه‌سازی سفر مشتری

کارشناسان صنعت خرده‌فروشی می‌گویند که اگر نمی‌خواهید مشتریان خود را ناامید کنید، باید به اومنی چنل روی بیاورید

که «پاتوق بودن» مراکز خرید ممکن است به دلیل تأثیر کم رسانه‌های اجتماعی بر نحوه تعامل افراد می‌گذارد، کم‌اهمیت شده باشد. شوروم و وب‌روم؛ در حالی که فروشگاه‌های فیزیکی به نمایشگاه‌هایی برای خرده‌فروشان آنلاین تبدیل شده‌اند، مک‌گیچن گفت خرده‌فروشان فیزیکی توانسته‌اند با ظهور «وب‌رومینگ» مقابله کنند. اینجاست که مشتریان با استفاده از وب‌سایت‌های خرده‌فروشان آنلاین، تحقیقات محصول از جمله مقایسه قیمت‌ها را انجام می‌دهند، اما برای تجربه و خرید یک محصول، از فروشگاه‌های فیزیکی بازدید می‌کنند.

تهدید پیور-پلی (شرکتی که به طور انحصاری بر یک محصول یا خدمات خاص تمرکز می‌کند تا بتواند سهم زیادی از بازار را به دست آورد)؛ به گفته مک‌گیچن، برخی از پیور-پلی‌ها (خرده‌فروشانی که فقط به صورت آنلاین فعالیت می‌کنند)، محدودیت‌های آنچه را که می‌توانند آنلاین به دست آورند، درک می‌کنند. به منظور رشد، آنها «خریدهای تجربی» را پذیرفته‌اند و فروشگاه‌های فیزیکی باز کرده‌اند، جایی که مردم می‌توانند یک محصول یا خدمت را «تجربه» کنند. این یک تهدید برای خرده‌فروشان فیزیکی موجود است.

خرده‌فروشان کوچک مزیت رقابتی دارند
مک‌گیچن همچنین توضیح داد که خرده‌فروشی اومنی چنل بدون در نظر گرفتن اندازه خرده‌فروش، یک مدل کسب‌وکار عملی و جذاب است. او گفت: «اندازه مانعی برای خرده‌فروشی‌های کوچک و تک‌فروشگاهی نیست که نتوانند خدمات اومنی چنل را به مشتریان ارائه دهند. اتفاقاً برای خرده‌فروشان بزرگ، تغییر کاری است که باید با احتیاط انجام دهند، در حالی که خرده‌فروشان کوچک می‌توانند از چابکی خود به عنوان یک مزیت رقابتی استفاده کنند. خرده‌فروشان کوچک‌تر در موقعیتی هستند که می‌توانند یک سرویس اومنی چنل را به سرعت راه‌اندازی کنند، آزمایش کنند، تطبیق دهند و آن را با سرعتی تنظیم کنند که کسب‌وکارهای بزرگ‌تر نمی‌توانند امیدی به تقلید از آن داشته باشند.»

خرده‌فروشان دیگر نمی‌توانند کانال‌های مختلف خود را به‌عنوان انبارهای اطلاعاتی تلقی کنند، زیرا مشتریان انتظار دارند «سفری را در یک کانال شروع کنند، به کانال دیگری بروند، به کانال سوم بروند و به کانال اول بازگردند و در سفر خرید آنها وقفه‌ای ایجاد نشود.»

شخصی‌سازی مهم است
در حالی که «کلیک و جمع‌آوری» (click-and-collect) یکی از ویژگی‌های خرده‌فروشی اومنی چنل است، مک‌گیچن به خرده‌فروشان هشدار داد که این دورا اشتباه نگیرند، زیرا «کلیک و جمع‌آوری» به خودی خود یک تجربه خرید یکپارچه را به مشتریان ارائه نمی‌دهد. مک‌گیچن همچنین در مورد اهمیت روزافزون جمع‌آوری داده‌های مشتریان از طریق برنامه‌های وفاداری و مدیریت ارتباط با مشتری صحبت کرد و توضیح داد که ارائه یک تجربه خرید شخصی برای رشد و بقای خرده‌فروشان ضروری است. علاوه بر این، مک‌گیچن گفت که ایده خرده‌فروشی اومنی چنل همچنان در حال تکامل است. به عنوان مثال رشد خرید از طریق تلفن همراه که در برخی موارد با کاهش خرید مردم از طریق رایانه همراه بوده است، در این روند تأثیر دارد؛ «اومنی چنل لزوماً آن تجربه یکپارچه نشستن در خانه، کلیک کردن در رایانه شخصی و ورود به مغازه نیست. ممکن است خریدار در جاده یا در مرکز خرید، از دستگاه تلفن همراه خود برای خرید استفاده کند.»

سه روند که خرده‌فروشان باید در نظر بگیرند
مک‌گیچن روندهایی را برجسته کرد که می‌تواند بر خرده‌فروشان که خدمات اومنی چنل یکپارچه ارائه نمی‌دهند، تأثیر منفی بگذارد. مراکز خرید دیگر پاتوق نیستند؛ مک‌گیچن گفت آمار خرید در تعطیلات ایالات متحده که توسط فدراسیون ملی خرده‌فروشی در ژانویه منتشر شد، خرده‌فروشان را نگران خواهد کرد. این داده‌ها کاهش ۵۰ درصدی بازدید از مراکز خرید را در چهار سال گذشته نشان می‌دهند. مک‌گیچن با اشاره به اینکه مراکز خرید (حداقل در آمریکا) به طور سنتی فضاهایی برای ارتباطات اجتماعی بودند، حدس زد

جلسه انجمن مطبوعاتی خرده‌فروشی و امنیت که در هتل رادیسون بلو پلازا در سیدنی برگزار شد، توسط مدیر عامل شرکت Frost & Sullivan's ANZ، مارک دوگان، مدیریت شد. در این جلسه گروهی از کارشناسان صنعت، از جمله مارک مک‌گیچن، مدیر عامل ادونس ریتیل تکنولوژی حضور داشتند و به بیان نکاتی درباره صنعت خرده‌فروشی در عصر حاضر و اهمیت اومنی چنل در این صنعت پرداختند.

چندین کانال برای یک تراکنش
دوگان با تمرکز بر اهمیت روزافزون «خرده‌فروشی اومنی چنل»، در مورد تکامل صنعت خرده‌فروشی توضیحاتی ارائه داد. دوگان گفت: «اومنی چنل گرایش کلی استفاده از کانال‌های متعدد توسط مصرف‌کنندگان است که اغلب به عنوان بخشی از یک معامله با یک خرده‌فروش است. به عنوان مثال، مصرف‌کنندگان ممکن است از یک دستگاه تلفن همراه برای تحقیق در مورد یک محصول، در دسترس بودن محصول در فروشگاه و ساعات کاری یک خرده‌فروش استفاده کنند. از طرف دیگر، آنها ممکن است برای مشاهده محصول به یک فروشگاه مراجعه کنند، اما محصول را به صورت آنلاین سفارش دهند. این امکان نیز وجود دارد که آنها سفارش را به صورت آنلاین ثبت کنند، اما برای تحویل گرفتن آن به فروشگاه بروند. نکته کلیدی اومنی چنل برای خرده‌فروشان این است که به صورت یکپارچه کار کنند.»

کانال‌ها را یکپارچه کنید یا مشتریان را ناامید کنید
دوگان به شرکت‌کنندگان گفت در حالی که بسیاری از خرده‌فروشان در ابتدا فروشگاه‌های آنلاین خود را به عنوان بخشی مستقل و جدا از فروشگاه‌های فیزیکی خود اداره می‌کردند، این رویکرد به طور فزاینده‌ای غیرقابل اجرا شده است. او توضیح داد که مشتریان اکنون از خرده‌فروشان انتظار یک تجربه اومنی چنل یکپارچه دارند و هر چیز کمتری باعث ناامیدی مشتریان می‌شود. مک‌گیچن نیز با این رویکرد موافق بود و توضیح داد که



استخدام چهار هزار نفر در آمازون بریتانیا

گام‌های جدی برای بهبود برند کارفرمایی

آمازون به تازگی اعلام کرده که در سال ۲۰۲۲ بیش از چهار هزار شغل دائمی در بریتانیا ایجاد خواهد کرد و موج کاهش مشاغل در صنعت فناوری را به مبارزه طلبید.

این نقش‌ها شامل وظایف شغلی در توسعه نرم‌افزار، مدیریت محصول و مهندسی و همچنین وظایف عملیاتی در مراکز لجستیکی خواهد بود.

کارکنان جدید در تعدادی از مناطق در سراسر بریتانیا، از جمله ویگفیلد و کنوزلی در شمال انگلستان، جایی که شرکت در حال افتتاح دو مرکز جدید است، اضافه خواهد شد. این شرکت گفت که فشار استخدام نیروی کار دائمی آمازون در بریتانیا را به بیش از ۷۵ هزار نفر خواهد رساند.

جان بومفری، مدیر آمازون بریتانیا در بیانیه‌ای مطبوعاتی گفت: «ما به سرمایه‌گذاری روی استعدادها در سراسر بریتانیا ادامه می‌دهیم، مردم نه تنها به خاطر تنوع گسترده نقش‌ها، دستمزد و مزایای عالی، بلکه برای فرصت‌های توسعه شغلی که ارائه می‌دهیم، به ما می‌پیوندند.»

استخدام این شرکت در بریتانیا با سایر بخش‌های صنعت فناوری تضاد دارد. این بخش اخیراً در بحبوحه افزایش تورم و نرخ‌های بهره بالاتر در حال تغییر وضعیت است. شرکت‌های بزرگی از جمله مایکروسافت، نتفلیکس و رابین‌هود با پیش‌بینی کاهش رشد اقتصادی، تعداد شغل‌های مختلف را در کنار سایر اقدامات کاهش هزینه، کم کرده‌اند.

استخدام در آمازون در طول همه‌گیری کووید، پس از محدودیت‌های ماندن در خانه که موجب رشد فروش تجارت الکترونیک شد، افزایش یافت. با این حال، مدیر ارشد مالی شرکت، برایان اولسوسکی گفته است که شرکت در نتیجه استخدام بی‌رویه در زمان شیوع کووید، با پرسنل مازاد مواجه شده است. آمازون در گذشته به دلیل رفتارش با کارگران با انتقاداتی روبه‌رو بوده است. هرچند آمازون گفته است برای بهبود وضعیت کارمیلاردها دلار در اقدامات و فناوری‌های ایمنی جدید سرمایه‌گذاری می‌کند.



شماره ۵۹
۲ مرداد ۱۴۰۱
سال دوم

جذاب باشید و جذاب بمانید

هشت نکته مهم در مورد شکل دادن، برقراری ارتباط و پرورش یک برند کارفرمایی

آیا می‌دانید نظر مردم در مورد سازمان شما به‌عنوان یک کارفرما چیست؟ ایجاد و حفظ یک نام تجاری کارفرمایی جذاب، راه قدرتمندی در سازمان‌ها برای به دست آوردن مزیت رقابتی در هنگام جذب و حفظ کارمندان با توانایی بالاست. در اینجا هشت نکته مهم در مورد شکل دادن، برقراری ارتباط و پرورش یک برند کارفرمایی آورده شده است.

۱ کشف کنید کارکنان شما چه می‌گویند

نظرسنجی محرمانه از کارکنان، راهی عالی برای درک بیشتر چیزی است که کارمندان شما در مورد برند کارفرمایی فعلی‌تان فکر می‌کنند. آنها به یک دوست در مورد سازمان چه می‌گویند؟ فکر می‌کنند بهترین چیز در مورد کار در آنجا چیست؟ چه چیزی سازمان شما را با سایر کارفرمایان در صنعت متمایز می‌کند؟ در صورت

وجود، آنها مایل اند چه چیزی را بهبود بخشند؟ از بازخورد برای کمک به توسعه پیام‌هایی که می‌خواهید به تصویر بکشید، استفاده کنید. نام تجاری کارفرمای شما باید نکات مثبت را برجسته کند، اما همچنین باید واقع‌بینانه باشد و نظرات کارمندان فعلی شما به شکل دادن این تصویر درست کمک می‌کند.



ترانه احمد دوست
taraneh-ahmaddoust@yahoo.com

۲ تغییرات مثبت ایجاد کنید

به نتایج نظرسنجی کارکنان نگاه کنید و شروع به ایجاد تغییرات مثبت مورد نیاز کنید. نتایج و برنامه‌های عملیاتی را آشکارا با کارمندان به اشتراک بگذارید. چیزی یک شبه اتفاق نمی‌افتد، اما اگر بتوانند پیشرفت‌ها را ببینند، به احتمال زیاد در طول زمان با شما خواهند ماند. این به شما کمک می‌کند تا نیروهای مستعدی را که در حال حاضر دارید، حفظ کنید. یک شرکت با جایه‌جایی زیاد پرسنل نیز یکی از موارد کلیدی است که احتمالاً باعث ایجاد نگرانی در میان نیروهای کار بالقوه می‌شود.

۳ داستان‌های کارمند عالی را پیدا کنید

داستان‌های زندگی واقعی افرادی که در سازمان شما پیشرفت می‌کنند و شکوفا می‌شوند، یکی از قوی‌ترین دارایی‌ها برای ترویج نام تجاری کارفرمایی هستند. داستان‌های موفقیت کارمندان را بیابید و آنها را به صورت موردی مطالعه کنید. به این نکته توجه کنید که چگونه در سازمان پیشرفت کرده‌اند، چگونه به‌عنوان یک فرد رشد کرده‌اند، جاه‌طلبی‌های شغلی‌شان و اینکه چگونه نقش مهمی در کسب‌وکار دارند، مهم هستند. ترویج نمونه‌های واقعی، شواهد روشنی از انواع فرصت‌های موجود برای سایر افراد را نشان می‌دهد.

۴ یک تصویر هزاران کلمه را بیان می‌کند

برای به تصویر کشیدن زندگی در سازمان خود به عکاسی استوک تکیه نکنید. برای پلتفرم‌های حرفه‌ای‌تان مانند

وبسایت و تبلیغات استخدامی، از یک عکاس دعوت کنید تا از افراد واقعی در محل کار عکس‌های باکیفیت بگیرد. اینها را می‌توان با عکس‌هایی که توسط اعضای تیم برای شبکه‌های اجتماعی گرفته می‌شود، تکمیل کرد. عکس‌ها واقعاً می‌توانند به ترسیم تصویری از یک سازمان برای یک کارمند بالقوه کمک کنند. آنها می‌توانند محیط کار، مدل لباس، افرادی که ممکن است با آنها کار کنند و رویدادها و فرایندهایی را که ممکن است در آن درگیر شوند، به روشنی نشان دهند.

۵ وبسایت خود را به‌روز کنید

اگر قبلاً بخش مشاغل و استخدام اختصاصی در وبسایت خود نداشتید، به دنبال ایجاد فضایی برای آن باشید و آن را با محتوای جذاب پر کنید. ارزش‌های سازمان خود را بیان کنید تا افراد بتوانند ببینند که آیا خود را می‌توانند با ارزش‌های سازمان مطابقت دهند یا خیر. نحوه کار، فرهنگ شرکت و ساختار سازمانی را مشخص کنید. همه اینها به استخدام شونده‌گان بالقوه کمک می‌کند تا بفهمند آیا به‌خوبی با شرکت شما سازگاری دارند یا خیر. دلایلی را فهرست کنید که چرا مردم باید با شما همکاری کنند؟ چه چیزی سازمان شما را متمایز می‌کند؟ چگونه به کارمندان پاداش می‌دهید؟ فراموش نکنید که از مطالعات موردی داستان‌های موفقیت کارمندی که ایجاد کرده‌اید، استفاده کنید و جزئیات پیشرفت و فرصت‌های آموزشی موجود را بیفزایید.

۶ تجربه کاندیداهای فرصت‌های شغلی خود را

آزمایش کنید سعی کنید فرایند استخدام خود را به گونه‌ای انجام

دهید که گویی یک کاندیدا هستید. ممکن است افراد توسط برندی که شما تبلیغ کرده‌اید جذب شده باشند، اما اگر فرایند استخدامی که طی می‌کنند مطابق با آن نباشد، همچنان می‌توانند نظر خود را تغییر دهند. چگونه به برنامه‌ها پاسخ داده می‌شود؟ اعمال آن چقدر آسان است؟

چه اطلاعاتی دریافت می‌کنند؟ روند مصاحبه چگونه است؟ در صورت عدم انتخاب کاندیداها چه بازخوردی ارائه می‌شود؟

۷ نام تجاری خود را در زندگی روزمره جا کنید

برای اینکه یک برند کارفرمایی مؤثرتر باشد، باید به یک روش زندگی تبدیل شود. تیم رهبری و مدیریت باید به برند متعهد و الگو باشند. به طور مداوم به دنبال راه‌هایی باشید تا به کارکنان یادآوری کنید که چرا از ابتدا شرکت شما را انتخاب کردند. به هر وعده‌ای که در رابطه با شناخت، پاداش و پیشرفت داده شده است، عمل کنید و اطمینان حاصل کنید که برند شما به طور مداوم در سراسر رویکرد شما به مدیریت افراد و ارتباطات داخلی اعمال می‌شود.

۸ نظارت مستمر

خوب است همچنان از کارمندان سازمان خود برای بازخورد مداوم درخواست کنید. با ورود نسل‌های جدید به نیروی کار ممکن است تغییری در نیازها و ادراکات ایجاد شود.

نظرسنجی‌های منظم کارمندان کمک می‌کند تا اطمینان حاصل شود برند کارفرمایی شما برای استعدادهای جدید و کارمندان فعلی که در وهله اول برای جذب آنها سخت تلاش کرده‌اید، جذاب باقی می‌ماند.





از سه هزار سال پیش مردمی داریم که در بسیاری از نقاط کره زمین کشاورزی تهاجمی انجام می دهند

ناهنجاری های سیاره زمین و تمدن های باستانی

با چیرگی موضوعاتی مانند تغییرات آب و هوا، گرمایش جهانی و انرژی های تجدیدپذیر بر گفت و گوهای ملی، به راحتی می توان آنها را منحصر به دنیای مدرن دانست؛ اما یک پژوهش گروهی نشان می دهد که انسان های نخستین از ۱۰ هزار سال پیش در سراسر جهان در حال دگرگون کردن و تأثیرگذاری بر محیط های خود بودند.

گری فاینمن، متصدی انسان شناسی در موزه فیلد و یکی از ۲۵۰ نویسنده این پژوهش می گوید: «با استفاده از داده های جمع سپاری شده می توانیم ببینیم که از حداقل سه هزار سال پیش استفاده از زمین چه تغییرات زیست محیطی ای ایجاد کرده و این بدان معناست که مشاهده تأثیر انسان بر محیط زیست به عنوان یک پدیده جدید، بیش از اندازه بر گذشته نزدیک متمرکز شده است. برای درک بحران آب و هوایی کنونی، باید تاریخ تغییر محیط های انسان ها را درک کنیم. انسانها حدود ۱۲ هزار سال پیش به طور کلی در جست و جوی غذا بودند و به شدت و اندازه کشاورزان با محیط های پیرامون خود تعامل نداشتند؛ اما می بینیم از سه هزار سال پیش مردمی داریم که در بسیاری از نقاط کره زمین کشاورزی تهاجمی انجام می دهند. انسان ها در این دوره برای کاشت غذا و اهلی کردن گیاهان و حیوانات شروع به پاک سازی جنگل ها کردند. دامداران اولیه نیز با پرورش انتخابی، محیط اطراف خود را تغییر دادند.»

رایان ویلیامز، رئیس مردم شناسی موزه فیلد و یکی از نویسندگان این پژوهش می گوید: «ما شاهد یک مسیر تسریع شده از تأثیرات زیست محیطی بودیم. در حالی که سرعت تغییر محیط در حال حاضر بسیار شدیدتر

است، اثراتی را می بینیم که انسان هزاران سال پیش بر زمین گذاشته است.»

این مطالعه به رهبری لوکاس استفنز از دانشگاه پنسیلوانیا انجام شد و بخشی از یک طرح بزرگ تر به نام ArchaeoGLOBE است که در آن از نظرسنجی های آنلاین برای گردآوری اطلاعات از کارشناسان منطقه ای استفاده می شود؛ آنها درباره چگونگی تغییر کاربری زمین در طول زمان در ۱۴۶ منطقه مختلف سراسر جهان نظر می دهند. کاربری زمین می تواند هر چیزی از شکار و گردآوری گرفته تا کشاورزی و چرای حیوانات باشد و مشخص است برخلاف تصور بسیاری از افراد، آن گونه نیست که هیچ اثری از روش هایی که مردم باستان از آن استفاده می کردند، باقی نمانده باشد.

در حالی که تغییرات آب و هوایی و تخریب محیط زیست امروزی سریع تر و در مقیاسی بسیار بزرگ تر از آنچه که جهان تاکنون دیده اتفاق می افتد، فاینمن خاطرنشان می کند که این مطالعه به ارائه یک زمینه تاریخی برای مشکلات امروز کمک خواهد کرد؛ «چنین تمرکزی بر تفاوت زمان حال با گذشته در علم معاصر وجود دارد. این پژوهش با نشان دادن اینکه تغییرات سریع تری در کاربری زمین در دوران اخیر صورت گرفته است، دیدگاهی متضاد نیز برای آن ارائه می دهد. انسان ها برای مدت طولانی این کار را انجام داده اند و این الگوها از سه هزار سال پیش شروع شده است. این یافته ها نشان می دهد مشکلاتی که ما امروز با آنها روبرو هستیم، ریشه ای عمیق دارند و برای حل شان به راه حل هایی فراتر از راه حل های ساده نیاز داریم. نمی توان این موارد را نادیده گرفت.»



شماره ۵۹
۲ مرداد ۱۴۰۱
سال دوم



خاستگاه های باستانی تمدن و فناوری

دگرگونی هایی که درباره دوران پیش از تاریخ بشر بیان شده در مقایسه با پنج هزار سال تاریخ ثبت شده بشری در بازه زمانی طولانی تری رخ داده است؛ این تحولات ابتدا در نواحی بسیار کوچکی از سطح زمین اتفاق افتاد

تکنیک های ساختمانی

پیشرفت های چشمگیر دوره نوسنگی در شیوه های ساختمانی پیش از تاریخ نمایان است. اطلاعات زیادی درباره توانایی های فراتر از ساخت چند پناهگاه سنگی در دست نیست، اما در دوره نوسنگی سازه های چشم گیری

بر پا شد که نخست به عنوان مقبره و گوردخمه و دیگر بناهای مذهبی نمایان شده؛ سپس در پایان دوره محل سکونت خانوادگی مشاهده می شود که برای نخستین بار در آن آجر خشک شده در آفتاب به کار رفته است. در شمال اروپا که دگرگونی نوسنگی دیرتر از نواحی مدیترانه شرقی آغاز شد و بیشتر به طول انجامید نیز بناهای سنگی عظیمی ایجاد شد که استون هنج (Stonehenge) در انگلستان نمونه برجسته آن است؛ بنایی

که نه بیان توانایی ریاضی و ابتکار جوامع پس از دوره پارینه سنگی، بلکه گواه روشنی بر مهارت های فنی است.

ساخت

به نظر می رسد صنعت تولید در عصر نوسنگی با به کارگیری روش هایی برای آسیاب ذرت، پخت خاک رس، ریسندگی و بافندگی منسوجات و همچنین رنگرزی، تخمیر و تقطیر پایه گذاری شد. شواهدی برای وجود همه این فرایندها را می توان در یافته های باستان شناسی

به دست آورد. پاره ای از این ابتکارت در زمان ظهور نخستین تمدن های شهری به صنایع دستی تخصصی تبدیل شدند. نخستین فلزکاران نیز به همین ترتیب دست یابی به فنون استخراج و کار کردن با فلزات نرم تر مانند طلا، نقره، مس و قلع را شروع کردند که جانشینان آنها را به طبقه ای منتخب از صنعتگران تبدیل می کرد. همه این زمینه های تخصصی اولیه بیانگر توسعه تجارت بین جوامع و مناطق مختلف بود و شواهد باستان شناسی چشم گیری از انتقال محصولات تولیدی در دوره پارینه سنگی در دست است. به عنوان نمونه نوک پیکان ساخته شده از انواع خاص سنگ چخماق را می توان به شکل گسترده در سراسر اروپا یافت که به معنای مکان تولید مشترک است.



مهران امیری

mehranamiri@gmail.com

چنین انتقالی نشان دهنده بهبود امکانات حمل و نقل و ارتباطات است. مردم دوران پارینه سنگی احتمالاً کاملاً وابسته به قدرت پاهای خود بودند و این شیوه معمول حمل و نقل در سراسر دوره پارینه سنگی پابرجا ماند. اهلی کردن گاو، الاغ و شتر بدون شک مفید بود، گرچه دشواری مهار اسب استفاده کارآمد از آن را مدت زیادی به تأخیر انداخت. قایقرانی با قایق های ساخته شده از پوست درخت نشان داد که این شیوه حمل و نقل روی آب چه توانایی هایی ایجاد می کند؛ شواهدی وجود دارد که



چرا هیجانانامان متناسب با موقعیت نیست؟ آیا برای «من» حضور داری؟

نخواهد بود. برای مثال، فرض کنیم که هر دوشان در حال تجربه کردن موقعیت غم‌انگیز فقدان هستند؛ از دست دادن شخص یا موقعیت دوست‌داشتنی. کسی که سطح بیشتری از سروتونین را تجربه می‌کند، با تکیه بر شرایط زیستی گفته شده، زودتر از آن شرایط خارج هورمون را داراست. چه بسا شخص دوم به دلیل طولانی‌تر شدن فرایند بهبودی، برای تسکین حال خویش باعث آسیب رساندن به خود و دیگری شود. زیرا بعید به نظر می‌رسد که ماندن در غم زیاد و طولانی لذت بخش باشد.

قصدمان این نیست که انسان با تمام ویژگی‌هایش را به عملکرد هورمون‌هایش محدود کنیم. بلکه می‌خواهیم این مفهوم را تبیین کنیم که چقدر هوشیارانه زیستن، در متفاوت تجربه کردن اتفاقات و در کل متفاوت زیستن اهمیت دارد.

زیستن هوشیارانه اگرچه نیاز به تمرین مداوم دارد، اما مفهوم پیچیده‌ای نیست. زیستن هوشیارانه یعنی در لحظه به هر آنچه که در ساحت روان ما و برای ما اتفاق می‌افتد، آگاه باشیم و درست در همین لحظه بهترین بار خویشتن بمانیم. در پذیرش کامل خویشتن باشیم، یعنی خودمان را با تمام تاریکی‌ها و روشنایی‌های وجودمان دوست بداریم. هرگز نمی‌توانیم بهترین بار خودمان باشیم. لحظه‌ها را با مهر و عشق در کنار خودمان باشیم. یقیناً همان‌طور که با زیستن به این شیوه، خودمان را آگاهانه دوست داریم، در شرایط سخت و هنگام رنج بردن به فعالیت‌هایی خواهیم پرداخت که زودتر و با سلامت بیشتر از این شرایط عبور کنیم. همه ما انسان‌ها در سراسر این کره خاکی چون حلقه‌های زنجیر به هم پیوسته‌ایم، پس بهبود حال من، یعنی بهبود حال تو.

از آنجا که هر انسانی غالباً در شرایط عادی هم در حال تجربه طیفی از هیجانانام است، در شرایط و موقعیت‌های خاص هم حتماً هیجانانامی را تجربه می‌کند. اما نکته قابل تأمل اینجاست که در بیشتر مواقع هیجانانام متفاوتی از شرایطی که در حال تجربه آن هستیم، درک می‌کنیم. یا بهتر است بگوییم هیجانانامی که در آن شرایط خاص تجربه می‌کنیم، متناسب با آن شرایط نیست! اما چرا؟

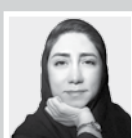
هیجانانام چه دستاوردی دارند؟

قطعاً یکی از مواردی که نشان‌دهنده هیجانانام هستند، رفتارهای ماست. بسیار شنیده‌ایم که می‌گویند رفتارهای ناهوشیار ما بسیار تحت تأثیر شرایطمان است. اما بر اساس آنچه گفته شد، دقیق‌تر است که بگوییم «رفتارهای ناهوشیار ما بسیار تحت تأثیر هیجانانامان هستند.» ما در شرایط خاص، هیجانانامی را تجربه می‌کنیم و بر اساس آن واکنشی که غالباً یک «رفتار» است، بروز می‌دهیم و امان از آن روزی که هیجانانامان متناسب با موقعیت نباشند!

همان‌طور که از نام «واکنش» پیداست، اغلب ناهوشیار است. این مفهوم صرفاً بدان معنا نیست که من نمی‌دانم در حال انجام دادن چه کاری هستم، بلکه یعنی ساختار بیولوژیکی، مغز و اعصاب، سطح هورمون‌ها و... بسیار در بروز واکنش‌مان تأثیرگذار است.

علم ثابت کرده که پرداختن به اعمالی چون کمک‌های داوطلبانه، شکرگزاری، معنویت و ورزش کردن ترشح هورمون سروتونین را افزایش می‌دهد و حضور این هورمون در بدن باعث تجربه هیجان شادی می‌شود.

حال از شما می‌خواهم شرایط تنش‌زایی را در نظر بگیرید و شخصی با ویژگی بالا را مقایسه کنید، با شخصی که از این سطح از هورمون سروتونین برخوردار نیست. آیا واکنش رفتاری این دو به شرایط یکسان، یکی خواهد بود؟ مسلماً نیست. حداقل اگر پاسخ یکسان باشد، شدت آن یکسان



آزاده پارسافر
کارشناس ارشد روانشناسی بالینی

a.parsafar.edu@gmail.com



شماره ۵۹
۲ مرداد ۱۴۰۱
سال دوم



رشد جمعیت شد که نیاز به محصولات صنعتگران متخصص در گستره بزرگی از کالاها را ایجاد کرد. بخشی از این صنعتگران فلزکار بودند. آنها فلزاتی مانند مس و طلا را که به آسانی به دست می‌آمدند و می‌توانستند با کوبیدن به آنها شکل دهند، دست‌مایه کار خود قرار دادند. سپس کشف و استخراج برخی از فلزات از سنگ معدن رخ داد. شاید نخستین ماده‌ای که استخراج شد، کربنات مس بود که به آن مالاکیت می‌گفتند که پس از سوختن به راحتی به مس تبدیل می‌شد. گرچه زمان و مکان این کشف روشن نیست اما پیامدهای فوق‌العاده داشت و به جست‌وجوی سایر سنگ‌های فلزی، توسعه متالورژی، تشویق تجارت به منظور ایمن‌سازی فلزات خاص و توسعه بیشتر مهارت‌های تخصصی منجر شد. این امر به شکلی قابل توجه به پیدایش جوامع شهری و نخستین تمدن‌ها کمک کرد، چراکه وابستگی شدیدی به تجارت و صنایع تولیدی داشت. عصر حجر جای خود را به عصر فلز داد و دوره جدیدی در داستان نوع بشر آغاز شد.

توافقی کلی وجود دارد که تمدن را شامل اجتماعی بزرگ با فرهنگ مشترک، جوامع مستقر و نهادهای پیچیده بدانیم و همه اینها نیازمند تسلط بر سواد ابتدایی و شمارش است. تسلط بر هنرهای متمدن در تمدن‌های اولیه، به احتمال زیاد در دست یک طبقه و به‌دقت محافظت شده بود. با این حال وجود چنین مهارت‌هایی حتی در دستان اقلیت کوچکی از جمعیت، نکته‌ای قابل توجه است، زیرا آنها امکاناتی را برای ثبت و انتقال اطلاعات فراهم کردند که دامنه نوآوری و تفکر را به میزان زیادی افزایش داد.

تا این دوره فناوری بدون بهره‌گیری از علم پدید آمده بود، اما در زمان نخستین ستاره‌شناسان سومری که حرکت اجرام آسمانی را با دقت قابل توجه ثبت کرده و محاسباتی را پایه‌گذاری کردند که تقویم و سامانه‌های آبیاری را بر اساس این مشاهدات تنظیم می‌کرد، رابطه خلاقانه بین علم و فناوری پدیدار شد. نخستین نتیجه چنین پیوندی بهبود توانایی‌های اندازه‌گیری زمین، وزن کردن و نگاه داشتن زمان بود که در زمره نیازهای فنی کاربردی هر جامعه پیچیده‌ای است که بدون داشتن سواد غیرقابل تصور است و حکایت از آغاز انجام مشاهدات علمی دارد. ظهور این مهارت‌ها در هزاره سوم پیش از میلاد به ایجاد نخستین تمدن‌ها در دره‌های رود نیل و دجله-فرات انجامید.

نشان از ظهور بادبان پیش از پایان دوره نوسنگی دارد. دگرگونی‌هایی که درباره دوران پیش از تاریخ بشر بیان شده، در مقایسه با پنج هزار سال تاریخ ثبت شده بشری در بازه زمانی طولانی‌تری رخ داده است؛ این تحولات ابتدا در نواحی بسیار کوچکی از سطح زمین اتفاق افتاد. انقلاب نوسنگی ابتدا در بخش‌هایی از جهان با ترکیبی غیرمعمول از ویژگی‌ها رخ داد؛ آب و هوای گرم، تشویق رشد سریع محصولات کشاورزی و چرخه سالانه سیل که به طور طبیعی باروری زمین را بازسازی می‌کرد. در خشکی اوراسیا-آفریقا چنین شرایطی فقط در مصر، بین‌النهرین، شمال هند و برخی از دره‌های رودخانه بزرگ چین رخ می‌دهد. بنابراین مردان و زنان دوران نوسنگی در چنین جاهایی به توسعه روش‌های جدید کشاورزی، دامداری، آبیاری و تولید تشویق شدند و پاداش کارشان را با افزایش بهره‌وری دریافت کردند که به رشد جمعیت دامنه زد و دنباله‌ای از تغییرات سیاسی-اجتماعی را پدید آورد که پایه‌گذار تبدیل جوامع یک‌جان نشین دوره نوسنگی به نخستین تمدن‌ها شد.

در جاهای دیگر که چنین محرک‌هایی برای نوآوری فناورانه وجود نداشت، باید در انتظار انتقال تخصص فنی از مناطق بسیار مطلوب‌تر می‌ماندند که ریشه جدایی تمدن‌های بزرگ جهانی است؛ زیرا در حالی که تمدن‌های مصر و بین‌النهرین نفوذ خود را از طریق دریای مدیترانه و اروپا به سمت غرب گسترش می‌دادند، هند و چین به خاطر موانع جغرافیایی، به مناطق داخلی خود محدود شدند.

انقلاب شهری (حدود ۳۰۰۰ تا ۵۰۰ پیش از میلاد)

دگرگونی‌های فناوری که بر شمرده‌ایم تنها در پاسخ به اساسی‌ترین نیازهای اجتماعی، یعنی جست‌وجوی غذا و سرپناه بود و بسیار آهسته و در یک دوره زمانی طولانی رخ داد و منابع اندکی برای فعالیتی غیر از برآورده کردن این نیازها در دسترس بود. در همین حال حدود پنج هزار سال پیش یک انتقال فرهنگی مهم در چند موقعیت جغرافیایی مطلوب آغاز شد. این دگرگونی نیازها و منابعی جدید ایجاد کرد و با افزایش چشم‌گیر نوآوری‌های فناوری همراه شد که آغاز اختراع شهر بود.

صنعتگران و دانشمندان

افزایش مهارت‌های کشاورزی دوران نوسنگی موجب





صغیر اصفهانی و ستایش کوشش برای آبادانی کشور

نفی شدستی تو در اثبات غیر

محمد حسین صغیر اصفهانی، سیزدهم رجب ۱۳۱۲ ه. ق. در اصفهان به دنیا آمد و در سنین هشت، نه سالگی شروع به گفتن شعر کرد و به همین دلیل متخلص به «صغیر» شد. از جوانی به کار بافندگی پرداخت و بی‌نیازی از خلق را پیشه خود کرد. او در بیشتر انجمن‌های ادبی اصفهان همچون انجمن‌های مدرسه تبریزی، خاکیا، کمال، سعدی و مکتب صائب شرکت می‌کرد و از ابتدای تشکیل انجمن دانشکده اصفهان به سرپرستی عباس خان شیدا در سال ۱۳۳۴ ه. ق. نیز در آن حضور داشت. صغیر اصفهانی سرانجام در اول جمادی الثانی ۱۳۹۰ ه. ق. (مردادماه ۱۳۵۰) وفات یافت و در کنار حرم رأس الرضا در طوقچی اصفهان به خاک سپرده شد. صغیر در ستایش کار و کوشش برای آبادانی کشور می‌گوید:

کارکن و کارکن و کارکن
بار خود ای جامعه خود بارکن

رفته تویی از تو که یادش به خیر؟
نفی شدستی تو در اثبات غیر

هیکت ای جامعه ذولجاج
آمده سر تا به قدم احتیاج

خواریت از علت بی‌کاریست
حاصل بی‌کاریت این خواریت

از اثر صنعت و علم و هنر
تا نشود کشور ما معتبر

قلب وطن شاد نخواهد شدن
مملکت آباد نخواهد شدن

مایه کار است زر و فکر و دست
وین سه به تحقیق در این مُلک هست

هست ولی هر یک از آن یک جداست
دست که باشد یکی، آن بی‌صداست

گر که کنند این سه به هم اتفاق
خوش بدر آید مه مُلک از محاق

بأس مبر هست صغیر را امید
حق کند این روز سیه را سپید

عبرنسا را در آمد زایی ۱۲ میلیونی

این هفته به طرز غریبی از آن آقای خرما یه داری که نمی‌خواهم اسمش را بیاورم خبری نیست و ظاهرًا سرتیتر خبرهای هفته گذشته، کسی است که گاه و یونجه بی‌خاصیت را تحویل می‌گیرد و عبرنسا را تحویل می‌دهد.

تحویل می‌دهد. از چه دارم حرف می‌زنم؟ بله؛ عبرنسا را.

صحبت از مسافركشی است، نام یک ایرانی می‌درخشد. شما به این توجه داشته باشید که او بر برای توسعه کسب‌وکار خود حتی مجبور شده از کراوات کسی مثل مکرون آویزان شود؛ اما جناب خر چه؟ جذاب مغرور لعنتی!



عبدالله مقدمی

@moghaddamy0007

همان‌طور که خمارخمار دارد به اطرافش نگاه می‌کند، آرام و بدون عجله گاه و یونجه‌اش را می‌خورد و بعد اجازه می‌دهد بقیه کارها را اندرون خسته‌دلش انجام دهد. انگار که می‌داند هر چقدر مشتری را تشنه و مشتاق نگه دارد، مشتری بر او بیشتر می‌جوشد.

توی مایه‌های بخور و بخواب است. نه مجوز می‌خواهد، نه توسعه خاصی لازم دارد، نه حتی به سرمایه‌گذار خاصی نیاز است. کافی است دشت فراخ باشد و دستگاه هاضمه مشغول.

اما در این جهان نابرابر همه عالم جمع شده‌اند و قربان صدقه امثال دارا خسروشاهی می‌روند که چطور توانسته یک شرکت تاکسی اینترنتی ضعیفی را به غول مسافركشی جهان تبدیل کند. حالا ما با این کاری نداریم که هر جا

آیا پیش آمده که وقتی عکس‌های یک دوره‌می را می‌بینید، ته دل تان یک‌جوری بشود و همان‌طور که دندان خشم بر جگر خسته می‌فشرد، بگویید: «اصلاً هم دوست نداشتم به این مهمانی دعوت باشم. قیافه‌هایشان را نگاه کنید؛ قشنگ معلوم است که دارد به‌شان خوش نمی‌گذرد و الکی می‌خندند.» بعد هم سریع بروید و یک استوری دورو کنجد داغ بگذارید و بنویسید: «یک عقاب همیشه تنهاست.» پیش نیامده؟ خب راستش برای من هم پیش نیامده و با دیدن دوره‌می اهالی کسب‌وکارها در روز فناوری اطلاعات، از اینکه آنجا نبودم، به هیچ‌وجه دلم نسوخت. جناب سردبیر که به مهمانی رفتی! بنده به شما تأکید می‌کنم: «اصلاً هم درد نداشتم.»

این هفته به طرز غریبی از آن آقای خرما یه داری که نمی‌خواهم اسمش را بیاورم خبری نیست. ظاهرًا سرتیتر خبرهای هفته گذشته، شخص مشخص‌تر و مهم‌تری است. کسی که در کارخانه شخصی‌اش یک محصول صادراتی بدون دخالت دست تولید می‌شود و این‌طور که این و آن می‌گویند هزاران خاصیت و کرامات دارد. این محصول صادراتی گاه و یونجه بی‌خاصیت را از طرفی تحویل می‌گیرد و از آن طرف دارویی حیات‌بخش و مفرح ذات و مُمد حیات



شماره ۵۹
۲ مرداد ۱۴۰۱
سال دوم

شب‌نوشته‌های یک بچه نوآورا (۵۱)

طرح ناخواسته و جلسات اضطراری حاجی

دردسرهای یک طرح ناخواسته کمتر از گرفتاری‌های حاملگی ناخواسته برای زن و شوهر نیست، شاید هم بیشتر از آن. درست است که این شیوه فرزنددار شدن باعث می‌شود که یک عمر یک بچه سرتق پیش‌چشمان پدر و مادر رژه برود، اما از قدیم گفته‌اند بچه نعمت خداست و رزق و روزی‌اش هم می‌رسد؛ اما طرح ناخواسته که نعمت الهی نیست، هزین و وقت و انرژی پیاده‌کردنش هم ربطی به دستگاه الهی ندارد. باشد و نباشد، اداره دارایی و بیمه بقیه‌ات را خواهند گرفت. هیچ‌جای صورت‌حساب بدهی هم نمی‌نویسند که خواسته بوده یا ناخواسته. اما گرفتاری ما با طرح



مهران امیری

mehranamiri@gmail.com

ناخواسته حتی بزرگ‌تر و در همین حال کوچک‌تر از همه اینهاست. راستش طرح ما هم مثل حاملگی ناخواسته، چندان ناخواسته نبود. به هر حال مقداری رضایت و گرایش در بین بود که کار به اینجا کشید؛ ولی فکر نمی‌کردیم از آن جاهای خوب خوب شروع شود و به این جاها بکشد. فکر خام و آرزوی قشنگی در سرمان بود، رفتیم و خوردیم به پست آدمی که اصول و قواعد استفاده از ابزارهای زبانی و غیرزبانی را بلد بود، ما هم خام و ساده مثل یک جوان خوش‌بر و روی شهرستانی گول خوردیم و تا آمدیم بفهمیم چه شده و چه نشده، دیدیم درگیر طرحی هستیم که نه می‌شود انجامش داد و نه می‌شود رهایش کرد؛ عین یک جنین نارس و ناخواسته. وقتی یکی دوتا بزرگ‌تر و واسطه شدند تا آب ریخته را به جوی برگردانند و طرح ناخواسته را خواستنی کنند، نشستیم و با همانی که این نان را در دامن مان گذاشته بود، به توافقی رسیدیم. جلسه دل‌پذیری نبود، جلو بزرگ‌ترها نمی‌شد حرف زیادی زد و تلاش آنها برای جوش دادن کار را خراب کرد، اما امیدی هم نداشتم که تکلیف این بچه ناخواسته به این راحتی روشن شود. قید و شرط گذاشتیم، اخم کردیم و دور نشستیم، ولی چاره نبود و روی حرف بزرگ‌ترها حرف نزدیم؛ با آنکه

می‌دانستیم طرف اصلاً دنبال چیز دیگری است، ولی دل مان را به آنچه در صورت جلسه نوشته و امضا شد، خوش کردیم. حالا چند وقتی است کارمان شده پیغام و پسغام فرستادن برای حاجی. چند وقتی که اصلاً پیغام‌ها را ندید می‌گرفت و به قول امروزی سین نمی‌کرد، انگار که ما توی بیابان برای خودمان بوق می‌زنیم. هرچه برنامه‌ریزی کردیم برای پیش‌بردن کار و خواستیم جلسه بگذاریم، حاجی گرفتار بود. به نامه‌پراکنی و ارسال پیغام برای واسطه‌ها متوسل شدیم تا بالاخره قرار جلسه گذاشتیم. حمید و کیخسرو و شیما و بقیه به خط شدند تا جلسه قوی و مفید برگزار شود، ولی کمی نزدیک به وقت اضافه از سمت حاجی پیغام رسید که جلسه اضطراری پیش آمده و بگذاریم یک روز دیگر! حالا ما که انگار داشتیم از سر دلخوشی به سمفونی نهم بتهوون گوش می‌دادیم تا یکهو بی چشم و ابروی سیاه و هیکل نازنین حاجی دلمان را برد و عاشقش شدیم و خواستیم بیاید با هم یک کارهایی بکنیم، در مدتی که منتظریم حاجی بین جلسات اضطراری‌اش یک وقتی برای گفت‌وگو به ما بدهد، چه کار کنیم که برای طرح ناخواسته بد نباشد؟



میلیاردر بریتانیایی
با وجود رکود بازار دست از
سرمایه گذاری نمی کشد
**وقتی همه فرار کردند
آکن هوارد ماند!**

خبر NEWS

**نقد مدیرعامل
ریپل به SEC**

این روزها همه از دست
نهاد ناظر مالی آمریکا
تاراضی اند

۵

گزارش REPORT

**بعد از مدت ها
بازار سبزپوش شد**

تحلیل هفتگی بازار
رمزارزها که فعلاً نشان از
بهبود اوضاع دارد

۵

گفت و گو با خشایار قوام فر، مدیر پشتیبانی سیتکس

**هیجان کاربران را
کنترل کنیم**

تحلیل ANALYZE

**۲۰ سال دیگر
ما و دیفای**

رهبر بازار شدن در
یک صنعت چقدر
زمان می برد؟

۳

گزارش REPORT

**بیت کوین ۱۰
هزار دلاری
یا ۳۰ هزار
دلاری؟**

۱۴

شرکت های بزرگ بین المللی که خیلی زود کریپتو را به عنوان ابزار پرداخت به رسمیت شناخته اند

پیشگامان پذیرش: اینجا پرداخت با رمزارز مجاز است!

**آماده سازی دستگاه های مبدل
چهار رمزارز به ریال**

**فاز جدید رمزارز
در کیش**

مهرداد تاوتلی، دبیر جامعه هتل داران
کیش در گفت و گویی خبر داد

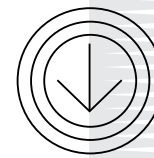
فروش ۲۰ هزار ان اف تی به ارزش ۱۰ میلیون دلار!

همکاری تایم با سندباکس

TIME

**چیزی را که باور کردنی
نیست باور نکنید!**

آکادمی رمزنگاری برگزار کرد:
آنچه باید در مورد پروژه های
اسکم در فضای رمزارزی بدانید



رؤیای تحقق نیافته، مفهوم ارزش و اهمیت دانش

چند برداشت از دوران سیاه کریپتو

چند ماه گذشته تجربه دردناک سقوط بازار رمزارزها چند درس مهم برای ما داشت. با اینکه طی یکی، دو هفته گذشته عددها کمی امیدوارکننده بودند، هنوز هم قیمت‌ها به دوران اوج خود نرسیده‌اند و اشتیاقی که در آن دوران به جان طرفداران کریپتو افتاده بود، فروکش کرده است. از بین رفتن سرمایه مردمی که با امید پولدار شدن به این بازار روی آورده بودند، اوضاع نامناسب صرافی‌های رمزارز دنیا و تعدیل نیروها به ما چیزهایی یاد داد که در این یادداشت مروری بر این درس‌ها دارم.

فاصله تا رؤیای استقلال از دولت

در ماه‌های گذشته تحلیلگران افزایش نرخ بهره و تورم در آمریکا را یکی از عوامل ریزش ارزش کریپتوها اعلام می‌کردند. سؤال اینجاست که چه اتفاقی افتاده است؟ مگر قرار نبود کریپتوها مستقل از ارزش‌های فیات باشند؟ مگر بیت‌کوین در پاسخ به ناکارآمدی بانک‌های مرکزی و تصمیمات آنها ساخته نشده بود؟ مگر بیت‌کوین وعده‌هایی از تورم را نداده بود؟ پس چه شد که این پول‌های جدید هم نتوانستند تحت تأثیر تصمیم دولت‌ها قرار نگیرند؟ به نظر می‌رسد کریپتوها هنوز فاصله زیادی با وعده‌هایی از بانک‌های مرکزی و سیستم‌های متمرکز دارند. هنوز باید سال‌ها صبر کنیم تا این رؤیا محقق شود.

تأملی درباره مفهوم ارزش

ریزش ارزش کریپتوها با سرعتی که در هیچ کلاس دارایی دیگری نمی‌توانیم متصور باشیم، بار دیگر مفهوم «ارزش» را به ما یادآوری کرد. همه ما توانایی درک ارزش یک ساختمان را داریم. برخی دیگر از ما، ارزش سهام

شرکت‌ها را به شرط اینکه دارایی ملموس داشته باشند، درک می‌کنیم. در ذهن ما ارزش یک دارایی به معنای کاری است که آن دارایی می‌تواند انجام دهد. ارزش یک ساختمان را بر اساس درآمدی که از اجاره دادن آن می‌توانیم به دست آوریم، یا بر اساس میزان احتمال افزایش قیمت آن می‌سنجیم. مفهوم ارزش در کریپتو، چیزی که غیر قابل لمس است، چطور سنجیده می‌شود؟ شاید کریپتوها را با طلا مقایسه کنیم؛ فلزی کمیاب که نمی‌توان از ماده‌ای دیگر آن را ساخت؛ چقدر شبیه بیت‌کوین! اما نکته اینجاست که طلا صدها سال است که به چنین جایگاهی رسیده و صدها سال طول کشید تا این جایگاه را به دست آورد. از دست رفتن این جایگاه یعنی تغییر ذهنیت میلیارد‌ها انسانی که به ارزش طلا باور دارند و باور به ارزش بیت‌کوین و سایر کریپتوها یعنی تغییر ذهنیت این تعداد انسان.

تمرکز بر دانش

بی‌شک در دوران سیاه کریپتو بسیاری به خاک سیاه نشستند؛ آنهایی که بدون دانش و آموزش لازم عجولانه وارد این بازار شدند. با این حال کسانی بودند که نه تنها چیزی نیاختند، بلکه به اندازه کافی برداشت کردند؛ کسانی که به جای تمرکز بر یک شبه پولدار شدن بر یاد گرفتن از پدیده‌های جدید پولی متمرکز شدند، کسانی که مجذوب داستان‌های موفقیت این بازار نشدند و دریافته‌اند که آنچه بیش از همه اهمیت دارد، دانش نهفته در پشت پدیده‌های جدید پولی است، کسانی که به انقلابی که فناوری‌های پشت کریپتو رقم زده و خواهد زد، پی بردند و تمرکز خود را برای یادگیری، به کار گرفتن و سرمایه‌گذاری بر دانشی گذاشتند که تحول‌ساز آینده کسب‌وکارها و دنیا خواهد بود.



آنها که باید از قانون بترسند چه کسانی هستند؟

رگولاتوری در حمایت از کسب‌وکارهای واقعی

اخیراً یکی از مدیران سابق صرافی رمزارز کوین بیس به کلاهبرداری متهم شده است. این موضوع سروصدای زیادی به پا کرده و بسیاری از رگولاتورها به میدان آمده‌اند و تلاش می‌کنند از این نمود کلاه‌های برای خود بپا کنند. آنهایی که معتقدند عرصه رمزارزها عرصه تخلف، تقلب و کلاهبرداری است، وقتی چنین مواردی رخ می‌دهد، آنها را اگر اندیسمان می‌کنند و با بزرگ‌نمایی سعی می‌کنند اثباتی بر حقانیت حرف‌های خود ارائه دهند. این گونه وقت‌ها اکوسیستم رمزارزی ممکن است حالت تدافعی بگیرد و ناخواسته به موضع دفاعی برود؛ در حالی که واقعیت این است که در همه عرصه‌ها متقلب، متخلف و کلاهبردار وجود دارد و همه کسانی که جرمی مرتکب شده‌اند هم در یک سطح نیستند. برخی ممکن است ناخواسته اعمالی انجام داده باشند که خلاف قانون باشد و برخی دانسته و با سوءاستفاده از شرایط دست به اعمالی بزنند که تخلف یا جرم است. واقعیت این است که باید قبول کنیم عرصه‌های نوظهور

آبستن انواع تقلب‌ها و تخلف‌هاست. ما وقتی از رگولاتوری و تنظیم‌گری صحبت می‌کنیم، هیچ‌گاه هدف مان حمایت از افرادی نبوده که عامدانه دست به اعمال متقلبانه می‌زنند. به عبارتی ما می‌خواهیم یک حوزه را وارد فضای قانونی کنیم و نورافکن‌های شفافیت و قانون‌مداری را بر آن بتابانیم. می‌خواهیم تلاش کنیم که با تنظیم روابط دولت، حاکمیت، مردم و کسب‌وکارها زمینه سوءاستفاده‌ها را کمتر کنیم. ما هرگز نمی‌خواهیم شرایطی فراهم شود که حتی مردم از روی ناآگاهی مورد سوءاستفاده قرار گیرند. ما می‌خواهیم تلاش کنیم شرایط به گونه‌ای باشد که شرایط برای آنهایی که می‌خواهند در چهارچوب قانون فعالیت کنند، شفاف و روشن باشد. ما می‌خواهیم بدانیم چه چیزی تخلف است؛ چه چیزی جرم است و چه کارهایی نمی‌توان انجام داد. بیرون دایره کارهایی که نمی‌توان انجام داد، انبوهی فعالیت و کار وجود دارد که می‌توان بر آنها تمرکز و بررسی‌شان کرد. نوآوری هرگز به



رضا قربانی

@mediamanager_ir



شماره ۲۹
مرداد ۱۴۰۱
سال دوم

کارنگ

رسانه اقتصاد نوآوری ایران

karangweekly.ir



رهبر بازار شدن چقدر زمان می برد؟ ۲۰ سال دیگر ماو دیفای

می گویند فاصله بیین سرمایه گذاری درست در یک حوزه و تصمیم دولت ها برای سرآمد شدن در یک صنعت تا رسیدن به موفقیت در آن حوزه (اگر فناوری و نوآوری محور کار باشد) معمولاً کمتر از ۲۰ سال است. البته این به شرطی است که روی صحبت ما با دولت یا کشورهایی باشد که تصمیم قاطع و غیرنمایشی برای سرآمد شدن در یک صنعت گرفته باشند؛ وگرنه در باب خیال پردازی و شعار فواصل معمولاً به چندصد سال نوری هم ممکن است برسد.

اما اگر پیش شرط های اصلی که اصلی ترین آن زدودن فساد و گمردن افراد حرفه ای در رأس امور است، مهیا باشد، تجربه دیگر کشورها نشان می دهد با ۲۰ سال صبر، سرمایه گذاری و ممارست می توان در حوزه های مختلف به موقعیت های درست رسید. برای نمونه ژاپنی ها در سال ۱۹۵۳ اولین تلاش ها برای مونتاژ ماشین را شروع کردند و ۱۴ سال بعد یعنی در سال ۱۹۶۷ به

دومین خودروساز دنیا تبدیل شدند. با کره ای ها در سال ۱۹۸۳ تولید چپ های حافظه را کلید زدند و ۱۵ سال بعد بزرگترین تولیدکننده این سخت افزار، آن هم با سهم بازار جهانی ۴۰ درصدی شدند! یا چینی ها در سال ۲۰۰۴ اعلام کردند که قطارهای پرسرعت تولید خواهند کرد و ۱۳ سال بعد قطار گلوله را در ریل قرار دادند!

حالا فکر کنید ما که کشوری جامانده در بسیاری از حوزه ها هستیم، یک هدف گذاری کنیم برای اقتصاد غیرمتمرکز یا همان دیفای تا در ۲۰ سال آینده یکی از سرآمدان این حوزه باشیم. واقعیت امر، کمی شبیه خیال بافی است، اما خیالش که خرجی ندارد! کافی است فساد و ناکارآمدی مدیریتی نباشد و سرمایه گذاری درست انجام شود تا ۲۰ سال دیگر یکی از سرآمدان این اقتصاد باشیم. چشم به هم بزنید ۲۰ سال رسیده است! برخی آرزوهای اقتصادی همین قدر نزدیک و در دسترس اند؛ اگر آن پیش شرطها مانع و دیوار نشوند!

چرا ظاهر هیچ کس این روزها برای رمزارزها جیغ و هورانمی کشد؟

در جست و جوی روایت جدید!

واقیعتی که باید باور کنیم، این است که این روزها دیگر رمزارزها نقل و نبات گفت و گوهای

آنچه بیشتر از ریزش خود رمزارزها، سکون و بی توجهی مردم در دنیا را برای بازار رمزارزها به ارمغان آورده، نداشتن روایت های قوی و جدید است. آن چیزی که رمزارزها را برای صحبت کردن در محافل، گرم و داغ می کرد، دلالتی آن نبود، بلکه روایت های جذاب و داغی بود که پیرامون این صنعت رخ داده بود یا در حال رخ دادن بود. حالاً رمزارزها مدت ها است که دیگر روایت جذاب و هیجان انگیز جدیدی رو نکرده اند و

هرچه هم بوده، روایت های سیاه و تاریک بوده است؛ روایت هایی که احتمالاً مردم خیلی به نقل یا روایت آنها تمایل ندارند. احتمالاً بخش دیگری از این روایت ها هم به خاطر آرزوهایی بود که مردم در خصوص رمزارزها داشتند؛ آرزوهایی که با جلو آمدن مسیر متوجه شدند رمزارزها غول چراغ جادو نیست که هر آرزویی را برای هواخواهانش برآورده کند. به نظر می رسد در همین روزها که کسی برای رمزارزها جیغ و هورا نمی کشد و بسیاری از کسب و کارهای شناخته شده در حال رسیدن به نقطه تعادل هستند، کسب و کارهای جدیدی زیر پوست این صنعت در حال شکل گیری هستند تا روایت های جدید بهتری برای این صنعت خلق کنند. این صنعت بیش از اینکه نیازمند بالا رفتن قیمت ها باشند، نیازمند روایت جدید است؛ روایتی واقعی از جنس آینده، نه از جنس آرزوهای محال!

پرحرارت کوچه و مهمانی و کلاس و محل کار نیستند! ظاهراً هیچ کس این روزها برای رمزارزها جیغ و هورا نمی کشد! چه بر سر رمزارزها آمد؟ آیا مردم از رمزارزها دست شستند؟ یا رمزارزها دوره شان تمام شد؟ مگر همین مردم در زمانی که بیت کوین ۱۷ هزار دلار بود با حرارت در خصوصش صحبت نمی کردند؟ چه شد که بیت کوین ۲۳ هزار دلاری دیگر برایشان حرارتی ندارد؟ این سکون از کجا می آید؟

قبل از اینکه اصلاً قبول کنیم سکونی رخ داده، باید تأکید کنم در خصوص سکونی حرف می زنیم که طبق آمار کوین مارکت کپ، همین ۲۴ ساعت گذشته این بازار ۶۵ میلیارد دلار گردش داشته است. پس چیزی که داریم از آن به عنوان سکون یاد می کنیم، در واقع سکون نیست و فقط در مقایسه با گذشته پرهیاهوی خودش دچار سکون شده است.

اما واقعاً چه شده است؟ آیا صرفاً ریزش رمزارزها باعث این سکون شده است؟ آیا این اولین بار است که بازار رمزارزها با شوک ریزش های سنگین مواجه می شود؟ خیر، رمزارزها تا امروز بارها این تجربه را تکرار کرده اند و احتمالاً یک بار دیگر شاهد تکرار تاریخ هستیم، ولی این بدان معنی نیست که در تکرار تاریخ، اتفاق جدید یا خارج از

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



شماره ۲۹
مرداد ۱۴۰۱
سال دوم



معنای شکستن قانون نیست؛ نوآوری تلاش برای توسعه مرزهای قانون است. تصور کنید اگر ۱۰۰ سال پیش کسی می خواست از قوانین راهنمایی و رانندگی صحبت کند، مردم آن زمان چگونه به او نگاه می کردند؟ می شد برای اتومبیل ها که در حال فتح جهان بودند، قانونی وضع نکرد؛ می شد نگاه کرد و برای تغییرات آماده نبود. در عمل همه کشورهای جهان دست به تدوین قوانین راهنمایی و رانندگی زدند. برخی صبر کردند اتومبیل ها گسترش پیدا کنند و عده ای دیگر همگام با تغییرات فناوری دست به تنظیم گری زدند. حتی در جهان امروز هم تنظیم گری یکنواخت و یکدست نیست؛ آن هم در حوزه هایی که تقریباً همه چیز آن مشخص است. به عنوان نمونه بحث مالیات در کشور ما هنوز در زمینه اتومبیل ها در ابتدای راه است. در حالی که در جهان توسعه یافته سال ها است که این موضوع مشخص است و با توجه به شاخص های گوناگون موضوع مالیات اتومبیل ها روشن است. با مثلاً بحث آلودگی خودروها و تأثیر آن در مالیات پرداختی موضوعی حل و فصل شده در جهان امروز است؛ در حالی که در کشور ما هنوز چهارچوب مشخصی برای آن وجود ندارد و ظاهراً انگیزه ای هم نیست.

حالا وقتی حوزه ای که تمام ابعاد آن روشن و مشخص است، مانند راهنمایی و رانندگی را می بینیم که وضعیت کشور ما از نظر تنظیم گری در آن چگونه است، طبیعی است که در ایران نباید انتظار اتفاقات عجیب و همگام با فناوری در جهان را داشته باشیم. این رسم روزگار است. ما صبر می کنیم آب ها از آسیاب بیفتند، در فضای مبهم فعالیت می کنیم و در نهایت بعد از اینکه جهان همه روش ها را آزمود و به محک آزمون و تجربه فهمید چه راهی را باید انتخاب کند، ما از روی دست آنها گرت برداری می کنیم؛ آن هم ناقص و به شیوه ای که خودمان می خواهیم.

بنابراین بازتاب برخی خبرها مانند برخورد با مدیر سابق صرافی رمزارز کوین بیس در جهان یک واقعت است و در ایران واقعتی دیگر. به عبارتی آنجا برای هیچ حوزه ای تقدسی قائل نیستند؛ کلاهبرداری، کلاهبرداری است؛ چه در بستر بلاکچین رخ دهد، چه در وال استریت. آنچه مهم است وجود چهارچوب های شفاف و روشن برای تشخیص سره از ناسره است. چنین برخوردهایی در جهان مرسوم و معمول است و هرگز به معنای محدود کردن و برخورد با یک کسب و کار و یک صنعت نیست. وقتی فردی که در یک کسب و کار فعالیت می کند، تخلفی مرتکب می شود، این فرد است که تخلف کرده، نه یک کسب و کار و نه یک صنعت.



رضا جمیلی
سردبیر
@rezajamili





سرمایه‌گذاری شرکت هادر
حال به ثمر رسیدن است

سلامت و بلاکچین ورمزارها

امنیت داده‌ها و حفظ حریم شخصی دو چالش بزرگ صنعت سلامت است. در ایران هم وقتی به مسیر رشد کسب‌وکارهای نوآور حوزه سلامت در سال‌های گذشته و موانع آن نگاه کنید، متوجه می‌شوید که رگولاتور این حوزه این دو دغدغه را مهم‌ترین دلایل خود برای سیاست‌گذاری انقباضی این حوزه عنوان کرده و کم‌کم می‌کند؛ نوعی از سیاست‌گذاری که به بسته ماندن و رشد نکردن حوزه کسب‌وکارهای سلامت نوآور، به‌ویژه آن‌هایی که انجامیده است. اما به نظر می‌رسد رزمزارها و دفاتر کل توزیع شده بتوانند برای این چالش راهکارهایی بیابند؛ به شرطی که رگولاتوری خود رزمزارها در داخل کشور موانع جدیدی ایجاد نکند!

برای نمونه در دنیا این روزه‌ها کسب‌وکارهای حوزه سلامت مبتنی بر بلاکچین که در حال استفاده از رزمزارها برای سازوکارهای درونی خود هستند، به‌شدت توجه سرمایه‌گذاران را به خود جلب کرده‌اند. یکی از این کسب‌وکارها «زلیس» (Zelis) است که مشخصاً روی همین دو چالش تمرکز کرده است.

«کالی دورگامپودی»، مدیر ارشد فناوری شرکت پرداخت حوزه سلامت زلیس، در گفت‌وگو با خبرگزاری «هلت‌آی‌تی» (HealthIT) عنوان کرده که به‌کارگیری فناوری بلاکچین برای محافظت از داده‌های حساس بیماران از دست مجرمان مجازی ضروری است. او به اهمیت استفاده از یک دفترکل دیجیتال نفوذناپذیر برای حفاظت از داده‌های حساس بیماران و داده‌های مالی به‌دلیل افزایش حملات سایبری در سراسر جهان اشاره کرد.

از دیگر کمپانی‌هایی که روی ترکیب سلامت و بلاکچین به‌شدت سرمایه‌گذاری کرده، غول فناوری آمریکایی یعنی اینتل است؛ کسب‌وکاری که یک سکوی اختصاصی برای این منظور طراحی کرده و کم‌کم در حال ارائه محصولات سرمایه‌گذاری‌های پنج سال اخیر خود در حوزه سلامت غیرمتمرکز است.



کارنگ



شماره ۲۹
۲ مرداد ۱۴۰۱
سال دوم



یک راهنما درباره بیوفناوری غیرمتمرکز و کسب‌وکارهای مرتبط با آن

دائوها و زیست‌فناوری

پرلارایی بی‌سی

نمونه اول شرکت «پرلارایی بی‌سی» (Perlara PBC) است که یک شرکت عام‌المنفعه با مدیریت یک زیست‌شناس به نام «اتان پرل اشتاین» (Ethan Perlstein) بود. این شرکت پیش‌تر با عنوان آزمایشگاه پرل اشتاین شناخته می‌شد و بعد به یک شرکت بیوفناوری تبدیل شد که برای درمان بیماری‌های نادر درباره تغییر کاربرد دارو مطالعاتی را انجام می‌داد. در سال ۲۰۲۰، این شرکت به «پرلارایی ۲.۰» (Perlara 2.0) تغییر نام داد. هم‌اکنون این شرکت تیمی از مشاوران محقق غیرمتمرکز است که با یکدیگر کار می‌کنند تا برای خانواده‌های بیمار و نهادهایی که در جست‌وجوی روش‌های درمانی هستند، نقشه‌های راه تهیه کنند. این گروه وضعیت فعلی توسعه داروهای یک بیماری نادر مشخص را با جزئیات بررسی و توصیف می‌کند و همچنین برای مطالعات مربوط به کشف روش‌های درمانی، برنامه‌های مدیریت پروژه تهیه و تدوین می‌کند. موفقیت شرکت پرلارایی یک شبه اتفاق نیفتاده است. سال‌ها طول کشید تا فعالیت‌هایش را از یک مطالعه اولیه درباره تغییر کاربرد دارو که اثربخشی‌اش روی دو بیمار آزمایش می‌شد، به وضعیت کنونی گسترش دهد.

فاز دایرکتوری

«فاز دایرکتوری» (Phage Directory)، گروه غیرمتمرکز دیگری از پژوهشگران است که برای شناسایی روش‌های درمانی با هم کار می‌کنند. ایده این گروه از یک توییت آغاز شد. یک اپیدمیولوژیست از دانشگاه کالیفرنیا-سن‌دیگو با محققان فاز تماس گرفته بود و از آنها خواسته بود در درمان یک بیمار ۲۵ ساله که عفونت مقاوم به آنتی‌بیوتیک داشت، به او کمک کنند (فاز درمانی سبک نوینی از درمان برای عفونت‌های باکتریایی مقاوم است). این توییت الهام‌بخش بود. «جسیکا ساجر» (Jessica Sacher) و شریک‌ش این فرصت را مناسب دیدند تا فهرستی از پژوهشگران را ایجاد کنند که ممکن است دانش لازم در فاز درمانی بیماران دیگر را داشته باشند. فاز تا امروز ۴۴۸ پژوهشگر و ۱۰۰ سازمان را تحت پوشش قرار داده است. پژوهشگران این شرکت تلاش می‌کنند برای بیمارانی که همه گزینه‌های درمان (از جمله مصرف آنتی‌بیوتیک) را امتحان کرده‌اند، درمان‌های اختصاصی ارائه دهد. فاز دایرکتوری تحت حمایت مالی دولت استرالیا است.

این روزه‌ها، فعالیت‌های بیوفناوری به اشکال مختلفی در حال غیرمتمرکز شدن هستند. برای مثال خارج از مراکز اصلی بیوفناوری، استارت‌آپ‌هایی راه‌اندازی شده‌اند. این استارت‌آپ‌ها فضاهای آزمایشگاهی ارائه می‌دهند، در مناطق مختلف به استخدام نیرو می‌پردازند و در پروژه‌های پژوهشی همکاری می‌کنند. این روزه‌ها حتی شاهد انواع جدیدی از سازمان‌ها هستیم که متفاوت از شرکت‌های بیوفناوری قبلی هستند، برای مثال سازمان‌های خودگردان غیرمتمرکز (DAOs) که در زمینه توسعه دارو فعالیت و سرمایه‌گذاری می‌کنند. حالا باید ببینیم که شرکت‌های بیوفناوری و استارت‌آپ‌های جدید چگونه از تمرکززدایی بهره می‌برند. «ژاکلین پرل» (Jocelyn Pearl)، یکی از محققان این حوزه است؛ کسی که از تجربه کار خودش در استارت‌آپ‌های بیوفناوری و سازمان‌های خودگردان غیرمتمرکز برای تدوین یک راهنما درباره ارتباط زیست‌فناوری و فناوری‌ها و الگوهای غیرمتمرکز نوشته است. او همچنین نتیجه گفت‌وگوهایش با صدها مدیر و راهبر حوزه بیوفناوری را که برخی‌شان به ابداع روش‌های درمانی جدید کمک کرده‌اند، در این راهنما گردآوری کرده است.

لب‌دائو و ساینس اکسچنج

برای رفع این معایب راه‌حلی وجود دارد. برای مثال ساینس اکسچنج (Science Exchange) پلتفرمی است که در سال ۲۰۱۱ راه‌اندازی شد و دسترسی به سازمان‌های پژوهش قراردادی را بسیار آسان‌تر کرد. شرکت‌های بیوفناوری از طریق این پلتفرم می‌توانند از بیش از ۳۵۰۰ سازمان خدمات علمی دریافت کنند. «لب‌دائو» (LabDAO) شرکت دیگری است که هدفش رفع شکاف دسترسی به تحقیقات است. در این پلتفرم، استارت‌آپ‌های کوچک و پژوهشگران دانشگاهی می‌توانند به سازمان‌های پژوهش قراردادی کوچک‌تر (microCRO) دسترسی داشته و از آنها خدماتی مانند تجزیه و تحلیل بیوانفورماتیک، شبیه‌سازی خودکار و طراحی سازه دریافت کنند. ما هنوز تا داشتن یک پلتفرم ابری مانند آمازون وب‌سرویس (AWS) در زمینه بیوفناوری فاصله زیادی داریم، اما دو پلتفرمی که از آنها نام بردیم، به تدریج برون‌سپاری پژوهش را بهبود می‌بخشند. در ادامه چند نمونه از پروژه‌های غیرمتمرکز در حوزه زیست‌فناوری را مرور می‌کنیم.

مولکول

شرکت «مولکول» (Molecule) قصد دارد راه را برای بیوفناوری در وب ۳ هموار کند. «تایلر گولاتو» (Tyler Golato) و «پل کولهاس» (Paul Kohlhaas) مولکول را در سال ۲۰۱۹ راه‌اندازی کردند. هدف اولیه این شرکت، ایجاد یک سیستم کاملاً جدید برای حمایت از توسعه دارویی بود. مولکول پیشرفت زیادی کرد. از ایده‌های این شرکت فروش داده‌های پژوهشی در بلاکچین در قالب توکن‌های غیر قابل معاوضه (NFTs) بود. علاوه بر آن، مولکول سه سازمان خودگردان غیرمتمرکز را در زمینه بیوفناوری راه‌اندازی کرده است. این سازمان‌ها قرار است از جاهای مختلف جهان عضو جذب کنند.

ویتادائو

«ویتادائو» (VitaDAO) یکی از سازمان‌های خودگردان غیرمتمرکز وابسته به شرکت مولکول است. این سازمان نقش یک صندوق سرمایه‌گذاری خطرپذیر را دارد که از محتوای نیرومند و موتور بازاریابی پر قدرتی برخوردار است. در این سازمان یک گروه کاری که متشکل از محققان و سرمایه‌گذاران است، پروژه‌ها را از نظر تأمین مالی ارزیابی می‌کنند. تصمیمات اعضا، عمدتاً از طریق رأی‌دهی با استفاده از توکن ویتا (VITAS) گرفته می‌شود. این تصمیم‌گیری‌ها به‌صورت عمومی انجام می‌شود، یعنی هر کسی که به اینترنت دسترسی دارد، می‌تواند به گروه‌های کاری این شرکت بپیوندد یا فعالیت‌هایش را رصد کند. از جذابیت‌های مهم ویتادائو سرعت آن است. طی ۱۰ ماهی که این سازمان خودگردان غیرمتمرکز راه‌اندازی شده، بیش از ۶۰ پیشنهاد پژوهشی را ارزیابی کرده و برای پژوهش در ۱۰ پروژه معادل دو میلیون دلار تأمین کرده است. مزیت دیگر سازمان‌های خودگردان غیرمتمرکز نبود محدودیت‌های استخدامی است. آنها از این نظر شبیه به شرکت‌های بیوفناوری پیشین نیستند و افراد با تجربه‌های گوناگون در آنها حضور دارند. تفاوت دیگرش با شیوه سنتی کار این است که دستمزد به‌صورت توکن پرداخت می‌شود. همچنین کسانی که در یک سازمان خودگردان غیرمتمرکز در زمینه بیوفناوری کار کنند، از نظر علمی رشد می‌کنند، کار تیمی و خلاقیت را یاد می‌گیرند و مهارت‌های جدیدی مانند تولید محتوا و بازاریابی کسب می‌کنند.



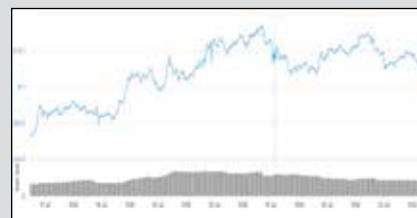
این روزها همه از دست نهاد ناظر مالی آمریکا ناراضی‌اند
نقدمدیرعامل ریپل به SEC

انتقادهای به سیاست‌گذاری مهم‌ترین نهاد نظارتی مالی آمریکا یعنی SEC در جامعه رمزارز در حال بالا گرفتن است. بعد از اینکه فریاد شیرزاد، مدیر ارشد ایرانی-بریتانیایی کوین بیس در انتقادی بی‌سابقه این نهاد را متهم کرد که با چهارچوب‌های دُم‌ده در حال قانون‌گذاری یک حوزه جدید است، حالا صدای دیگر مدیران و چهره‌های ارشد این حوزه هم بلند شده است. شیرزاد که خود در دوره‌ای از مشاوران اقتصادی رئیس جمهوری آمریکا هم بوده، حالا به‌عنوان مدیر ارشد سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری در صرافی کوین بیس مشغول فعالیت است و تأکید کرده چهارچوب‌هایی که این نهاد در حال استفاده از آنها برای محدود کردن پروژه‌ها یا کسب‌وکارهای رمزارزی است، صرفاً در فضای سنتی مالی جواب می‌دهند و مناسب قانون‌گذاری در حوزه کریپتو نیستند. حالا در اظهارنظر انتقادی دیگری، یکی از مدیران شناخته‌شده بازار هم به SEC تاخته است.

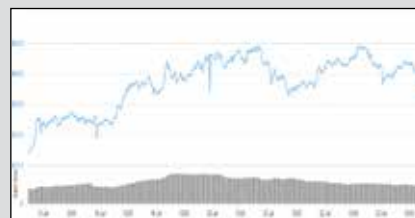
«براد گارلینگ هاوس»، مدیرعامل ریپل که یکی از پروژه‌های پرحاشیه سال‌های اخیر این بازار بوده، از رویکرد نظارتی کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا (SEC) انتقاد و اعلام کرده که با صحبت‌های کمیسیونر «کارولاین دی فام» (Caroline D Pham) موافق است. فام، چند روز پیش در بیانیه خود گفته بود که SEC ادعا می‌کند ده‌ها دارایی دیجیتال، از جمله آنهایی که می‌توانند به‌عنوان توکن‌های کاربردی و توکن‌های مرتبط با سازمان‌های خودگردان غیرمتمرکز عمل کنند، اوراق بهادار هستند. او معتقد است هر چند قوانین و مقررات یک صنعت باید با شفافیت ایجاد شود، اما SEC قصد انجام چنین کاری را ندارد. به نظر می‌رسد با شدت گرفتن سخت‌گیری SEC نقدهایی از این دست بیش از گذشته در فضای رمزارز جهانی شنیده شود.



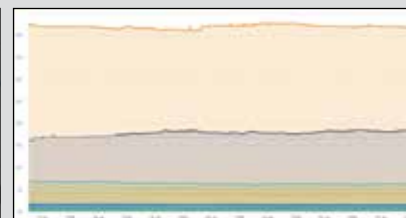
شماره ۲۹
۲ مرداد ۱۴۰۱
سال دوم



روند ارزش بازار رمزارزها در هفته گذشته



روند ارزش بازار آلت‌کوین‌ها در هفته گذشته



روند تغییرات سلطه بیت‌کوین در هفته گذشته

تحلیل هفتگی بازار رمزارزها که فعلاً نشان از بهبود اوضاع دارد

بعد از مدت‌ها بازار سبزپوش شد

با افزایش ۹ درصدی توانست از سطح ۱/۶۰۰ دلار هم عبور کند. ایکس‌آرپی (XRP) به سمت ۰/۴۰ دلار رفت و کاردانو نیز با موفقیت از مقاومت ۰/۵ دلاری خود عبور کرد. پس از آنکه بیت‌کوین پایه‌ای بالاتر از سطح ۲۳/۰۰۰ دلار تشکیل داد، روند افزایشی مجدداً آغاز شده است. عبور از سطوح ۲۳/۲۰۰ دلار و ۲۳/۴۰۰ دلار و سپس چشم به عبور از مقاومت ۲۳/۵۰۰ دلاری وضعیت امروز بیت‌کوین است. اگر روند افزایشی ادامه داشته باشد، رسیدن به مقاومت ۲۴/۰۰۰ دلاری نیز دور از دسترس نخواهد بود. در این صورت مقاومت بعدی پیش روی بیت‌کوین در ناحیه ۲۴/۵۰۰ دلار قرار داشته و پس از آن هم جای تاخت‌وتاز خوبی برای رشد قیمت وجود دارد. حال اگر روند بیت‌کوین نزولی شود، در محدوده

۲۳/۰۰۰ دلار اولین حمایت از بیت‌کوین صورت خواهد گرفت. حمایت کلیدی بعدی در محدوده ۲۲/۵۰۰ دلار بوده و عبور از آن می‌تواند کاهش شدیدتر قیمت را در پی داشته باشد. اتریوم پایه‌ای بالاتر از سطح ۱/۵۰۰ دلار تشکیل داد و سپس به بالای مقاومت ۱/۶۰۰ دلاری صعود کرد. اتریوم اکنون تقریباً ۹ درصد نسبت به دیروز و ۳۵ درصد نسبت به هفته گذشته کاهش یافته است. مقاومت کلیدی بعدی در محدوده ۱/۶۵۰ دلار بود که اتر از آن پایین‌تر آمد. اگر اتریوم روندی نزولی در پیش بگیرد، احتمالاً حمایت‌کنندگان بعدی در ۱/۵۵۰ دلار، می‌کوشند از افت بیشتر قیمت جلوگیری کنند. عبور از این حمایت‌ها، شانس رسیدن دوباره قیمت به حمایت ۱/۵۰۰ دلاری را افزایش می‌دهد.

هفته گذشته بازار بیش از هر چیزی امیدوارکننده شد؛ بازاری که بعد از مدت‌ها ماندن پشت سد مقاومت ۲۰ هزارتایی رشد کرد و عددهای امیدبخشی را تجربه کرد. اگرچه هنوز هیچ چیز مشخص نیست و صعودی یا نزولی بودن حرکت بلندمدت آن در ابهام است، اما فعلاً خیلی‌ها امیدوار شده‌اند. نگاهی بیندازیم به یک روز خاص از آخر هفته گذشته در بازار رمزارز. در یک روز قیمت بیت‌کوین در ناحیه ۲۳/۰۰۰ دلار مورد حمایت قرار گرفت و مجدداً حرکت صعودی خود را آغاز کرد. بیت‌کوین حتی از سطح ۲۳/۴۰۰ دلار نیز عبور کرد تا دو درصد نسبت به روز قبل خود و ۱۳ درصد نسبت به هفته گذشته رشد داشته باشد. اکثر آلت‌کوین‌های بازار نیز سبزپوش شدند. اتریوم



به منظور توسعه اکوسیستم بلاکچینی انجام شد

جذب سرمایه ۱۰ میلیون دلاری کوکین

کوکین، یکی از صرافی‌های مطرح فعال در بازار ارزهای دیجیتال، اعلام کرد که مبلغی حدود ۱۰ میلیون دلار را در قالب یک سرمایه‌گذاری استراتژیک از طرف سسکوینانا اینترنشنال گروپ، یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های فعال در زمینه معاملات مبتنی بر تحلیل کمی دریافت کرده است. جدای از این سرمایه‌گذاری ۱۰ میلیون دلاری، قرار است هر دو طرف در ساخت و توسعه اکوسیستم متشکل از ارز دیجیتال کوکین توکن (KCS) و شبکه بلاکچینی «KCC» مشارکت داشته باشند و به رشد این استارت‌آپ بلاکچینی کمک کنند.

سسکوینانا اینترنشنال گروپ یک شرکت فعال در زمینه معاملات مبتنی بر تحلیل کمی و یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌هایی که به انجام معاملات انحصاری مشغول است، تخصص ویژه‌ای در معامله کلیه محصولات مالی عرضه شده در بورس‌های بین‌المللی و کلاس‌های دارایی مختلف دارد و روزانه میلیون‌ها معامله در صرافی‌های سراسر جهان انجام می‌دهد.

کوکین هم که کار خود را از سال ۲۰۱۷ میلادی آغاز کرده، در حال حاضر، با بیش از ۲۰ میلیون کاربر، جزء پنج صرافی برتر جهان محسوب می‌شود. این صرافی که از آن با عنوان «خانه آلت‌کوین‌ها» یاد می‌شود، از بیش از ۷۰۰ توکن و ۱۲۰۰ جفت‌ارز معاملاتی در پلتفرم خود پشتیبانی می‌کند. علاوه بر این، گزارش عملکرد نیمه اول سال ۲۰۲۲ کوکین نشان می‌دهد که حجم معاملات این صرافی در این بازه زمانی از دو تریلیون دلار فراتر رفته که در مقایسه با نیمه اول سال ۲۰۲۱ رشدی ۱۸۰ درصدی داشته است.



شماره ۲
مرداد ۱۴۰۱
سال دوم



روزشمار خبری بهار پرهیاهوی رمزارزها



رمزینکس تایم لاین سه ماهه رویدادهای مهم را منتشر کرد

بهار ۱۴۰۱ (۲۱ مارس تا ۲۱ ژوئن) پیرا اخبار و اتفاقات مهم رمزارزی بود. ۴۸ هزار دلاری شدن بیت‌کوین در ابتدای بهار تا به زیر یک دلار رسیدن لونا؛ همه از مهم‌ترین رویدادهای بازار رمزارزها بود. به همین دلیل مرور آنچه در سه ماهه نخست امسال اتفاق افتاده، خالی از لطف نیست.

۷ فروردین ۱۴۰۱

اولین انتقال تتر روی شبکه لایت‌نینگ بیت‌کوین اتفاق افتاد. شبکه لایت‌نینگ یک راه‌حل لایه دوم روی شبکه بیت‌کوین جهت افزایش مقیاس‌پذیری شبکه بیت‌کوین است. در این تاریخ اولین انتقال تتر روی شبکه لایت‌نینگ توسط موسسه سینونیم با موفقیت انجام شد.

۸ فروردین ۱۴۰۱

قیمت بیت‌کوین به بالای ۴۸,۰۰۰ دلار رسید، در پی این اتفاق بیش از ۴۰۰ میلیون دلار از موقعیت‌های معاملاتی فروش معامله‌گران لیکوئید شد. همچنین بیشترین قیمت بیت‌کوین در فصل بهار ۱۴۰۱ در این روز ثبت شد.

۹ فروردین ۱۴۰۱

بخش نامه جدید وزارت صمت برای استخراج ارز دیجیتال صادر شد. طبق این بخش نامه آن دسته از مزارع استخراج ارز دیجیتال که برای تأمین برق یا گاز مورد نیاز خود با وزارت نیرو یا نفت قرارداد داشتند، می‌توانستند پروانه بهره‌برداری دریافت کنند.

۱۸ اردیبهشت ۱۴۰۱

توکن متاورسی Stepn که با شعار راه بروید و درآمد کسب کنید، ایجاد شده بود، به اوج قیمتی خود (۴/۱۵ دلار) رسید تا از روز آغاز معاملاتی در صرافی بایننس (۱۸ اسفند ۱۴۰۰) رشد خیره‌کننده بیش از سه هزار درصدی را ثبت کرده باشد!

۲۳ فروردین ۱۴۰۱

قیمت توکن شیبا اینو رشد ۳۵ درصدی و رسیدن به اوج قیمتی خود در فصل بهار ۱۴۰۱ را تجربه کرد.

۲۱ فروردین ۱۴۰۱

معاون وزیر ارتباطات بر عدم رسمیت داشتن پرداخت با ارز دیجیتال تأکید کرد.

۱۹ فروردین ۱۴۰۱

امکان پرداخت با یوان دیجیتال در پیام‌رسان وی‌چت فراهم شد.

۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱

بلاکچین سولانا حدوداً هفت ساعت قطعی داشت. تیم توسعه‌دهنده سولانا علت این اتفاق را درگیر شدن شبکه با تعداد زیادی از داده‌ها عنوان کردند.

۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۱

اعلام رئیس کل بانک مرکزی مبنی بر شروع آزمایش ارز دیجیتال ملی طی شش ماه آینده.

۱۸ اردیبهشت ۱۴۰۱

اجباری شدن احراز هویت برای کاربرانی که از طریق کیف پول «سیف‌پل» به صرافی بایننس متصل می‌شدند.

۱۹ اردیبهشت ۱۴۰۱

توکن لونا سقوط بیش از ۵۰ درصدی قیمت داشت و قیمت آن به ۳۰ دلار رسید و از نرخ برابری استیبل‌کوین لونا (UST) برابر دلار خارج شد.

۲۸ اردیبهشت ۱۴۰۱

چین به رده دوم بزرگ‌ترین استخراج‌کنندگان ارز دیجیتال بازگشت.

۲۷ اردیبهشت ۱۴۰۱

در پی ریزش شدید بازار، بیش از هفت میلیارد دلار پول از بازار خارج شد.

۲۲ اردیبهشت ۱۴۰۱

قیمت لونا به زیر یک دلار رسید و سقوط بیش از ۹۹ درصدی نسبت به اوج قیمتی آن ثبت شد و در نتیجه نقطه ضعف کشف‌شده در مکانیسم استیبل‌کوین آن مشخص شد.

۲۰ اردیبهشت ۱۴۰۱

همزمان با ریزش بازار ارزهای دیجیتال شرکت مایکرواستراتژی (بزرگ‌ترین سرمایه‌گذار سازمانی بیت‌کوین) وارد ضرر شد.

۱ خرداد ۱۴۰۱

روز پیتزای بیت‌کوین! در این روز در سال ۲۰۱۰ فردی برای خرید دو عدد پیتزا ۱۰ هزار واحد بیت‌کوین پرداخت کرد تا اتفاقی جالب در تاریخ بیت‌کوین رقم بخورد.

۶ خرداد ۱۴۰۱

شبکه ترا ۲ به‌عنوان بخشی از برنامه بنیاد ترا جهت جبران خسارات کاربران و اعلام برنامه ایردراپ پروژه راه‌اندازی شد.

۱۷ خرداد ۱۴۰۱

کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا اعلام کرد بررسی حول عرضه اولیه BNB را آغاز کرده است.

۲۲ خرداد ۱۴۰۱

قیمت دلار در بازار آزاد به بالای ۳۳,۰۰۰ تومان رسید.

۲۸ خرداد ۱۴۰۱

قیمت بیت‌کوین به زیر ۱۸,۰۰۰ دلار و پایین‌ترین قیمت خود در فصل بهار ۱۴۰۱ رسید.

فاز جدید رمزارز در کیش

مهرداد تاوتلی، دبیر جامعه هتل داران کیش در گفت‌وگو با راه پرداخت خبر داد

مهرداد تاوتلی، دبیرکل جامعه هتل داران کیش از آغاز برنامه تبادل با رمزارز در کیش همزمان با بازی‌های جام جهانی ۲۰۲۲ خبر داد. تاوتلی در گفت‌وگو با راه پرداخت، از آماده‌سازی دستگاه‌های مبدل چهار رمزارز به ریال و نصب آن در جزیره کیش می‌گوید که طبق صحبت‌های او استفاده از آن فقط برای گردشگران خارجی یا ایرانیان ساکن خارج با پاسپورت خارجی امکان‌پذیر است.

چند وقتی است که با نزدیک شدن به برگزاری بازی‌های جام جهانی ۲۰۲۲ در قطر و اعلام پشتیبانی جزیره کیش برای اقامت مهمانان این بازی‌ها بحث ابزاری به نام «رمزارز کیش» مطرح شده است. اولین بار انجمن بلاکچین صحبت از رمزارز کیش را عنوان کرد، اما هیچ اطلاعاتی در مورد این رمزارز وجود نداشت و راه پرداخت نیز در گزارش‌هایی با بررسی این موضوع دریافت که اساساً نام «رمزارز کیش» کمی غلط‌انداز است، چراکه قرار نیست ارز دیجیتال راه‌اندازی شود، بلکه قرار است یک ابزار مبدل رمزارز به ریال به صورت آبی طراحی شود و به گفته کارشناسان تا به اینجا بدعت و نوآوری انجام نشده و از قبل چنین امکانی موجود بوده است. اما حالا مهرداد تاوتلی، دبیرکل جامعه هتل داران کیش در گفت‌وگو با راه پرداخت توضیحات روشن‌کننده‌ای در خصوص برنامه‌های رمزارزی در کیش ارائه داده که کل این فرایند را بیشتر مشخص می‌کند؛ اینکه دقیقاً قرار است چه اتفاقی بیفتد.

دبیرکل جامعه هتل داران کیش در این رابطه توضیح داد: «با نزدیک شدن به بازی‌های جام جهانی در دوحه و نزدیکی کشور میزبان به جزیره کیش ما به صورت جدی به ورود مهمانان بازی‌ها به جزیره کیش فکر کردیم. طبق برآوردهایی هم که داریم، طبعاً جمعیتی از گردشگران جام جهانی به کیش و مکان‌هایی به جز دوحه خواهند آمد؛ چراکه پیش‌بینی می‌شود این دور بازی‌ها یک میلیون گردشگر داشته باشد، در حالی که ظرفیت دوحه نهایتاً ۳۰ الی ۴۰ درصد آن را می‌تواند پوشش دهد و به‌رحال تعدادی از آن، به‌جز امارات و عربستان به سمت کیش سرازیر می‌شوند. ضمن اینکه گردشگران ایرانی مقیم خارج نیز ترجیح می‌دهند به کیش بیایند. مهم‌ترین چالش در این زمینه با توجه به تحریم‌ها بحث رزرواسیون و انتقال مالی برای گردشگران خارجی است. یکی از راهکارها استفاده از رمزارز بود و بنده شاید اولین نفری بودم که از ضرورت رفتن به سمت این راهکار و عملیاتی کردن آن صحبت کردم.»

چهار رمزارز مشخص شده برای تبدیل آبی به ریال

او ادامه داد: «پروژه‌ای که ما در پیش داریم، خیلی بزرگ‌تر و بلندمدت‌تر از بازی‌های جام جهانی است. خوشبختانه تاکنون مذاکراتی طی چهار جلسه با دوستان بانک مرکزی داشته‌ایم و همچنین با دو صرافی رمزارز داخلی نیز مذاکرات برای همکاری انجام شده و تقریباً نهایی است. برنامه اصلی هم این است که در جزیره کیش و بعد از آن در دیگر شهرهای توریستی ایران، دستگاه‌هایی مانند ATM نصب و راه‌اندازی شود که قابلیت تبدیل آبی رمزارز به ریال را داشته باشد. این تجهیزات در حال حاضر آماده است و به‌زودی خبر

نصب آنها را اعلام خواهیم کرد. در واقع فقط ما منتظر رفع آخرین ملاحظات قانونی که خیلی هم جزئی است، هستیم و دستگاه‌ها و تجهیزات کاملاً آماده است.»

طبق صحبت‌های تاوتلی، در مورد کار کردن با این دستگاه‌ها یکسری محدودیت وجود دارد؛ دبیرکل جامعه هتل داران کیش توضیح داد: «ما در وهله نخست چهار رمزارز را مشخص کردیم که فعلاً فقط امکان تبدیل این چهار رمزارز به ریال در این برنامه وجود دارد و تبدیل سایر رمزارزها فعلاً ممنوع است. بیت‌کوین، اتریوم، تتر و ترون، چهار رمزارزی هستند که ما انتخاب کرده‌ایم. اما به خاطر مسائل پول شویی این امکان فقط در اختیار گردشگران خارجی یا ایرانیان مقیم خارج، آن هم با پاسپورت خارجی و نه دوتابعیتی است و ایرانیان نمی‌توانند از آن استفاده کنند. این دستگاه‌ها قابلیت تحویل ریال به صورت آبی به گردشگران خارجی را دارد و با توجه به اینکه برای گردشگر خارجی سخت است که در شرایط فعلی ایران پول نقد با خودش به ایران بیاورد، این قابلیت می‌تواند بسیار راهگشا باشد.»

او تأکید کرد: «حتی با دوستان بانک مرکزی صحبت شد که در فرودگاه این دستگاه‌ها و به قولی این ATM‌ها دایر شود تا تور بیست وارد شده به ایران همان‌جا کار تبدیل رمزارز به ریال را انجام دهد و در زمان خروج هم ریال باقی‌مانده را بتوانند به رمزارز تبدیل کنند.»

بنابراین طبق گفته‌های دبیر جامعه هتل داران کیش، به‌زودی گردشگران خارجی در کیش با دستگاه‌های کارت‌خوان تبدیل رمزارز به ریال، امکان رزرو هتل را خواهند داشت.



شماره ۲۹
۲ مرداد ۱۴۰۱
سال دوم



کتاب **راه‌کار ۲**



دریازه
لِنْدِتِک

آموزه‌های مهم‌ترین کتاب‌های حوزه اقتصاد و تامین مالی خرد

دومین شماره مجله
«کتاب‌راه‌کار»
منتشر شد

با حمایت

باید هیجان کاربران را کنترل کنیم

گفت و گو با خشایار قوام فر، مدیر پشتیبانی سیتکس که می گوید کاربران چه در روزهای نزولی و چه در روزهای صعودی رفتار هیجانی دارند و تیم پشتیبانی باید با آرامش به آنها کمک کند تا هیجان خود را کنترل کنند



از طرف دیگر، اعضای تیم پشتیبانی صرافی ارزهای دیجیتال موظف اند که تا حد زیادی دانش خود را در این زمینه ارتقا بخشند و با مشکلات کاربران آشنایی داشته باشند و به واحدهای دیگر منتقل کنند. ما نمی توانیم کاربر را برای دریافت پاسخ منتظر نگه داریم. زمان پاسخگویی در پشتیبانی این نوع کسب و کار مهم است. در واقع همکاران ما در تیم های پشتیبانی کارشناسانی هستند که باید مسائل فنی را هم حل کنند.

به هر حال با توجه به ذات بازار رمزارزها که ریسک آفرین و پرنوسان است، کار ما با چالش های زیادی روبه رو است. در زمان نوسانات بازار چالش های ما خیلی بیشتر هم می شود؛ چراکه در این بازه ها افراد زیادی می خواهند خرید و فروش کنند و ما با حجم زیادی از احراز هویت ها روبه رو می شویم. در روزهای ریزش یا صعودی، کاربران هیجان و برای خرید و فروش عجله دارند. تیم ما برای مدیریت این شرایط تلاش زیادی می کند. اعضای تیم باید تمرکز و دقت بالایی داشته باشند و بدانند دارند با کاربری صحبت می کنند که هیجان بالایی دارد. اگر این هیجان و عجله را درک نکنیم، کاربران دچار اضطراب می شوند. برای همین همیشه تلاش می کنیم سطح دانش افراد تیم پشتیبانی را بالا ببریم.

مهم ترین مواردی که تیم پشتیبانی با آنها سروکار دارند، شامل چه مواردی است؟ کسب و کارها و کاربران هر کدام در خصوص چه نیازهایی به تیم پشتیبانی مراجعه می کنند؟ بخش عمده مراجعه به همکاران ما در تیم پشتیبانی برای دریافت راهنمایی است. در واقع راهنمایی و آموزش موضوع اصلی مراجعه به تیم پشتیبانی است. کاربران عمدتاً برای مشاوره در مورد خرید، فروش، نحوه سفارش گذاری، انتقال ارز و غیره به پشتیبانی مراجعه

خشایار قوام فر، دانش آموخته مهندسی عمران است و در مدیریت پروژه های عمرانی تجربه طولانی ای را پشت سر گذاشته است. اما سپس وارد حوزه مالی شده و کسب و کاری راه اندازی کرده است. در ادامه این مسیر، به حوزه رمزارزها علاقه مند شده و از سه سال گذشته به طور جدی در حوزه بلاکچین و رمزارزها فعال بوده است. او تقریباً از دو سال پیش وارد شرکت سیتکس شده و حالا مدیر پشتیبانی صرافی ارزهای دیجیتال سیتکس است.

او در گفت و گو با «رمزارز» می گوید در ابتدا تیم پشتیبانی سیتکس با یک تیم دونفره کار خود را آغاز کرد و با توجه به شرایط و نیازها این صرافی بزرگ تر شده و در حال حاضر ۳۷ عضو دارد. در گفت و گویی مفصل با او درباره تیم پشتیبانی سیتکس، اهمیت عملکرد و کارکرد این بخش از یک صرافی دیجیتال صحبت کرده ایم. قوام فر می گوید در روزهای نزولی هم مانند روزهای صعودی با چالش های زیادی روبه رو هستند. از نظر او فارغ از صعودی یا نزولی بودن بازار، موضوع هیجان و رفتارهای هیجانی کاربران موضوع مهمی است؛ موضوعی که در همه بازارهای مالی دنیا اهمیت زیادی به آن می دهند و بخش های پشتیبانی کسب و کارهای این حوزه به شدت با آن درگیر هستند.

راجع به تیم پشتیبانی سیتکس بگویید. ساختار این تیم به چه شکل است؟

تیم پشتیبانی سیتکس شامل چهار واحد است؛ واحد کال سنتر، واحد چت آنلاین، واحد احراز هویت و واحد بازرسی. ۱۸ نفر در واحد چت آنلاین، ۵ نفر در واحد احراز هویت، ۸ نفر در واحد کال سنتر و ۳ نفر در واحد بازرسی مشغول به فعالیت هستند. کال سنتر هم شامل دو بخش است؛ بخش راهنمایی برای تکمیل احراز هویت و بخش هیپی کال. واحد چت آنلاین به سؤالات و مشکلات کاربران سیتکس پاسخ می دهد. افراد این تیم موظف هستند که در سریع ترین زمان ممکن و بالاترین کیفیت، پاسخگوی کاربران باشند. این تیم در سه شیفت و به صورت ۲۴ ساعته مشغول به کار است. ۸۰ درصد کاربران از طریق چت آنلاین با ما در ارتباط هستند. با توجه به

نوع کسب و کار صرافی ها که مالی است و حساسیت های خاص خود را دارد و همچنین اینکه ما می خواهیم سوابق ارتباط ثبت و ضبط شود، ترجیح و تأکید ما هم بر چت آنلاین است. در چت آنلاین اشتراک گذاری اعداد و ارقام و... راحت تر است. از طرفی این نوع ارتباط بالاتری دارد.

در واحد احراز هویت، اعضای تیم تلاش می کنند پروسه احراز هویت را در زمان کوتاهی انجام دهند. این واحد از لحاظ امنیتی از حساسیت خاصی برخوردار است و یکی از گلوگاه های اساسی یک کسب و کار صرافی ارز دیجیتال است.

کال سنتر هم شامل دو بخش اصلی است. در یک بخش راهنمایی هایی برای تکمیل احراز هویت ارائه می شود. در بخش هیپی کال هم همکاران ما با کاربران تماس می گیرند و از کیفیت پاسخگویی اطمینان حاصل می کنند.

پشتیبانی صرافی های دیجیتال چه تفاوتی با پشتیبانی سایر کسب و کارها دارد؟ ویژگی های پشتیبانی این نوع کسب و کار چیست؟

به صورت کلی، این نوع پشتیبانی در واقع پشتیبانی فنی است. در پشتیبانی صرافی های دیجیتال علاوه بر پشتیبانی امور مشتریان، پشتیبانی فنی هم ارائه می شود. با توجه به اینکه این نوع کسب و کار در بازارهای مالی فعالیت می کند، کار تیم پشتیبانی حساس است. چون ما در خط مقدم هستیم و با کاربری ارتباط داریم که در حال معامله با انتقال دارایی اش است. این کاربر، سرمایه اش را در پلتفرم ما معامله می کند. این مسائل حساسیت کار ما را بالا می برد و شاید نسبت به پشتیبانی کسب و کارهای دیگر کار ما حساسیت بیشتری داشته باشد.



راضیه مینایی
Raziyeh.minaei1995@gmail.com



جریمه بایننس

بانک مرکزی هلند یا همان بانک BNB که روی فعالیت صرافی ها نظارت می کند، بایننس را به دلیل فعالیت بدون مجوز ۳.۵ میلیون یورو جریمه کرده است.



در آمد استپن

اپلیکیشن بلاکچینی «استپن» که روی حوزه سلامت متمرکز است، اعلام کرده در فصل دوم سال ۲۰۲۲ بیش از ۱۲۲ میلیون دلار درآمد حاصل از تراکنش داشته است.



اتریم با هادر پاریس

رویداد «کنفرانس جامعه اتریم» روزهای ۱۶ و ۱۷ جولای در شهر پاریس برگزار می شود. همزمان با این کنفرانس نشست متاورس هم برگزار خواهد شد.



ممنوعیت جدید در تایوان

دولت تایوان اعلام کرده از این پس خرید و فروش رمزارز با استفاده از کردیت کارت را ممنوع خواهد کرد. شرکت های مرتبط سه ماه وقت دارند این قانون را اجرایی کنند.



شماره ۲۹
مرداد ۱۴۰۱
سال دوم

می‌کنند. از طرفی همان‌طور که گفتیم، تیم پشتیبانی در خط مقدم است و نوسانات بازار هم زیاد هستند. در نتیجه در روزهای نوسانی و هیجانی بازار، درخواست‌های زیادی به سمت ما می‌آید و بسیاری از کاربران از ما می‌پرسند که باید چه کاری انجام دهند؟ پاسخ به این سوالات سخت است، چون ما نمی‌توانیم به کاربران سیگنال یا آنها را به سوی اخذ تصمیم خاصی سوق دهیم. در نتیجه باید به آنها آرامش دهیم تا بتوانند با خیال آسوده کارشان را انجام دهند.

با توجه به صحبت‌های شما اگر درست متوجه شده باشم، واحد مجزایی برای آموزش در تیم پشتیبانی سیتکس وجود ندارد. از طرفی علت اصلی مراجعه بسیاری از کاربران به تیم پشتیبانی دریافت آموزش و راهنمایی است. پاسخگویی به این نیاز برای کدام یک از واحدهای شما تعریف شده است؟

سیتکس یک آکادمی دارد که تخصص آن آموزش است. از طرفی همان‌طور که اشاره کردم، بخش زیادی از ارتباط ما با کاربران در حیطه راهنمایی و آموزش است. پس هر چقدر بهتر آموزش بدهیم و علم کاربر را بالاتر ببریم، کار ما در پشتیبانی راحت‌تر می‌شود. اما چالش اصلی این است که جنس آموزش در حوزه بلاکچین، رمز ارز و بازارهای مالی متفاوت است و نمی‌توان این مباحث را طی چند دقیقه در پشتیبانی به کاربر آموزش داد. البته تا جایی که می‌توانیم، با کمک واحد دیجیتال مارکتینگ محتوای آموزشی در قالب نوشتار، ویدئو و عکس تولید می‌کنیم، اما در نهایت وظیفه اصلی آموزش در جای دیگری تعریف شده است.

وبلاگ صرافی سیتکس منبع خوبی برای یادگیری است که ما بعضاً لینک مطالب کاربردی را برای کاربران ارسال می‌کنیم. در این لینک‌ها نحوه خرید و فروش، سفارش‌گذاری و موارد دیگر را به‌طور کامل توضیح داده‌ایم. در حقیقت تلاش داریم با کمک ترکیبی از وبلاگ و محتوای صرافی سیتکس و اقدامات آکادمی سیتکس به کاربران آموزش‌های لازم را بدهیم.

سطح آگاهی کاربران اغلب در چه زمینه‌هایی پایین است؟

اکثر مراجعه‌کنندگان ما در مورد بازارهای دوطرفه آگاهی کمی دارند و چون این بازار را به‌خوبی نمی‌شناسند، نگاه OTC به آن دارند. در بازار دوطرفه، صرافی ارز دیجیتال پلتفرمی است که خریدار و فروشنده را به‌همدیگر متصل می‌کند. یعنی در این مدل نقش صرافی، نقش خریدار یا فروشنده نیست. فقط فضا و پلتفرمی را ایجاد می‌کند که خریدار و فروشنده بتوانند با هم معامله کنند. اما برخی مراجعه‌کنندگان ما تصورشان این است که ما یعنی خود صرافی معامله می‌کنند. البته طی دو سال اخیر دانش مشتریان ما بالا رفته است. این افزایش سطح دانش هم به دو دلیل بوده است؛ یکی فعالیت بخش زیادی از کاربران در بازار بورس ایران و کسب دانش مالی و دیگری به دلیل رشد بازار رمز ارزها در ایران.

در پشتیبانی صرافی ارزهای دیجیتال با چه مشکلات و بحث‌های امنیتی مواجه می‌شوید؟ تیم پشتیبانی برای جلوگیری از این مشکلات چه اقداماتی در نظر می‌گیرد؟

مهم‌ترین مسئله صرافی‌های ارزهای دیجیتال و مخصوصاً در پشتیبانی امنیت است. منظور از امنیت هم بحث‌های

مرتبط با پول شویی، فیشینگ، اجاره حساب‌ها و غیره است. از مسائل امنیتی دیگر که باید به آن توجه داشت، دقت در انتخاب شبکه هنگام انتقال رمز ارزهاست. اگر در انتخاب شبکه اشتباهی صورت بگیرد، دارایی از بین خواهد رفت. از این رو مهم‌ترین چشم‌انداز ما در تیم پشتیبانی، بحث امنیت است و با توجه به نظرسنجی انجام‌شده، مهم‌ترین خواسته کاربران ما از ما نیز همین بوده است.

در بخش‌های فنی، صرافی سیتکس آزمایش‌های امنیتی زیادی را با بالاترین ریت‌ها گذرانده است. اما در بخش پشتیبانی عمده اقدامات ما در ارتباط با مسائل امنیتی، احراز هویت و آموزش در راستای ارتقای دانش کاربران در مسائلی چون انتخاب شبکه در زمان انتقال رمز ارز است. البته باز هم باید تأکید کنم احراز هویت پاشنه‌آشیل بحث امنیت حساب‌های کاربران است.

در ماه‌های گذشته شاهد سیر نزولی بازار و ریزش آن بودیم. احتمالاً در روزهای نزولی بازار کار تیم پشتیبانی سخت‌تر است. راجع به تجربه عمده‌ترین چالش شما در این روزها چیست؟

در روزهای نزولی هم مانند روزهای صعودی با چالش‌هایی روبه‌رو هستیم. در واقع بحث هیجان است و ما، هم در روزهای نزولی و هم در روزهای صعودی با چالش‌هایی مواجه می‌شویم. بحث اصلی هیجان کاربران است. هیجان کاربران در این بازار همیشه بالاست. چون این یک حوزه مالی است و مردم با پول و دارایی خود معامله می‌کنند. نوسانات بازار هم دلیل دیگری برای این هیجانات است. در روزهای نوسانی، صعودی یا نزولی، کاربران می‌خواهند سریع‌تر جواب سؤال خود را از ما بگیرند. کاربران در این روزها با هیجان بالایی به ما مراجعه می‌کنند و ما باید با نهایت آرامش با کاربران ارتباط بگیریم و کمک کنیم که بتوانند هیجان خود را کنترل کنند. وقتی بازار صعودی است، ما شاهد فومو (Fear of missing out) در بین مردم هستیم. مردم دچار ترس جاماندن می‌شوند. مردم احساس می‌کنند باید خود را سریع به بازار برسانند و اگر این کار را نکنند از سود کردن و دیگران عقب می‌مانند. همین موضوع هم باعث تصمیمات اشتباه می‌شود و کار تیم پشتیبانی را بیشتر و سخت‌تر می‌کند.

ویژگی‌ها و مزیت‌های رقابتی تیم پشتیبانی سیتکس چیست؟ میانگین زمان انتظار برای پاسخگویی در تیم پشتیبانی سیتکس ۲۳ ثانیه است. این موفقیت با کمک همکاران ما در تیم پشتیبانی و هوش مصنوعی امکان‌پذیر شده است. در تیم پشتیبانی سیتکس ما پاسخگویی ۲۴ ساعته در هفت روز هفته (۷x۲۴) داریم. زمان تأیید احراز هویت هم کمتر از پنج دقیقه است، یعنی فاصله بین تکمیل مراحل احراز هویت توسط کاربر تا بررسی و تأیید تیم پشتیبانی پنج دقیقه است.

تیم بازرسی هم تمام چت‌ها و تماس‌ها را بررسی و از کیفیت آنها مطمئن می‌شود. همچنین پرسش‌نامه‌هایی در اختیار کاربران قرار می‌گیرد و نظرسنجی‌هایی انجام می‌شود تا بر اساس آنها مشخص شود میزان رضایت کاربران از تیم پشتیبانی چقدر است که خوشبختانه تاکنون نمره بسیار خوبی گرفته‌ایم.





خلق یک مجموعه جهانی یکپارچه از تمام کلاس های دارایی
چطور ممکن است - بخش دوم

مهم ترین مزیت توکن های اوراق بهادر

کاهش هزینه های اقتصادی

توکن های اوراق بهادر ممکن است بتوانند هزینه های مرتبط با مدیریت مالکیت را به شدت کاهش دهند. این موضوع می تواند شرکت های موجود با سهم های رایج سنتی را ترغیب کند که به سمت توکن های اوراق بهادر حرکت کنند. حداقل دو روش مهم وجود دارد که از طریق آنها می توان بازار توکن های اوراق بهادر را بهبود بخشید. درباره مورد اول باید گفت هزینه های مربوط به مشاوره جهت ارائه و عرضه اوراق بهادر بسیار بالاست. قراردادهای هوشمند ممکن است هزینه ها را به طرز بسیار قابل توجهی کاهش دهند که این امر همچنین با پیچیدگی های متعدد بحث تسویه حساب که در مطلب پیشین به آن پرداختیم نیز مرتبط می شود.

در رابطه با مورد دوم نیز باید گفت هزینه های قابل توجهی برای تطبیق و اصلاح مالکیت وجود دارد که مربوط به بعد از صدور و ساخت پایگاه اطلاعاتی سرمایه گذاران هستند. به عنوان مثال، خرید را در نظر بگیرید، توکن های اوراق بهادر به ایجاد جداول فوری و خودکار توسط کدها منجر می شوند. در نتیجه، تجزیه و تحلیل سناریوهای تسهیل شده و ویژگی های مختلفی مانند نقدینگی در نظر گرفته می شوند.



محمد قاسمی
مدیرعامل مزدکس
sghasemi@gmail.com

عمق بازار و کاهش مشکلات مرتبط با نقدشوندگی دارایی ها

فقدان بازارپذیری یکی از اصلی ترین مشخصه های بسیاری از کلاس های دارایی است. این ویژگی به دلیل مفاد قراردادی یا عدم نقدشوندگی نسبی بازار به دلیل کم عمق و کوچک بودن بازار ایجاد می شود. صرف نظر از منابع نقدینگی، تحقیقات حاکی از آن است که دارایی های غیرنقدشونده با تخفیف قابل توجهی معامله می شوند. مشکلات دیگری نیز در ارتباط با عدم نقدینگی وجود دارد. برای مثال، شرکای با مسئولیت محدود در صندوق های سهام خصوصی، معمولاً قبل از اینکه بتوانند از سرمایه گذاری های با تخفیف شدیدتر در معاملات ثانویه خارج شوند، به تأیید و اجازه شرکای خود نیاز دارند.

صندوق های توکن شده به مدیران صندوق اجازه می دهند تا بدون ترس از بازخرید در دارایی های غیرنقدشونده، سرمایه گذاری کنند. این در حالی است که افرادی که در صندوق های سرمایه گذاری کرده اند، می توانند به نقدینگی بازار ثانویه دسترسی داشته باشند. با افزایش ارزش، انتظار می رود که بازار عمیق تری برای منافع مالکیت

و افزایش نقدینگی سرمایه گذاران ایجاد شود. دلایل دیگری نیز وجود دارد که نشان می دهد ممکن است با افزایش نقدینگی، ارزش دارنده توکن (نسبت به ارزش دارنده سهام) افزایش یابد. دلیل اول این است که مالکیت کسری دسترسی به برخی دارایی های گران قیمت و پرهزینه را برای سهام داران تسهیل می کند. در نتیجه، با گنجاندن ورود سرمایه های خرد به بازار، نقدینگی بازار افزایش می یابد. دلیل دوم این است که حتی سهام داران رمزارزها نیز ترجیح می دهند برای تنوع بخشی به سبد سهام خود، از دارایی های سنتی هم استفاده کرده و دارایی هایی را نیز که نوسان کمتری دارند، در سبد سهام خود جای دهند. سوم، دارایی های توکن شده می توانند دارایی های غیرنقدشونده را به واسطه ها، مانند بازارسازهای الگوریتمی و صندوق های رمزارز معرفی کنند. این قبیل افراد و گروه ها معمولاً در بازارهای غیرنقدشونده یا نوظهور چندان فعالیت نمی کنند؛ بنابراین ارائه اوراق بهادر در قالب توکن می تواند آنها را ترغیب به ورود کند. چهارمین دلیلی که نشان می دهد با افزایش نقدینگی ممکن است ارزش بازار هم افزایش پیدا کند، حاکی از آن است که توکن سازی از دارایی ها، بازارهای جهانی و سرمایه گذاران خرد را با یکدیگر ادغام می کند، در نتیجه بخش بندی بازار کاهش می یابد.

ارتقای قابلیت همکاری

قابلیت همکاری را می توان هسته اصلی پیشرفت فناوری دانست. استانداردها، قابلیت همکاری را تسهیل می کنند و ماهیت غیرمتمرکز بلاکچین به ایجاد اثرات شبکه برای پذیرش استانداردها کمک می کند که به نوبه خود قابلیت همکاری را ارتقا می بخشد. در واقع، توجه فراوانی که این روزها به فناوری بلاکچین می شود به خاطر همین مسئله قابلیت همکاری است؛ چنانچه استدلال می شود: «بباید لحظه ای به سؤالی بپردازیم که هر فرد شکاک به فناوری بلاکچین تمایل دارد بپرسد؛ آیا ما واقعاً برای این کار به بلاکچین احتیاج داریم؟ این کار را نمی شود با همان دیتابیس های سنتی انجام داد؟» در پاسخ باید بگوییم که بله، این امکان وجود دارد که برخی از این کارها را با استفاده از پایگاه های داده متمرکز انجام دهیم، ولی این سؤال مطرح می شود که «پس چرا در گذشته انجام نشده بود؟» پاسخ به این سؤال این است که راه حل های متمرکز فعلی برای انتقال ارزش الکترونیکی با یکدیگر سازگاری ندارند. آنها نمی توانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. به عنوان مثال، ما نمی توانیم مقداری را از پی پال به ونمو بفرستیم، یا اینکه از E-Trade به RealityShares ارسال کنیم؛ چراکه این لایه ها قابلیت همکاری ندارند.»



شماره ۲۹
۲ مرداد ۱۴۰۱
سال دوم

چیزی را که باورکردنی نیست

باور نکنید!



آکادمی مزدکس برگزار کرد؛ آنچه باید در مورد پروژه های اسکم در فضای رمزارزی بدانید

گزارش
REPORT



با رشد جامعه رمزارزی، شاهد رشد روزافزون کلاهبرداری در این فضا هستیم. کلاهبرداری در فضای رمزارزی غالباً با پروژه های اسکم انجام می شود. تشخیص پروژه های اسکم برای عموم مردم کار راحتی نیست و این سبب می شود بسیاری از مردم در تله این دست پروژه ها بیفتند. با وجود اینکه تشخیص برخی پروژه های کلاهبرداری کار بسیار دشواری است، اما با رعایت برخی نکات و توجه به یکسری موضوعات می توان تا حد زیادی از پروژه های اسکم در امان ماند. آکادمی مزدکس اخیراً یک وبینار آموزشی در مورد پروژه های اسکم در فضای رمزارزی برگزار کرده است. در این وبینار یزدان عباسی، رئیس کارگروه آموزش و پژوهش انجمن بلاکچین ایران در مورد چیستی پروژه های اسکم و تفاوت آن با پروژه های شت کوین، بازار اسکم های کریپتویی، روش های رایج در پروژه های اسکم و روش های تشخیص پروژه های اسکم نکاتی را بیان می کند. گزیده این نکات را می توانید در ادامه بخوانید.

دلیل وجود پروژه های اسکم و نحوه تشخیص آنها

در فضای رمزارزها به دلایل مختلفی پیاده سازی پروژه های اسکم ساده تر است. اسکم پروژه های است که ذاتاً برای ضربه مالی زدن به سرمایه گذاران و جهت کسب درآمد برای توسعه دهندگان پروژه ساخته می شود. تفاوت پروژه های شت کوین با اسکم این است که پروژه های شت کوین با این هدف طراحی نشده اند، اما این نوع پروژه ها بنا به دلایل

مختلف کاربردی ندارد، یعنی توکنی که در آن پروژه تعریف می شود، کاربرد خاصی ندارد و به همین دلیل ممکن است در طول زمان ارزش خود را از دست بدهد. وقتی ما در یک پروژه رمزارزی سرمایه گذاری می کنیم، باید چند نکته را مورد ملاحظه قرار داریم. مهم ترین نکته این است که حضور و در دسترس بودن افراد پشت پرده پروژه های رمزارزی و به خصوص پروژه های کلاهبرداری در وبسایت یا آدرس های دیگر، به معنی حمایت دولتی یا حمایت قضایی از شخص سرمایه گذار نیست. به عبارت دیگر سرمایه گذار باید بداند امکان از دست رفتن دارایی اش وجود دارد و در بسیاری از کشورها در صورت بروز این اتفاق تحت حمایت قانونی قرار نمی گیرد؛ زیرا قوانین این حوزه هنوز به طور مشخص نوشته نشده اند.

نکته بعدی این است که وقتی پروژه ای که در آن سرمایه گذاری کرده اید، کلاهبرداری از آب درمی آید، بر خلاف تصور عموم حتی با پیگیری قضایی هم امکان برگشت وجه وجود نخواهد داشت. یعنی قاضی نمی تواند حکم برگشت پول را بدهد. در واقع سیستم بانکی ای نیز وجود ندارد که در صورت صدور حکم، پول را به حساب سرمایه گذار برگرداند. امکان بازگشت تراکنش ها در شبکه های رمزارزی وجود ندارد؛ مگر اینکه مالک حساب مقصد خود تصمیم به برگشت پول بگیرد. نکته دیگر در مورد لو دادن بخشی از اطلاعات حساب با انجام تراکنش است. برای مثال اگر شما دقت نداشته باشید، با انجام یک تراکنش رمزارزی، گیرنده می تواند موجودی حساب شما را ببیند. حساب های رمزارزی توسط هیچ



تایم تاکنون ۲۰ هزاران اف تی به ارزش ۱۰ میلیون دلار فروخته است

همکاری مجله تایم با سندباکس

همکاری برای ایجاد یک فضای مجازی در متاورس با نام تایم اسکوتر است. تایم اسکوتر قرار است مرکزی برای میزبانی رویدادهای هنری و تجارت مجازی تایم باشد. سندباکس با ارزش یک و نیم میلیون دلار، یکی از بزرگترین پروژههای متاورس است. این پروژه سهم بزرگی در پذیرش اولیه فناوری بلاکچین داشته و به همین دلیل است که جزء باارزشترین پروژهها محسوب می شود.

با توسعه وب ۳ و رواج آن، ان اف تی ها به جنجالبرانگیزترین قسمت اکوسیستم کریپتو تبدیل شده اند که هم مورد تمجید قرار می گیرند و هم از آنها انتقاد می شود. «کیت گروسمن»، رئیس مجله تایم معتقد است بحث های هر دو طرف، چه طرفداران و چه منتقدان، تمام نشدنی است. گروسمن سال گذشته برای ساخت تایم پیسز و تبدیل مجله ۹۹ ساله تایم به ان اف تی تلاش بسیاری کرد.

ان اف تی ها دارایی های دیجیتالی منحصر به فردی هستند که با استفاده از فناوری بلاکچین تأیید و ذخیره می شوند، اما منتقدان معتقدند این توکن ها نیز مانند ارزهای دیجیتالی انرژی زیادی مصرف می کنند و برای محیط زیست مضر هستند. بسیاری از ان اف تی ها روی شبکه اتریوم، دومین توکن بزرگ، ساخته شده اند. ظهور اینترنت باعث شد هر شخصی بتواند تصاویر، ویدئوها و آهنگ های مورد علاقه اش را به صورت آنلاین و رایگان مشاهده کند، اما ظهور ان اف تی مرحله جدیدی را از مالکیت رقم زد و مردم به دلیل اینکه می توانند مالک یک آیتم مجازی باشند، ان اف تی می خردند.

گروسمن در مصاحبه با CNBC گفته است: «ان اف تی به دو دلیل برای مردم مهم و باارزش است؛ در وهله اول این توکن به شما اجازه می دهد تا مالکیت یک چیز را در بلاکچین ثابت کنید. دوم اینکه دارنده ان اف تی می تواند اطلاعات شخصی خود را کنترل کند.»

تایم پیسز؛ ۲۰ هزار ان اف تی با ارزش ۱۰ میلیون دلار

دارندگان توکن TIMEPieces می توانند کیف پول دیجیتال خود را به وبسایت تایم متصل کنند. این اتصال، به دارندگان دسترسی نامحدود به محتوای مجله تایم و همچنین دعوت نامه های انحصاری برای رویدادهای مجازی و حضوری می دهد. برخی توکن های تایم پیسز محبوب تر هستند و امکانات بیشتری دارند. برای مثال این توکن ها شامل عکس و دیگر اشکال هنرهای دیجیتالی از ۸۹ هنرمند نوظهور در ۳ از جمله «فرخ سرمد»، «جوآن هالینگ» و «جولی پاچینو»، دختر «آل پاچینو» هستند. بسیاری از کلکسیونرهای مشهور هم؛ از «آنتونی هاپکینز» گرفته تا «اوا لونگوریا»، به این کلکسیون جذب شده اند. به گفته گروسمن، مجله تایم از ماه سپتامبر ۲۰۲۱ بیش از ۲۰ هزار ان اف تی تایم پیسز ایجاد یا به اصطلاح عرضه کرده است. این ۲۰ هزار ان اف تی متعلق به ۱۲ هزار کیف پول دیجیتال و تقریباً نیمی از آنها به Time.com متصل هستند. این ان اف تی ها ۱۰ میلیون دلار سود برای مجله تایم و ۶۰ هزار دلار برای خبیره های مختلف به ارمغان آورده اند.

تایم اخیراً پلتفرم بازی «سندباکس» در حال

که به شما پیشنهاد می شود، مورد توجه قرار دهید، تیم آن پروژه است. حتماً باید افراد پشت این پروژه را با دقت بررسی کنید. باید در وایت پیپر راجع به تیم صحبت شده باشد. سابقه افراد تیم در حضور در شرکت های بلاکچین و رمزآزری، سابقه تحصیلی و سابقه حضور آنها در این فضا مهم است. افراد فعال در این حوزه این اطلاعات را در لینکدین خود ثبت می کنند. شبکه دوستان این افراد نیز باید بررسی شود. سابقه و تعداد دوستان این افراد بسیار مهم است. تعداد زیاد افراد دنبال کننده ضمانت خوب بودن پروژه نیست، اما تعداد کم دنبال کنندگان نیز قطعاً نکته خوبی نیست.

ممکن است در وایت پیپر در مورد اسم اعضای تیم دروغ گفته شود. برای حصول اطمینان از صحت این ادعا، باید لینکدین و سابقه فرد نام برده شده بررسی شود. اگر فرد واقعاً در این پروژه حضور داشته باشد، حتماً در سوابق خود ذکر کرده است. برای اینکه تشخیص دهید تعداد دنبال کنندگان واقعی است یا خیر، می توان سابقه تأسیس آن حساب کاربری یا مدت فعالیت فرد در آن فضا را بررسی کرد.

خطر رزومه فروشی: نکته بعدی این است که برخی افراد رزومه خود را می فروشند. پس حتی اگر افراد شناخته شده ای در اعضای تیم حضور داشتند و در لینکدین هم این مشارکت را ثبت کرده بودند، باز هم حضور آن افراد در پروژه قطعی نیست.

اهمیت وایت پیپر: نکته دیگر در مورد وایت پیپر پروژه است. حتماً وایت پیپر پروژه را بخوانید و قبل از خواندن، چند نکته مهم را در نظر داشته باشید. اگر پروژه ای در ایران فعالیت می کند، حتماً باید وایت پیپر فارسی داشته باشد. وایت پیپر باید شامل برخی نکات مانند مسئله ای که آن پروژه می خواهد انجام دهد، راهکار و جزئیات، شبکه های که قرار است توکن روی آن توسعه یابد، نحوه توزیع توکن، اعضای تیم و نقشه راه باشد.

میزان جذب سرمایه پروژه: میزان سرمایه ای را که آن پروژه

رمزآزری قصد دارد برای توسعه و راه اندازی پروژه جذب کند، حساب کنید. سپس منطق ارزشی را که از سمت پروژه اعلام می شود، مورد بررسی قرار دهید.

چند نکته دیگر: هرگونه قول یا ادعایی مبنی بر سود تضمین شده یا درآمد دویا چند برابری به احتمال زیاد نشان از یک پروژه کلاهبرداری دارد. هر وقت کسی ادعا کرد که در صورت سرمایه گذاری تان، سود چندین درصدی را تضمین می کند، به آن پروژه شک کنید.

● هرگاه تنها ابزار یک پروژه رمزآزری، رمزآزری بود، باید به آن شک کرد، یعنی اگر هیچ روش پرداختی به جز کریپتو وجود نداشت، نمی توان به آن اعتماد کرد.

● وجود غلط های املائی در وایت پیپر و ایمیل هایی که برای شما ارسال می شود، یکی از بزرگترین نشانه های کلاهبرداری بودن پروژه است. یک پروژه نمی تواند وبسایتی داشته باشد که با اطلاعات پیش فرض یا لورن اپسوم پر شده باشد. به محتوای وبسایت و غلط های املائی دقت کنید.

● هر پروژه ای که به شما وعده رمزآزری رایگان داد، مشکوک است.

● از سرمایه گذاری در پروژه هایی که اعضای تیم آنها جعلی است، به شدت خودداری کنید.

● اگر پروژه ای مبتنی بر بحث های انگیزشی است و در رویدادها بحث های علمی مطرح نمی شود، از آن بپرهیزید.

بانکی پشتیبانی نمی شوند و ادعا در این مورد صرفاً برای جلب اعتماد است.

اندازه بازار کلاهبرداری

به صورت کلی و جدا از بحث کریپتوکارنسی بازار جهانی کلاهبرداری در دنیا در حدود ۳۰ میلیارد دلار در سال جاری بوده و این بازار رشد ۲۲٫۸ درصدی را تجربه کرده است. در فضای رمزآزری، اسکمرها یا کلاهبرداران توانسته اند در سال ۲۰۲۱ حدود ۱۴ میلیارد دلار کلاهبرداری کنند. بارشد دیفای، کلاهبرداری در این فضا رشد بسیار زیادی یافته است. سرعت کریپتویی از سال ۲۰۲۰، ۵۱۹٫۲۰۲ درصد رشد کرده و به ۳۲ میلیارد دلار رمزآزری رسیده است. در واقع، ۷۲ درصد از سرمایه ها از طریق پروتکل های دیفای به سرعت رفته است.

روش های رایج کلاهبرداری در فضای رمزآزری

یکی از رایج ترین روش ها، سرمایه گذاری رمزآزری است. در این فضا کلاهبردار خود را به عنوان یک شرکت یا فرد شناخته شده جعلی معرفی می کند. این افراد ادعا می کنند که می توانند دارایی های رمزآزری را مدیریت کنند یا برای شما معامله انجام دهند و در ازای این کار از شما کارمزد می گیرند. این افراد یا پس از دریافت کارمزد ناپدید می شوند یا از شما می خواهند که مقداری از رمزآزری خود را در اختیار

آنها قرار دهید و حق برداشت به شما نمی دهند. در واقع یک پنل جعلی با اطلاعات جعلی به شما نشان می دهند. این پنل نشان می دهد که شما در حال سود کردن هستید، اما تا رسیدن به سقف معین اجازه برداشت ندارید.

روش بعدی راگ پول اسکم است که در فضای ان اف تی رواج دارد. در این روش کلاهبرداران با برگزاری کمپین، پوش خبری، انجام تبلیغات و خرید و فروش های جعلی، ارزش یک ان اف تی را افزایش می دهند و مردم را به خرید آن ترغیب می کنند. بنابراین شما باید به ارزش آن ان اف تی و منطق آن ارزش دقت کنید.

کلاهبرداری رمانتیک روش دیگر کلاهبرداری در فضای رمزآزری است. در این روش شما از افرادی که عموماً سلبریتی هستند، پیام هایی دریافت می کنید. این افراد تلاش می کنند با شما روابط دوستانه برقرار کنند و پیشنهاد می دهند که به نیابت از شما معامله یا سرمایه شما را مدیریت کنند.

فیشینگ اسکم هم روشی است که جدیداً روی تراست ولت رایج شده است. طی این روش ایمیل هایی از آدرس هایی مشابه با پشتیبانی تراست ولت برای شما ارسال می شود و به شما می گویند که اگر دارایی خود را به روز نکنید، دارایی شما بلوکه می شود. در این ایمیل ها یک لینک جهت به روزرسانی دارایی برای شما ارسال می شود که در آن لینک، کلمات بازیابی شما را درخواست می کنند. روش بعدی گیوای اسکم در شبکه های اجتماعی (Social media cryptocurrency giveaway scams) است. در این روش به شما گفته می شود که برای مثال با شرکت در این کمپین، به شما مقداری رمزآزری به صورت رایگان داده خواهد شد. مدل رایج بعدی که در ایران از آن استفاده زیادی می شود، روش پانزی است. پانزی یک اصل کلی دارد؛ سود افراد جدید توسط واریزی افراد قبلی پرداخت می شود.

چطور از این پروژه های کلاهبرداری اجتناب کنیم؟

اعضای تیم: یکی از مواردی که باید در مورد پروژه هایی



شماره ۲۹
مرداد ۱۴۰۱
سال دوم

ادامه در صفحه ۱۴





بدهی ۳/۵ میلیاردی!

بنیان‌گذاران صندوق ورشکسته رمزارزی تری اروز کپیتال (3AC) در گفت‌وگویی با بلومبرگ گفته‌اند ۳٫۵ میلیارد دلار به ۲۷ سازمان مختلف بدهکاری دارند و کار این صندوق به پایان رسیده است!



خرید صرافی کره‌ای

افتی ایکس و بنیان‌گذار آن سم بنکمن فرید که اخیراً دو شرکت رمزارزی بلاکفای و بیتوو را خریده، اعلام کرده در حال مذاکره برای خرید صرافی کره‌ای بیت‌هامب است.



اعتراض شیرزاد

«فریار شیرزاد»، مدیر ارشد سیاست‌گذاری کوین‌بیس با انتقاد از قوانین و رویکرد SEC گفته قوانین این نهاد مالی در حوزه دارایی‌های دیجیتال کاربرپذیر نیستند.

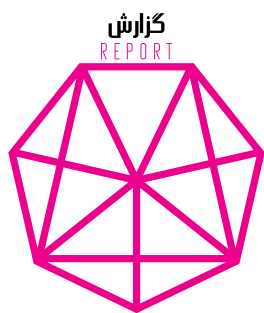


فریب‌مای بیگ کوین

«رنالد کارتر»، بنیان‌گذار شرکت رمزارزی مای بیگ کوین متهم شده که یک پروژه جعلی را به سرمایه‌گذاران معرفی کرده و از این طریق شش میلیون دلار به جیب زده است.



اینجا پرداخت با رمز ارز مجاز است!



شرکت‌های بزرگ بین‌المللی که خیلی زود کریپتو را به عنوان ابزار پرداخت به رسمیت شناخته‌اند

اتر انجام دهند.

اولین شرکت‌هایی که پرداخت کریپتویی را فعال کردند، اغلب شرکت‌های فعال در حوزه فناوری و رسانه بودند، اما در حال حاضر می‌توان برای خرید مبلمان، خواربار و حتی بلیت سینما هم از رمز ارز استفاده کرد. بیت‌کوین هنوز هم پذیرفته‌شده‌ترین ارز دیجیتال برای پرداخت است، اما اکنون بسیاری از خرده‌فروشان طیف گسترده‌ای از ارزهای دیجیتال؛ از لایت‌کوین گرفته تا شیبا اینو را می‌پذیرند. با وجود اینکه سیستم‌های پرداخت ارز دیجیتال فعلی هنوز تکامل نیافته‌اند، اما هم‌اکنون کنار گذاشتن فیات از هر زمان دیگر آسان‌تر شده است. در ادامه به شرکت‌های بزرگی که امکان پرداخت با رمز ارز را برای مشتریان خود فعال کرده‌اند، نگاهی می‌اندازیم.

وضعیت فعلی اکوسیستم رمزارزی بر هیچ‌کس پوشیده نیست. افت شدید قیمت کوین‌ها، ورشکستگی برخی شرکت‌های کریپتویی و اقدامات برخی شرکت‌های دیگر مانند سلسیوس جهت مسدود کردن حساب کاربران به وضعیتی منجر شده که برخی آن را «زمستان کریپتو» می‌نامند. اما با تمام این موارد هنوز بخشی از این اکوسیستم در حال رشد و توسعه است. امکان پرداخت با رمز ارز بخشی از این اکوسیستم است که حتی در این شرایط هم طرفداران زیادی دارد. از سال‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ با افزایش محبوبیت پرداخت کریپتویی، شرکت‌های بزرگ این امکان را برای مشتریان خود فعال کردند. اکنون مشتریان می‌توانند پرداخت‌های خود را به‌طور مستقیم با از طریق پلتفرم‌های پرداخت با ارزهایی مانند بیت‌کوین و

هول فودز مارکت

با وجود اینکه آمازون، شرکت مادر هول فودز مارکت، هنوز به‌طور کامل رمز ارزها را نپذیرفته، اما این سوپرمارکت‌های زنجیره‌ای از سال ۲۰۱۹ امکان پرداخت با ارز دیجیتال را برای مشتریان خود فعال کرده‌اند. مشتریان می‌توانند با استفاده از برنامه «اسپند این» (Spendin) که توسط «فلکسا» پشتیبانی می‌شود، هزینه خرید خود را بپردازند. فلکسا از بیت‌کوین، بیت‌کوین کش و اتر پشتیبانی می‌کند. این شبکه با خرده‌فروشان بزرگ دیگری چون نورد استورم، گیم‌استاپ و جامبا جوس مشارکت دارد.

در واقع هول فودز مارکت وجود دارد و به‌طور مستقیم دریافت نمی‌کند. برنامه اسپند این یک کد کیوآر تولید می‌کند که مشتری هنگام پرداخت آن را اسکن می‌کند. این کد از طریق

مایکروسافت

مایکروسافت از دیگر شرکت‌های پیش‌تاز در پذیرش کریپتو است که از سال ۲۰۱۴ قابلیت پرداخت با بیت‌کوین را در فروشگاه‌های خود اضافه کرده است. مایکروسافت هم مانند بسیاری از شرکت‌های دیگر از بیت‌پی به عنوان یک پردازشگر پرداخت استفاده می‌کند.

سیستم پرداخت بیت‌کوین مایکروسافت از زمان آغاز به کار چندین بار به دلیل نوسانات زیاد بازار بسته شده است. مایکروسافت اخیراً اقداماتی را در جهت بهبود وضعیت خود در دنیای وب ۳ انجام داده و در

استراتژی متفاوت نرم‌افزار و خرده‌فروشی در مواجهه با کریپتو

آنها از رمز ارز چه می‌خواهند؟

همین راستا سمتی با عنوان «مدیر توسعه تجارت برای ارزهای دیجیتال» ایجاد کرده است. مایکروسافت در سال ۲۰۲۱ حق ثبت اختراع برای یک سیستم توسعه و مدیریت توکن‌ها در شبکه‌های مختلف دریافت کرد.

این امر نشان می‌دهد که مایکروسافت قصد دارد در آینده‌ای نزدیک حضور پررنگ‌تری در فضای رمزارزی داشته باشد. نکته جالب توجه این است که «بیل گیتس»، بنیان‌گذار مایکروسافت، به‌طور علنی ارز دیجیتال را محکوم کرده و در مصاحبه‌ای در ژوئن ۲۰۲۲ گفته که این بازار فقط با نظریه احمق بزرگ‌تر



شماره ۲۹
مرداد ۱۴۰۱
سال دوم



خودروساز بزرگ الکتریکی ۷۵ درصد بیت کوین هایش را فروخته است

تسلا از بیت کوین دست می کشد؟

تسلا در گزارش درآمدی مربوط به سه ماهه دوم ۲۰۲۲ خود اعلام کرده که به دلیل نگرانی‌های ناشی از کرونا و قرنطینه در چین، ۷۵ درصد از بیت کوین ذخیره خود را به ارز فیات تبدیل کرده است. این در حالی است که تسلا در اوایل سال گذشته، حدود ۱٫۵ میلیارد دلار در بیت کوین سرمایه‌گذاری کرده بود.

به گزارش CNBC، شرکت خودروسازی تسلا فاش کرده که ۷۵ درصد از دارایی‌های بیت کوین خود را در سه ماهه گذشته فروخته است. طبق اعلام این سازنده خودروهای الکتریکی، این فروش ۹۳۶ میلیون دلار به ترازنامه شرکت در سه ماهه دوم اضافه کرده است؛ با این حال با استناد به گزارش‌های منتشرشده، این شرکت دارای یک کاهش درآمد مرتبط با بیت کوین است که از آن به‌عنوان اختلال یاد شده است.

مدیرعامل تسلا، به‌تازگی در یک اظهارنظر دلیل این اقدام را نگرانی‌های نقدینگی ناشی از قرنطینه‌های ناشی از کووید در چین دانسته و گفته است: «تسلا مطمئناً آماده افزایش ذخایر بیت کوین خود در آینده است و در حال حاضر نیز دارایی‌های دوچ کوین خود را کاهش نداده است.»

ایلان ماسک، مدیرعامل تسلا پیش از این اعلام کرده بود که در ژانویه ۲۰۲۱ حدود ۱٫۵ میلیارد دلار بیت کوین را با قیمت متوسط حدود ۳۱٫۰۰۰ دلار خریداری کرده و انتظار دارد در آینده آن را به‌عنوان پرداخت در شرکت تسلا بپذیرد، اما در نهایت به دلیل آثار مخرب زیست‌محیطی ناشی از استخراج بیت کوین از پذیرش آن به‌عنوان پرداخت منصرف شد. این شرکت سازنده خودروهای الکتریکی اکنون تنها ۲۱۸ میلیون دلار بیت کوین دارد.

باشد که شرکت‌ها را مجبور کرده برنامه‌های توسعه خود را به تعویق بیندازند.

پی‌پال

پلتفرم پردازش پرداخت پی‌پال در مارس ۲۰۲۱ یک ویژگی جدید به نام Checkout With Crypto راه‌اندازی کرد که کارکرد آن از اسمش کاملاً مشخص است. به کمک این ویژگی کاربران پی‌پال می‌توانند پرداخت‌های خود را به تمامی ۲۹ میلیون کسب‌وکاری که از این پلتفرم استفاده می‌کنند، از طریق ارزهای دیجیتال انجام دهند. مانند سایر پردازشگرهای پرداخت، پی‌پال برای فروشنده فیات ارسال می‌کند و معادل آن از کیف پول کاربر رمز ارز کسر می‌کند. مقدار دقیق رمز ارزی که قرار است از کیف پول کاربر کسر شود، قبل از تکمیل تراکنش به کاربر نشان داده خواهد شد؛ بنابراین خریداران بررسی کنند.

پی‌پال همچنین به کاربران این امکان را می‌دهد که ارزهای دیجیتال و سایر فیات‌ها مثل دلار را مستقیماً در برنامه آن حفظ کنند. این ویژگی‌ها سبب شبیه‌شدن پی‌پال به یک حساب بانکی سنتی می‌شوند؛ زیرا حساب‌های بانکی هم با ارزهای فیات و هم با ارزهای دیجیتال کار می‌کنند. در حال حاضر پی‌پال فقط در بازارهای آمریکا و بریتانیا پشتیبانی یکپارچه از رمز ارزها ارائه می‌دهد، ولی اعلام کرده که قصد دارد به‌زودی در بازارهای کشورهای دیگر نیز این خدمات را ارائه دهد.

اور استاک

اور استاک اولین خرده‌فروش در صنعت مبلمان و گجت‌های آنلاین است که در سال ۲۰۱۴ با همکاری کوین بیس پذیرش بیت کوین را آغاز کرد. اور استاک با این کار به اولین خرده‌فروش بزرگ آنلاینی تبدیل شد که قابلیت پرداخت با بیت کوین را فعال کرد. در طول سال‌ها، این شرکت به‌تدریج دامنه خود را برای پذیرش تقریباً تمام آلت کوین‌های اصلی گسترش داده است. اور استاک به کاربران خود این امکان را می‌دهد که هزینه سفارش اولیه خود را با رمز ارز پرداخت کنند. همچنین بازپرداخت به بیت کوین امکان‌پذیر بوده و مستقیماً به کیف پول مشتری واریز می‌شود.

این شرکت و مدیران آن از زمانی که برای اولین بار فناوری بلاکچین را به کار گرفتند، در مورد پتانسیل‌های بالقوه این فناوری صحبت و ده‌ها میلیون دلار در شرکت‌هایی که در این فضا کار می‌کنند، سرمایه‌گذاری کرده‌اند. همچنین اور استاک توکن خود را که «تی‌زیرو» نام دارد، در سال ۲۰۱۷ راه‌اندازی کرد؛ هرچند به دلیل عدم استقبال از عرضه اولیه آن باعث شد سهام این شرکت در سال بعد ۸۸ درصد افت کند. با این وجود حمایت اور استاک از رمز ارزها خدشه‌دار نشد و اگر در آینده پیشرفت‌های جدیدی در بلاکچین حاصل شود، این شرکت احتمالاً یکی از اولین شرکت‌هایی است که آن را به کار می‌گیرد.

کوتاهی تویچ همکاری خود را با کوین بیس آغاز کرد و امکان پرداخت با بیت کوین را فراهم کردند. بار دوم تویچ در ابتدای سال ۲۰۱۹ و به دلیل تصمیمات سازمانی، پشتیبانی از بیت کوین را حذف کردند و در ماه ژوئن مجدداً این پشتیبانی را از سر گرفتند. به نظر می‌رسد از آن زمان، تویچ نسبت به چشم‌انداز بلندمدت این فناوری خوش‌بین تر بوده است، حتی در سال ۲۰۲۰ به کاربران در صورتی که پرداخت خود را با ارز دیجیتال انجام می‌دادند، ۱۰ درصد تخفیف می‌داد. پردازنده فعلی پرداخت رمز ارزی این شرکت BitPay است. برای خرده‌فروشی که در حال ورود به بازار ارزهای دیجیتال هستند، بیت‌پی همچون یک رهبر در حال ظهور در بازار است.

استارباکس

از مارس ۲۰۲۱ مشتریانی که در آمریکا ساکن بودند، می‌توانستند هزینه قهوه خود را با رمز ارز پردازند. این امکان به لطف همکاری استارباکس با استارت‌آپ فین‌تکی بکت فعال شده است. کاربرانی که در بکت حساب دارند، می‌توانند کیف پول رمز ارزی خود را به برنامه استارباکس متصل کنند و سپس پیش‌فرض ارز پرداختی را روی بیت کوین تنظیم و کارت استارباکس خود را مستقیماً با کیف پول خود شارژ کنند.

پرداخت با بیت کوین استفاده از کارت استارباکس است و در حال حاضر هیچ راهی برای پرداخت مستقیم با کیف پول در فروشگاه وجود ندارد، اما اگر این طرح به اندازه کافی محبوب شود، ممکن است استارباکس در آینده نزدیک امکان پرداخت مستقیم را نیز فعال کند.

پاکسون

پاکسون (Pacsun) اولین خرده‌فروش بزرگ مد است که پرداخت کریپتویی را از طریق مشارکت با بیت‌پی پذیرفته است. این شرکت در بیانیه مطبوعاتی خود ادعا کرد افزودن قابلیت پرداخت با ارزهای دیجیتال دو دلیل داشته است. اولاً، سیاست این شرکت بر جوانان متمرکز است و پرداخت کریپتویی مورد استقبال نسل زد قرار خواهد گرفت. پاکسون بر این باور است که پرداخت با رمز ارزها بسیار راحت‌تر است و می‌تواند در بین خرده‌فروشان به سرعت محبوب شود.

رئیس پاکسون نیز همین عقیده را داشت و پیش‌بینی کرده بود به‌زودی بسیاری از شرکت‌های مد از این روند پیروی خواهند کرد. البته در حال حاضر این پیش‌بینی درست از آب درنیامده است. شاید دلیل آن آشفتگی و نوسانات بازار

فلکسا، ارزهای دیجیتالی پرداخت‌شده توسط مشتریان را به دلار تبدیل کرده و به هول فودز تحویل می‌دهد. بدین ترتیب خرده‌فروش مجبور نیست با مشکلات رایج در بلاکچین مثل زمان و کارمزد تراکنش‌ها دست‌وپنجه نرم کند. کل این سیستم و فرایند توسط یک کوین دیگر به نام فلکسا کوین تسهیل می‌شود که به‌عنوان یک توکن واسطه بین دلار و بیت کوین عمل می‌کند. پلتفرم‌های پرداختی این چنینی برای پذیرش گسترده رمز ارزها حیاتی هستند، زیرا به خرده‌فروشان اجازه می‌دهند تا بدون هیچ هزینه و دردسری برای راه‌اندازی زیرساخت مربوطه، به تقاضای پرداخت‌های رمز ارزی پاسخ مثبت دهند.

شرکت سینمایی AMC

یکی دیگر از پلتفرم‌های پرداخت محبوب، بیت‌پی است که با تعدادی از شرکت‌های بزرگ از جمله AMC Theatres همکاری می‌کند. AMC بزرگ‌ترین سینمای زنجیره‌ای در آمریکاست که بیش از ۲۰۰ میلیون مشتری دارد. از مارس ۲۰۲۲ این شرکت امکان پرداخت با ارزهای دیجیتال را در وب‌سایت خود فعال کرد و از آن پس مشتریان می‌توانند هزینه بلیت را با ارزهای چون بیت کوین، اتر، بیت کوین کش، لایت کوین، شیبا اینو و دوچ کوین پرداخت کنند. علاوه بر وب‌سایت، اپلیکیشن AMC هم از این امکان پشتیبانی می‌کند.

AMC همیشه یک شرکت نوآور بوده است. AMC اولین مجموعه سینمایی در آمریکا و از اولین سینماهایی بود که بلیت آنلاین ارائه دادند؛ بنابراین ورود زود هنگام این شرکت به بازار ارزهای دیجیتال در مقایسه با سایر شرکت‌های مشابه منطقی است. نکته قابل توجه در مورد AMC این است که به‌شدت به جریان‌های درآمدی جدید نیاز دارد؛ زیرا این شرکت در دوران پاندمی در آستانه ورشکستگی قرار گرفت. امید که پذیرش این فناوری جدید به رشد سهام این شرکت منجر شود.

تویچ

یکی دیگر از کسب‌وکارهای متعلق به آمازون که مشتاق استفاده از ارزهای دیجیتال است، پلتفرم انتشار ویدئو تویچ (Twitch) است. تویچ اولین بار در سال ۲۰۱۴ به کاربران اجازه پرداخت با رمز ارز را برای دریافت اشتراک و سایر خدمات ارائه داد. البته در این مدت پشتیبانی از پرداخت رمز ارزی را دو بار لغو کرد. اولین بار به این دلیل بود که یکی از شرکای پرداختی تویچ، از پشتیبانی بیت کوین دست کشید، اما پس از مدت

قابل درک است.

کوئیزنوس

ساندویچی زنجیره‌ای کوئیزنوس در سال ۲۰۲۱ همکاری خود را با پلتفرم بکت جهت افزودن قابلیت پرداخت با بیت کوین آغاز کرد. کاربران کوئیزنوس می‌توانند از طریق برنامه بکت در اماکن شهرهای معینی هزینه خرید خود را با بیت کوین بپردازند. کوئیزنوس یک پاداش هم برای استفاده از بکت و پرداخت با بیت کوین در نظر گرفته است. بدین صورت که کاربران پس از اولین پرداخت

بیت کوینی خود در بکت معادل ۱۵ دلار از کوئیزنوس بیت کوین هدیه می‌گیرند. این شرکت از دیگر اشکال فناوری بلاکچین نیز استقبال کرده و مجموعه‌ای از ان‌اف‌تی‌ها با عنوان سکه‌های ساندویچی ایجاد کرده است.

گیفت

با اینکه هنوز تمام شرکت‌ها قابلیت پرداخت با ارزهای دیجیتال را ندارند، اما یک راه برای خرید با ارزهای دیجیتال از هر خرده‌فروشی بزرگ در ایالات متحده وجود دارد. کارت هدیه گیفت از سال ۲۰۱۳



شماره ۲۹
مرداد ۱۴۰۱
سال دوم



بیت کوین ۱۰ هزار دلاری یا ۳۰ هزار دلاری؟

نظرسنجی بلومبرگ از ۹۵ سرمایه گذار رمزارزها داده‌های جالبی از آینده این بازار دارد

سرمایه‌گذاران در آن که همگی سرمایه‌گذار بیت کوین هستند، فکر می‌کنند که رمزارزها «به‌دردنخور» هستند! در بین سرمایه‌گذاران سازمانی اما ۱۸ درصد چنین عقیده‌ای داشتند. در بین سازمانی‌ها ۳۲ درصد گفته‌اند با اینکه به موضوع با ذهنی باز نگاه می‌کنند، اما کمی درباره رمزارزها بدبین هستند. نکته جالب توجه دیگر اینکه ۲۸ درصد پاسخ‌دهندگان اعتقاد دارند که رمزارزها آینده صنعت مالی هستند.

گذشته کمی سیگنال‌های امیدوارکننده‌ای از خود نشان داده، اما تا اینجا ۷۰ درصد از رکورد قیمتی خود در چند ماه گذشته عقب‌نشینی کرده است. یافته مهم این نظرسنجی این است که حدود ۶۰ درصد پاسخ‌دهندگان معتقدند که احتمال اینکه بیت کوین ۱۰ هزار دلاری شود، برای آنها بیشتر از این است که بیت کوین مجدداً به ۳۰ هزار دلار برگردد. یکی دیگر از نتایج این نظرسنجی این است که ۲۵ درصد

بلومبرگ یک نظرسنجی با حضور ۹۵۰ سرمایه‌گذار حوزه رمزارز انجام داده که نتایج آن قابل توجه از آب درآمده است؛ نظرسنجی‌ای که شامل دو دسته سرمایه‌گذاران سازمانی و سرمایه‌گذاران خرد است که همه آنها در سبد خود بیت کوین داشته‌اند. نتایج کار بخش تحقیقاتی بلومبرگ نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاران خرد به نسبت سازمانی‌ها، نگاه خوش‌بینانه‌تری به بازار و آینده قیمت بیت کوین دارند. در حالی که قیمت بیت کوین در هفته



ادامه از صفحه ۱۱

همکاری مجله تایم با سندباکس

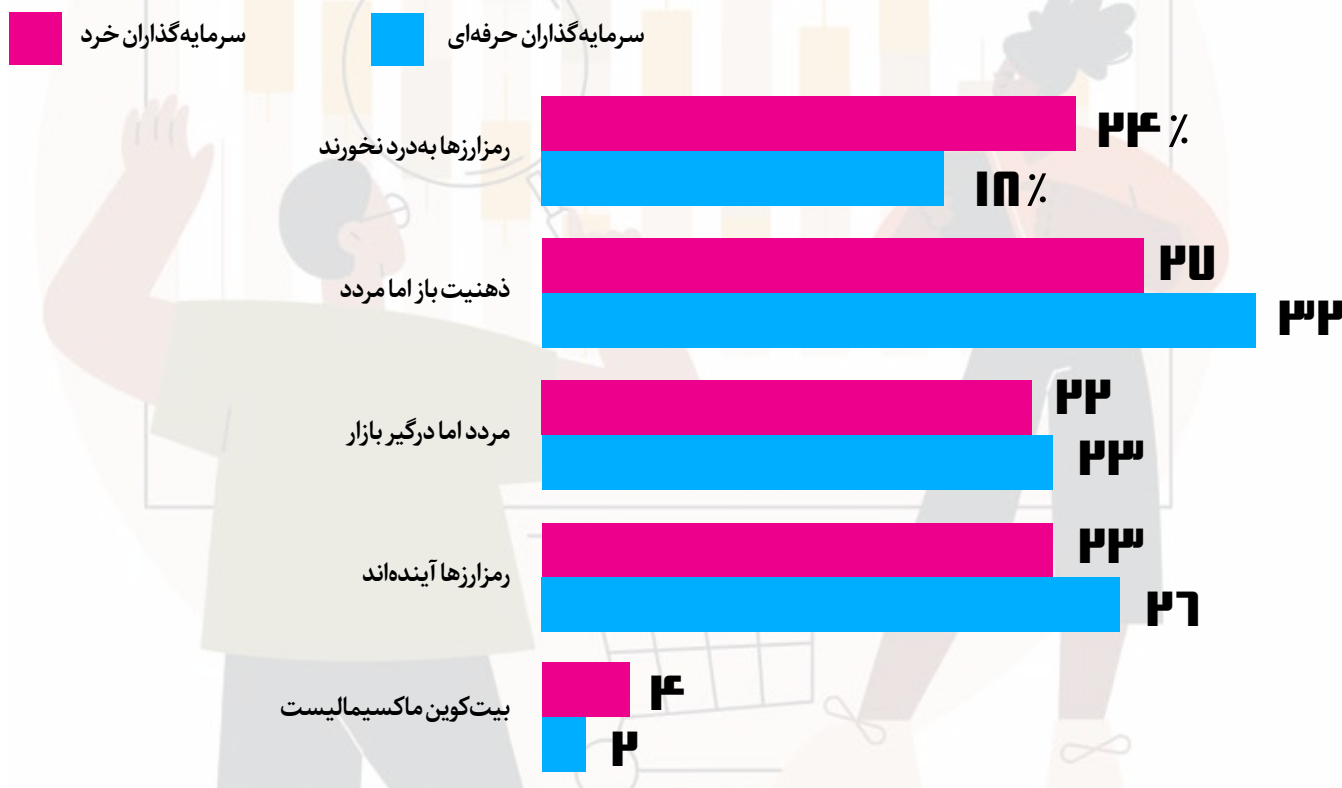
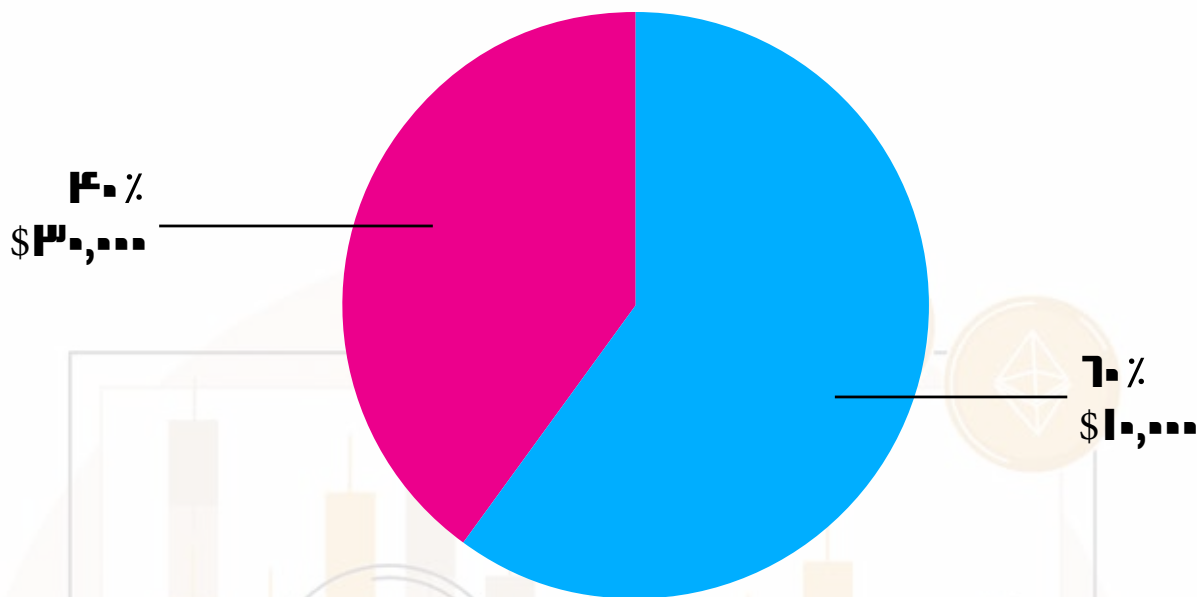
گروسمن به سی‌ان‌ان گفت: «این میمون‌های مودی را برای لحظه‌ای فراموش کنید. وقتی به چشم کلکسیون جمع کردن به این فضا نگاه نکنیم و روی بعد خلایقیت و هنری آن تمرکز کنیم، می‌فهمیم که توکن‌ها نه تنها وسیله‌ای برای تأیید مالکیت هستند، بلکه امتیازی برای شما محسوب می‌شوند که می‌توانید آنها را به فروش برسانید.» او می‌افزاید: «این بی‌ثباتی که در بازار می‌بینید، حاصل حرص و طمع در سیستم است. سیستمی که اکنون با آن روبه‌رو هستیم، نقدینگی ندارد و همین امر باعث می‌شود که مطابق با توقعات مردم پیش نمی‌رود.»

«ایوری آکیننی»، رئیس شرکت واینر ان‌اف‌تی گفت: «در دهه گذشته شاهد بودیم که ارزش‌های ایجاد شده در دنیای وب ۲، به جای سازندگان آنها به غول‌های فناوری تعلق گرفتند. بلاکچین اجازه می‌دهد تا روش‌های غیرمتمرکزتری برای پرداخت، تولید و پاداش وجود داشته باشد.» آکیننی در مصاحبه دیگری گفته بود: «هرگز زمانی بهتر از اکنون برای شرکت‌ها وجود نداشته است. در حال حاضر شرکت‌ها می‌توانند محصولی رایگان یا با قیمت بسیار پایین تولید کنند و از این طریق موانع قیمتی را از سر راه مصرف‌کنندگان بردارند.»

«متیو سوپیزی»، مدیر استراتژی بازار در سلزفورس و «مارک بنیوف»، شریک مؤسس و مدیرعامل سلزفورس گفته‌اند که سال ۲۰۲۲ سالی خواهد بود که «برندهای پیشگام، ان‌اف‌تی‌ها را به‌عنوان ابزار به کار خواهند گرفت» و به تایم به‌عنوان یک نمونه عالی در این زمینه اشاره کردند. برندهای بزرگ از هر صنعتی، از جمله کوکاکولا، مک‌دونالد، نایکی، گوچی و لیگ ملی فوتبال، ان‌اف‌تی‌ها را وارد طرح‌های بازاریابی خود کرده‌اند. بسیاری از تحلیلگران می‌گویند که حرکت تایم به سمت دنیای بلاکچین نویددهنده فرصت‌های خوبی در آینده است. «کایران وارویک»، یکی از بنیان‌گذاران بازی متاورس ایلوویوم، گفته است: «هرچه برندهای بزرگ‌تری را به وب ۳ ترغیب کنیم، سریع‌تر می‌توانیم به پذیرش انبوه دنیای وب ۳ برسیم. مشارکت با سندباکس برای هر کسب‌وکاری در این فضا اتفاق بزرگی است.»



شماره ۲۹
۲ مرداد ۱۴۰۱
سال دوم





آیشان واحی به برادر خود رانت اطلاعاتی داده بود

چرا مدیر محصول کوین بیس دستگیر شد؟

کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا همچنین ادعا کرد که واحی قوانین ضد کلاهبرداری آژانس را نقض کرده است.

«دامیان ویلیامز»، دادستان منهن در ایالات متحده در بیانیه‌ای در این خصوص گفت: «اتهامات مدیر محصول سابق کوین بیس یادآور این است که وب ۳ یک منطقه بدون قانون نیست.» او ادامه داد: «پیام ما با این اتهامات واضح است؛ کلاهبرداری، کلاهبرداری است، چه در بلاکچین رخ دهد و چه در وال استرییت.»

کوین بیس به آمریکایی‌ها امکان دادوستد بیش از ۱۵۰ توکن را می‌دهد که تعداد بسیاری از این توکن‌ها هم در ماه‌های اخیر اضافه شده‌اند. به دلیل جایگاه این پلتفرم به عنوان بزرگ‌ترین صرافی رمزارز ایالات متحده، ارزش‌های دیجیتال اغلب بلافاصله پس از قرار گرفتن در فهرست آن، محبوبیت زیادی در جهان پیدا می‌کنند.

طبق اعلام دولت ایالات متحده دو فردی که «آیشان واحی» اطلاعات محرمانه را به آنها لو داده بود، از این اطلاعات برای تجارت در دهه‌ها توکن حداقل از ژوئن ۲۰۲۱ تا آوریل ۲۰۲۲ استفاده و سودی بیش از یک میلیون دلار کسب کرده‌اند.

وکلا یکی از سه متهم این پرونده که در حال حاضر دستگیر شده، در بیانیه‌ای موکل خود را بی‌گناه دانسته و گفته است: «دادستان‌ها تلاش می‌کنند رفتار بی‌گناه را جرم‌انگاری کنند، زیرا به دنبال قربانی هستند؛ چراکه بسیاری از مردم اخیراً سرمایه‌های خود را در ارزش‌های دیجیتال از دست داده‌اند.»

طی چند ماه گذشته پرونده‌هایی که برای کلاهبرداری یا سوءاستفاده‌های مالی در فضای رمزارز و وب ۳ به راه افتاده، نشان می‌دهد که بر خلاف آنچه در روزهای آغازین این صنعت روبه‌رشد گفته می‌شد، عدم قانون‌پذیری در این حوزه اقتصادی بیشتر به یک افسانه می‌ماند. دستگیری برخی سارقان رمزارزی و حالا دستگیری و ردیابی کلاهبرداران و سوءاستفاده‌کنندگانی که در ماه‌ها و بعضاً سال‌های گذشته اقدامات مجرمانه انجام داده‌اند، نشان از امکان‌ها و مسیرهای مقابله با جرم در حوزه رمزارزها دارد.

در آخرین مورد دستگیری یکی از مدیران ارشد معروف ترین صرافی رمزارز دنیا یعنی کوین بیس، آن هم به دلیل درز اطلاعات در یک دوره خاص و سوءاستفاده از موقعیت خود، اگرچه برای صرافی بحران‌زده کوین بیس خبر خوبی نبود، اما برای کسانی که دغدغه رگولاتوری و تنظیم‌گری و نظارت بر این فضا دارند، خوشحال‌کننده بوده است.

دادستان‌های فدرال منهن در جریان اولین پرونده خود در خصوص تجارت داخلی ارز دیجیتال، «آیشان واحی» مدیر محصول سابق کوین بیس را به افشای اطلاعات متهم و ادعا کرده‌اند که این فرد اطلاعات محرمانه‌ای را در اختیار برادر خود و فرد دیگری قرار داده تا آنها توکن‌ها را درست قبل از فهرست شدن در صرافی خریداری کنند.

به گزارش بلومبرگ، «آیشان واحی» روز پنجشنبه گذشته به دنبال تحقیقات گسترده در منطقه جنوبی نیویورک و کمیسیون بورس و اوراق بهادار دستگیر شد.



شماره ۲۹
۲۳ مرداد ۱۴۰۱
سال دوم



وقتی همه فرار کردند آلن هوارد ماند!

میلیارد بریتانیایی با وجود رکود بازار دست از سرمایه‌گذاری نمی‌کشد

ارزیابی کرده است. بر اساس گزارش فایننشال تایمز، در فهرست سرمایه‌گذاری‌های کریپتویی هوارد چند اسم بیشتر از همه کلیدی هستند؛ از جمله نرم‌افزار ارزش‌های دیجیتالی الوود، استارت‌آپ وب ان گروپ (WebN Group) و کورمونت. از سرمایه‌گذاری‌های هوارد در سال گذشته نیز می‌توان به صرافی ارز دیجیتال بولیش، شرکت فین‌تکی بتل‌پی، استارت‌آپ کوماینو و استارت‌آپ بلاکچینی حریم خصوصی آبرون فیش اشاره کرد. یک مدیر کسب‌وکار کریپتویی که قبلاً با هوارد کار می‌کرده، گفته است که چشم‌انداز این میلیارد بلندمدت و حداقل ۱۰ تا ۱۵ ساله است. به همین علت است که وقتی در سال ۲۰۱۸ بازار اوضاع خوبی نداشت و همه از آن فرار کردند، هوارد به سمت آن هجوم برد.

بر اساس یک منبع خبری شرکت براون هوارد در حال اجرا کردن برنامه بزرگی برای ارزش‌های دیجیتال است. بر اساس آخرین گزارش‌ها، دارایی این شرکت ۲۳ میلیارد دلار ارزیابی شده است. هوارد پیش‌تر مدیر عامل براون هوارد بود، اما با واگذاری این سمت در سال ۲۰۱۹ کم‌کم از مدیریت صندوق کناره گرفت، البته همچنان شرکت را کنترل می‌کند. رکود اخیر بازار به عقب‌افتادن سرمایه‌گذاری‌ها انجامید، اما بازیگرانی چون آلن که دید بلندمدتی به این فضا دارند، نگران نیستند و به کار خود ادامه می‌دهند. «کریس مک کان» یکی از شرکای «ریس کپیتال» و حامی اف‌تی‌ایکس گفته است که بدترین زمان‌ها در بازار معمولاً بهترین زمان برای سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر است.

«آلن هوارد»، آلن هوارد، یک میلیارد بریتانیایی مدیر صندوق تأمیینی و یکی از بنیان‌گذاران Brevan Howard Asset Management LLP است. او همچنین یکی از سرمایه‌گذاران بزرگ رمزارزهاست. هوارد حتی در این آشفتگی‌های بازار هم از سرمایه‌گذاری دست‌نکشیده است. در اواسط ماه ژوئن او در یک دور سرمایه‌گذاری ۱۰/۳ میلیون دلاری روی یک برند کریپتویی که در مرحله پیش‌بازاری بود، شرکت کرد. شرکت در چنین سرمایه‌گذاری بزرگی، آن هم پس از سقوط ترا، قابل توجه است. البته هوارد متوقف نشد و در یک دور سرمایه‌گذاری ۱۱ میلیون دلاری دیگر نیز شرکت کرد. این سرمایه‌گذاری روی یک استارت‌آپ متاورسی به نام «آتموس‌لیز» انجام شد.

هوارد در مجموع در ۴۰ پروژه کریپتویی از جمله اف‌تی‌ایکس، بیت‌پاندا، پلی‌گان، لندن و بلاک‌وان سرمایه‌گذاری کرده است. او از ابتدای سال ۲۰۲۲ تاکنون روی ۱۳ پروژه کریپتویی سرمایه‌گذاری کرده است. صندوق پوشش ریسک «براون هوارد»، سال گذشته شروع به تجارت ارزش‌های دیجیتال کرد. البته آلن چندین سال است که ثروت شخصی خود را در دارایی‌های دیجیتال سرمایه‌گذاری می‌کند. اولین سرمایه‌گذاری او که سرودای زیادی هم به پا کرد، در کارگزاری‌های آنلاین اروپا در سال ۲۰۱۶ بود.

وال استرییت ژورنال در ماه مارس گزارش داد که هوارد برای محافظت در برابر تورم، رمزارز خریداری کرده، اما مشخص نیست که از کدام دارایی چه مقدار خریده است. ظاهراً او می‌خواهد در هر بخشی از صنعت کریپتو مشارکت داشته باشد. فوربس ثروت شخصی هوارد را ۳/۲ میلیارد دلار



رمزارز ۲۰



مکانیسم اجماع	ارزش	نوع	بازدهی (هفته)	ارزش بازار (میلیارد دلار)	قیمت (تومان)	نماد	دارایی	نماد	رتبه
اثبات کار	طلای دیجیتال	ارز	٪ ۸٫۲	۴۲۶٫۱۵	۷۲۵٫۸۴ میلیون	BTC	بیت کوین		۱
اثبات کار	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	٪ ۲۶٫۵۶	۱۸۵٫۲۹	۴۹٫۴۶ میلیون	ETH	اتریوم		۲
-	پول نقد دیجیتال	استیبل کوین	٪ ۰٫۰۳	۶۵٫۸۵	۳۲٫۵۶ هزار	USDT	تتر		۳
-	پول نقد دیجیتال	استیبل کوین	٪ ۰٫۰۲	۵۵٫۰۱	۳۲٫۵۸ هزار	USDC	یواس‌دی کوین		۴
قابل سفارشی‌سازی	پرداخت	ارز	٪ ۴٫۰۷	۱۷٫۱	۱۱٫۵ هزار	XRP	ریپل		۵
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	٪ ۱۰٫۰۸	۱۶٫۱۷	۱۵٫۶ هزار	ADA	کاردانو		۶
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	٪ ۸٫۸۶	۱۳٫۸۶	۱٫۳ میلیون	SOL	سولانا		۷
قابل سفارشی‌سازی	پرداخت	ارز	٪ ۳٫۴۷	۲٫۷۹	۳٫۶ هزار	XLM	استلار		۸
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	٪ ۹٫۰۷	۷٫۱۳	۲۳۶٫۲۳ هزار	DOT	پولکادات		۹
اثبات کار	میم کوین	ارز	٪ ۷٫۷۲	۸٫۹	۲٫۱۸ هزار	DOGE	دوج کوین		۱۰
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	٪ ۲۳٫۵	۶٫۶۹	۷۶۵٫۳۷ هزار	AVAX	آوالانچ		۱۱
-	شبکه اوراکل	پلتفرم نرم‌افزاری	٪ ۸٫۸۵	۳٫۱۴	۲۱۹٫۷ هزار	LINK	چین لینک		۱۲
اثبات کار	میم کوین	ارز	٪ ۸٫۲۷	۶٫۳۱	۳۷۵ ریال	SHIB	شیبا اینو		۱۳
اثبات سهام	شبکه لایه ۲	توکن کاربردی	٪ ۲۱٫۲۲	۶٫۶۹	۲۷٫۲ هزار	MATIC	پلی گان		۱۴
-	-	-	٪ ۸٫۳۴	۳۶۷٫۳۷ میلیون	۱٫۷ هزار	GALA	گالا		۱۵
اثبات سهام	اپلیکیشن‌های بین‌زنجیره‌ای	پلتفرم نرم‌افزاری	٪ ۱۳٫۸۵	۲٫۸۸	۳۲۷٫۶ هزار	ATOM	کازموس		۱۶
-	-	توکن کاربردی	٪ ۱۸٫۷۶	۱٫۸۱	۳۲٫۱۸ هزار	MANA	دیسنترالند		۱۷
-	-	توکن کاربردی	٪ ۷٫۸۶	۵۳۱٫۹ میلیون	۱۳٫۰۸ هزار	LRC	لوپرینگ		۱۸
اثبات سهام	صدور استیبل کوین	توکن کاربردی	٪ ۵	۶۴۰٫۴۸ میلیون	۳٫۱۶ تومان	LUNC	لونا کلاسیک		۱۹