

بررسی علاقه مندی های شغلی  
در سه نسل ایکس، هزاره وزد  
که نتایج جالبی دارد  
**نسل زد؛ علاقه مند  
به اثرگذاری**

# کارنا

W E E K L Y M A G A Z I N E

۶۲




## دنیای فینگر فود

گفتگو با ناهید ترابی خالق  
«آرتیشو» درباره خلق یک برند



## دستیار هوشمند معاملات

گفتگو با مجتبی صفری، مدیر عامل بایتیکل  
از استارت‌آپ‌های پورتفولیوی دیجی‌نکست



خبر  
NEWS

### بیمه مرکزی قتلگاه استارت‌آپ‌ها نشود!

هشدار فین تکی‌ها

۲



گزارش  
REPORT

### بورس بازی به سبک کاریزما

نگاهی به بیلبوردهای  
شهری یک شرکت:  
آیا بورس دیگر  
واقعا ضرر ندارد؟

۱۵



خبر  
NEWS

### رشد ۱۳۴ درصدی رپرتاژ آگهی

نگاهی به گزارش سال  
۱۴۰۰ تریبون

۵



تحلیل  
ANALYSIS

### ادمین اینستاگرام اتحادیه کیست؟!

اعتراض به یک پست

۲



### اولویت ما هم‌افزایی است

گفت‌وگو با هومن مسگری  
معاون مشارکت‌ها و  
سرمایه‌گذاری‌های داتین



### در ابتدای راه لجستیک مدرن هستیم



## اعتراض شدید چهره‌های کسب و کاری به یک پست اینستاگرامی که مشخصاً حمله به دیجی کالا بود ادمین اینستاگرام اتحادیه کیست!؟

رئیس اتحادیه کسب و کارهای مجازی که مدت‌ها بود تکلیف ریاست آن با استعفای حمید محمدی بلاتکلیف مانده بود، فعلاً موقتاً تغییر کرده است؛ تغییری که به نظر می‌رسید تا برگزاری انتخابات آن مه‌تواند و باید برای کسب و کارهای آنلاینی که این روزها رسیدگی به کارهایشان در اتحادیه معطل مانده بود، خبری خوب باشد. اما یک پست اینستاگرامی، آن هم در صفحه رسمی اتحادیه بار دیگر تشتت و اختلاف نظرات را جایگزین مسیر درست همدلی کرد.

پستی که در آن از اسنپ به دلیل حذف آیت‌های مرتبط با دخانیات تقدیر شده و از دیجی کالا به دلیل آنچه ادعا شده قانون‌گریزی در این مورد بوده، انتقادی تند. سخت می‌توان انتشار این پست را درست در روز آغاز به کار فعالیت رئیس جدید، تصادفی دانست. از سر عمد یا شیطنت یا تلاش برای به چالش کشیدن یکی از بزرگ‌ترین بازیگران تجارت الکترونیک کشور، هرچه بوده باشد این اقدامی است ناشیانه و در جهت عکس آن چیزی است که این اتحادیه این روزها به آن نیاز دارد. از مدیرعامل اسنپ تا مدیرعامل تپسی (که هر دو از قضا در رقابت برای ورود به این اتحادیه از طریق انتخابات آتی هستند)، بسیاری این حرکت را محکوم کردند. محمد خلیج، مدیرعامل اسنپ خواهان آن شده زودتر انتخابات برگزار شود تا مسیر درست‌تری برای اتحادیه در پیش گرفته شود و میلاد منشی‌پور، مدیرعامل تپسی هم از



رضا جمیلی  
سردبیر  
@rezajamili

این حرکت دوری جسته و آن را مضموم دانسته است. درست است که در سال‌های اخیر نقدهای جدی‌ای به عملکرد و شیوه مدیریت این نهاد صنفی وارد بوده، اما تبدیل آن به جایی برای تسویه حساب‌های شخصی و پیش بردن منویات رقابتی کسب و کارها با یکدیگر، عارضه بدتری است که می‌تواند دامن آن را بگیرد. آن پست اینستاگرامی اگرچه یک پست ساده بود، اما پیام آن عدم پختگی و بلوغ در یک نهاد صنفی است که اگر بر سبیل درستی حرکت کرده بود، این روزها باید در اوج بلوغ و تأثیرگذاری می‌بود؛ نه جایی برای نیش و کنایه‌های کسب و کارهایی که با یکدیگر رقابت دارند.

گم‌شده اصلی اکوسیستم نوآوری کشور دیگر نه نوپا بودن کسب و کارهای آن، بلکه نوپا بودن و کم‌تجربه بودن فعالیت صنفی با رعایت منافع جمعی است. چیزی که نیما قاضی که این روزها در انجمن کسب و کارهای الکترونیکی اتاق بازرگانی تهران فعالیت دارد، به درستی به آن اشاره کرده بود. درست از این شکاف صنفی است که دولتی‌ها و شبه‌خصوصی‌ها راه نفوذ و ورود و مداخله‌گری پیدا می‌کنند و کلیت یک فضا را به سمت و سویی می‌برند که جز خسارت چیزی در پی ندارد. این خطر نه تنها در اتحادیه، بلکه در بسیاری از اکوسیستم‌های تخصصی‌تر این بخش از اقتصاد کشور مانند رمزارزها هم وجود دارد. یعنی تلاش‌ها و تفکرات و اگرایی که جز منافع محدود شخصی یا جمع قلیلی از کسب و کارها؛ منافع همگرا و بلندمدت را نادیده می‌گیرند.

## دادگاه به دلیل پلتفرم بودن این استارتاپ شکایت وزارت بهداشت را وارد ندانست رأی دادگاه به نفع مدیرعامل هومکا شد

استارتاپ هومکا و مدیرعامل آن که در پی شکایت وزارت بهداشت به دادگاه فراخوانده شده بودند، در جلسه رسیدگی به این شکایت تبرئه شدند. احمد طاهرخانی، بنیان‌گذار و مدیرعامل این کسب و کار گفته بعد از تشکیل جلسه رسیدگی به پرونده شکایت معاونت درمان دانشگاه علوم پزشکی ایران از مدیرعامل استارتاپ هومکا، با توجه به اینکه هومکا پلتفرمی است که کاربران، پرستاران و کارشناسان علوم آزمایشگاهی دارای مدارک معتبر و آزمایشگاه‌های دارای مجوز را به هم متصل می‌کند و یک مؤسسه پزشکی نیست، دادگاه او را تبرئه کرده است.



احمد طاهرخانی در این مورد گفت: «هومکا به عنوان استارتاپی که برنامه بلندمدت برای فعالیت در حوزه سلامت دیجیتال دارد، آگاه است که این حوزه نوپدید در کشور به آیین‌نامه‌ها و قوانین جدیدی نیاز دارد. به همین دلیل، هومکا در تلاش است با همکاری فعالان حوزه سلامت دیجیتال و قانون‌گذاران این حوزه آیین‌نامه‌های متناسب با نوع فعالیت کسب و کارهای این حوزه را تنظیم و تصویب کند.» شکایت از استارتاپ‌های حوزه سلامت و محدودسازی آنها در سال‌های گذشته مهم‌ترین مانع رشد و جذب سرمایه در بین این کسب و کارها بوده است.

## اعتراض انجمن فین تک به روند تقابلی نهاد ناظر بیمه مرکزی قتلگاه استارتاپ‌ها نشود!

انجمن فین تک ایران در بیانیه‌ای رسمی در رابطه با خبر راه‌اندازی قریب‌الوقوع سوئیچ بیمه مرکزی واکنش نشان داد. در بیانیه فعالان انجمن فین تک ایران که با عنوان «بیمه مرکزی را قتلگاه استارتاپ‌ها نکنید» منتشر شده، از موضع‌گیری‌های خاص مدیران ارشد بیمه مرکزی طی روزهای گذشته نسبت به مسئله سوئیچ بیمه ابراز نگرانی شده است.

طی روزهای گذشته خبرهای پراکنده‌ای از سمت مرکز فناوری اطلاعات بیمه مرکزی به گوش می‌رسید که با وجود واگذاری اختیار تصمیم‌گیری در رابطه با سرنوشت سامانه آمیتیس به کارگروه اقتصاد دیجیتال و پیش از اعلام رسمی نظر این کارگروه، سوئیچ بیمه را خط قرمز نهاد ناظر و لازم‌الاجرا عنوان کرد و همکاری شرکت‌های بیمه با استارتاپ‌هایی که هنوز به استفاده از این سامانه تن نداده‌اند، غیرقانونی و ممنوع اعلام شد.

در بیانیه رسمی انجمن فین تک آمده است: «با توجه به نتایج جلسات فیما بین مدیران ارشد بیمه مرکزی، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و مدیران استارتاپ‌های دانش‌بنیان بیمه، قرار شد جلسات بررسی آیین‌نامه فعالیت کارگزاران برخط مرتباً برگزار شده و پیگیری موضوعات در فرایندهای تخصصی و کارشناسی انجام شود، اما شاهد آن هستیم که برخی مدیران بیمه مرکزی (از جمله رئیس محترم مرکز فاوای بیمه مرکزی) علیرغم توافقات و تصمیماتی که در کمیته کارگروه گرفته شده، در حال راه‌اندازی خاموش سوئیچ هستند و به جای بهره‌گیری از نظرات فعالان این عرصه به دنبال فضا سازی رسانه‌ای رفته و در مصاحبه‌های متعدد اتهامات مختلفی را به استارتاپ‌های دانش‌بنیان بیمه وارد کرده و پیرو آن شاهد انتشار چندین بیانیه از سوی برخی نمایندگان صنعت بیمه در مقابل با جریان نوآوری در این صنعت هم هستیم.»



شماره ۶۲  
۳۰ مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم



شماره ۶۲ | ۳۰ مرداد ۱۴۰۱ | سال دوم | کارنگ؛ هفته‌نامه اقتصاد نوآوری ایران

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مینا والی  
سردبیر: رضا جمیلی

مدیر هنری: روح‌اله گیتی‌نژاد  
مدیر فنی: علیرضا کیوان  
صفحه‌آرا: بهناز سعیدی  
عکس: حامد کریم‌زاده، نسیم اعتمادی، 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

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



# کارنامه یک ساله عیسی؛ نارضایتی مردم و کسب و کارها از سرعت اینترنت



از محدود وزاری دولت سیزدهم است که عملکردش هم توسط خودی ها و هم مردم و هم کسب و کارها به شدت زیر سؤال است. وزیر که میراث دار یکی از وزارتخانه های سخت شده بود، فکرش را هم نمی کرد ظرف کمتر از یک سال این حجم از انتقادات نصیب او شود. عیسی زارع پور که همین هفته گذشته گزارش عملکرد یک ساله اش منتشر شده، جای جواد جهرمی ای نشست که فارغ از عملکردش در حوزه آی تی، شیر اینترنت را تا جایی که توانسته بود به روی مردم و کسب و کارها باز کرده بود. گشایشی که این روزها چماقی شده بر سر کارنامه یک ساله زارع پور که با وجود ادعایش درباره بهتر شدن اوضاع اینترنت در گزارش یک ساله ای که منتشر کرده، افکار عمومی از یک سو، کسب و کارها از سوی دیگر و کارشناسان و صاحب نظران هم از همه طرف عملکرد او را به خصوص در حوزه اینترنت به شدت زیر سؤال برده اند.

خبرها و طرح های بد برای اقتصاد و زندگی آنلایین، همه و همه نمرات منفی بزرگی در کارنامه زارع پور ثبت کرده اند. حاشیه های دیدارش از روسیه و انتصاب مدیران ضعیف در بدنه وزارتخانه هم مزید بر علت شده تا یکی از امیدهای کابینه در روزهای ابتدایی دولت حالا به یکی از پاشنه آشیل های آن تبدیل شود.

زارع پور و وزارت ارتباطات یکی از بدترین نمرات را در بین وزرا و بخش های مختلف دولت ابراهیم رئیسی می گیرند. از آتش سوزی ها و اختلال های متناوب شبکه های ثابت و همراه اینترنت در این یک سال تا



شماره ۶۲  
۳۰ مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم

## با حمایت داتین برگزار می شود همایشی درباره معماری میکروسرویس

همایش معماری میکروسرویس از افسانه تا واقعیت روز پنجشنبه سوم شهریورماه، با حمایت داتین برگزار می شود. معماری میکروسرویس، به دنبال ارائه سرویس های نرم افزاری مستقلی است که کارکردهای تجاری خاصی را در یک اپلیکیشن ارائه دهند. سرویس هایی که با یکدیگر همکاری دارند، به صورت مستقل از هم نگهداری می کنند و بر کارکرد یکدیگر نظارت دارند. باتوجه به استفاده این شرکت از معماری میکروسرویس، علیرضا ارومند، مدیر محصول راهکارهای بیمه گری مدرن داتین در این همایش به ارائه موضوعاتی نظیر چیسیتی و چرایی میکروسرویس، آشنایی با Service Discovery و... می پردازد. این همایش سوم شهریورماه از ساعت ۱۱ در سالن دکتر تورانی دانشگاه الزهرا برگزار می شود. مخاطبان این رویداد، برنامه نویسان و کارشناسان توسعه نرم افزار، مدیران و مالکان محصول و علاقه مندان به حوزه توسعه نرم افزار هستند.



بازرسی. بعد از اخذ آرا، ۳۰ برگه رأی در هر یک از بخش های بازرسی و هیئت مدیره جمع آوری شد که در نهایت بر اساس آرای شمارش شده، محمدجواد شکوری (فیلمو)، علی سرتیپی (فیلم نت)، محمدجعفر نعنانه کار (آیو)، سعید رسول اف (چارخونه) و محمد صراف (پلان) به عنوان

## ایران هوشمند در پرتو فناوری اطلاعات و دانش سیزدهمین کنفرانس بین المللی فناوری اطلاعات و دانش برگزار می شود

سیزدهمین کنفرانس بین المللی فناوری اطلاعات و دانش از تاریخ ۲۹ آذرماه الی ۱ دی ماه ۱۴۰۱ به میزبانی دانشگاه خوارزمی و با مشارکت انجمن فناوری اطلاعات و ارتباطات ایران برگزار می شود. مهم ترین اهداف این کنفرانس، رشد و توسعه دانش و فناوری اطلاعات و انتقال آخرین تجارب و دستاوردهای پژوهشی و صنعتی است. در این راستا تمامی پژوهشگران، محققان، دانشگاهیان و صنعتگران می توانند در این کنفرانس مشارکت کنند و با ارسال جدیدترین مقالات و دستاوردهای خود در ایجاد اثربخشی مضاعف در راستای اهداف متعالی این کنفرانس سهیم باشند. محورهای کنفرانس فناوری های تحول آفرین، اقتصاد بر پایه زیرساخت دیجیتال، دولت دیجیتال، مصرف دیجیتال و کسب و کار دیجیتال است. آخرین مهلت ارسال مقالات ۳۰ مهر و اعلام نتایج مقالات ۱ آذر ۱۴۰۱ است و همچنین زمان انتشار نسخه نهایی آن ۱۵ آذرماه خواهد بود.

## رأی گیری هیئت مدیره انجمن صنفی VOD ها مشخص شد

## ترکیب جدید هیئت مدیره

ظهور روز چهارشنبه ۲۶ مرداد ۱۴۰۱ اکثریت اعضای انجمن صنفی VOD ها با حضور در تالار شهناز خانه هنرمندان به مجمع عمومی رسمیت بخشیدند. در این مجمع بر اساس دستور جلسه که از پیش تعیین شده بود، ابتدا گزارش عملکرد یکساله انجمن از سوی محمد مهدی عسگری پور، دبیر انجمن ارائه شد. او در سخنان خود با اشاره به اهمیت همگرایی و دور هم آمدن اعضا برای دستیابی به



## تپسی

مجاز افزایش سرمایه تپسی  
تپسی موفق به اخذ مجوز  
افزایش سرمایه ۱۱۰ درصدی از محل  
آورده نقدی سهامداران شد. مبلغ  
افزایش سرمایه ۱۲۹ میلیارد تومان است.



تفاهم نامه ایرانسل و تاکسیرانی  
اتحادیه تاکسیرانی های شهری  
کشور و ایرانسل، با هدف تحقق تحول  
دیجیتال در صنعت حمل و نقل،  
تفاهم نامه ای با تمرکز بر ارائه سیستم  
بی سیم ایرانسل «واکه» امضا کردند.



مرضیه امیری بین برگزیدگان  
برگزیدگان اولین رویداد  
برترین گزارش سال انجمن صنفی  
روزنامه نگاران تهران معرفی شدند.  
مرضیه امیری، خبرنگار راه پرداخت  
نیز با گزارش «پول بده، رئیس جمهور  
شو» شایسته تقدیر اعلام شد.



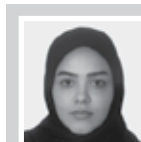
ثبت نام وی سی کاپ شریف  
برای حضور در وی سی کاپ  
شریف، علاقه مندان تا ۳۰ مردادماه  
فرصت دارند تا در وبسایت این رویداد  
ثبت نام کنند.



توسط پهپادهای یک  
شرکت کانادایی  
صورت می گیرد

## حمل و نقل محموله های پرریسک در مناطق دورافتاده

شرکت کانادایی دران دلیوری، از تصویب و اجرای حمل و نقل موفق کالاهای پرریسک به مناطق دورافتاده توسط پهپادهای همین شرکت برای محموله های پزشکی دانشگاه بریتیش کلمبیا واقع در کانادا بر اساس طرحی به نام ابتکار عمل حمل و نقل پهپادها که متعلق به همین دانشگاه است، خبر می دهد. در این برنامه، از دو نوع پهپاد پیشرفته برای یک مسیر پروازی تحویل بار دوطرفه نام برده شده و همین طور



نگین نظری



Neginnazari29@gmail.com



شماره ۶۲  
۳۰ مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم



عکس: پریا امیرحاجلو

# در ابتدای راه لجستیک مدرن هستیم



گفت و گو با محمدرضا قادری، رئیس مرکز نوآوری پست درباره نگاه این شرکت به مسئله نوآوری و همکاری هایی که با استارت آپ های حوزه لجستیک دارد

ورود شرکت ملی پست به حوزه تجارت الکترونیک، فرایندی است که از حدود سه سال پیش آغاز شده و از مهرماه ۱۴۰۰ با ایجاد مرکز نوآوری پست، به طور متمرکزتری به فعالیت های خود ادامه می دهد.

مرکز نوآوری پست برای شرکت ملی پست فرصتی ایجاد کرده تا این شرکت بتواند به زیست بوم نوآوری در حوزه پست و تجارت الکترونیک و لجستیک پیشرفته وارد شود. این مرکز در ابتدا، کار خود را با پنج شعبه در شهرهای تهران، مشهد، اصفهان، یزد و گلستان آغاز کرد و با هشت شرکت شتاب دهنده تخصصی کار خود را پیش برد و اکنون بیش از ۸۰ شتاب دهنده و استارت آپ عضو این مرکز هستند که از این ۸۰ شرکت، ۳۵ شرکت ماهیت شتاب دهنده دارند و ۴۵ شرکت نیز استارت آپ های مستقل هستند. اکنون تعداد شعب این مرکز به بیش از ۱۰ شعبه در کل کشور رسیده و شعب جدیدی نیز در حال تأسیس است. آنچه در پی می آید، گفت و گوی ما با دکتر محمدرضا قادری، عضو هیئت مدیره پست و رئیس مرکز نوآوری این شرکت است.

◀◀ مرکز نوآوری شرکت ملی پست با چه هدفی تأسیس شد؟

شرکت ملی پست جمهوری اسلامی ایران با ارسال روزانه بیش از یک میلیون مرسوله و پاکات در سطح کشور و کسب درآمد بیش از ۲۶۰۰ میلیارد تومان در سال گذشته (قبل از افزایش تعرفه های پستی)، از سه سال پیش ضرورت ورود به زیست بوم نوآوری در حوزه پست و تجارت الکترونیک و لجستیک پیشرفته را احساس می کرد و با وجود زیرساخت های گسترده ای که شامل ۱۱۰۰ دفتر اصلی، ۸۰۰۰ دفتر نمایندگی، بیش

از ۱۵ هزار کارمند، ۱۵ هزار پیمانکار، بیش از ۳٫۲ میلیون متر مربع زمین و ۱۵۰۰ ناوگان حمل و نقل سبک، سنگین و نیمه سنگین می شد، به حوزه های دیگری از پست سنتی نفوذ کرده است. تا اینکه مرکز نوآوری پست را با هدف توسعه خدمات شرکت ملی پست در راستای توسعه کسب و کارها و ایجاد نوآوری و هوشمندسازی در این شرکت تأسیس کرد.

◀◀ تأسیس مرکز نوآوری پست بر چه اساسی ایجاد شد؟

واقعیت این است که در دنیای امروز تنوع سلیقه مشتریان بالا رفته و مشتریان نیاز دارند به صورت شخصی سازی شده سرویس های پستی را دریافت کنند. برآوردن این حجم از نیاز کار این شرکت نیست. شرکت پست شرکتی است که سرمایه و دفاتر زیادی در اختیار دارد و کمتر مجموعه ای این امکانات را دارد. اما وقتی بحث نوآوری و پاسخگویی به این همه سلیقه و ارائه بیش از ۱۰۰ سرویس پیش می آید، پی می بریم انجام این کار از عهده یک مجموعه بزرگ و بالغ بر نمی آید که خودش به تنهایی آنها را پیاده سازی کند.



نگاهی به گزارش سال ۱۴۰۰ تریبون

## رشد ۱۳۴ درصدی رپرتاژ آگهی

داخل سایت رسانه، به روز بودن مطالب، داشتن اعتبار دامنه بیش از ۵ درصد و داشتن اسپم اسکور متناسب با اعتبار دامنه عنوان شده است. در بین رسانه‌های تریبون، بیشترین سهم را خبرگزاری‌ها و رسانه‌های سبک زندگی و مد (۴۰ درصد) در اختیار داشته‌اند. بنا بر این گزارش، میانگین درآمد ماهانه رسانه‌ها از طریق تریبون در سال ۱۴۰۰ حدود پنج میلیون تومان بوده که این رقم نسبت به سال پیش از آن ۵۰ درصد افزایش داشته است. همچنین ۹۵ درصد از رسانه‌های مورد تأیید تریبون حداقل یک رپرتاژ آگهی در سال گذشته منتشر کرده‌اند. محبوب‌ترین رسانه‌های تریبون به ترتیب خبرگزاری ایلنا، خبرگزاری الف و خبرگزاری تسنیم بوده‌اند که هر کدام بیش از هزار رپرتاژ آگهی را در سال گذشته منتشر کرده‌اند.

### نگاهی به آمار رپرتاژ آگهی‌ها

بنا به گفته تریبون، در زمستان سال گذشته بیشترین تعداد رپرتاژ آگهی توسط آنها منتشر شده است. هر رسانه‌ای که در تریبون فعالیت دارد، بر اساس قوانینی که وضع کرده، می‌تواند محتوای رپرتاژ آگهی را رد یا تأیید کند. در سال ۱۴۰۰، ۳/۳ رپرتاژ آگهی‌های تریبون توسط رسانه‌ها رد شده‌اند که ۴۰ درصد از آنها بعد از ویرایش، تأیید و منتشر شده‌اند. پرتکرارترین دلیل رد رپرتاژ آگهی‌ها مورد تأیید نبودن موضوع محتوا عنوان شده است. نردبون در تیرماه ۱۴۰۰ با ارائه ابزار رصد کلمات کلیدی کار خود را آغاز کرد. در اواخر سال گذشته نیز، دومین ابزار نردبون با نام پایشگر سلامت رپرتاژ آگهی معرفی شد. این ابزار برای بررسی لینک و وضعیت ایندکس شدن رپرتاژ آگهی‌ها در اختیار کسب و کارها قرار گرفته تا از صحت انتشار آسوده‌خاطر باشند.

در کلمات پروژه‌های ابزار رصد کلمات کلیدی نردبون، رقابت تنگاتنگی میان حوزه‌های دیجیتال مارکتینگ و گردشگری وجود دارد. «طراحی سایت» و «بلیط هواپیما» پرتکرارترین کلماتی هستند که برای بررسی در این ابزار وارد شده‌اند. در بهمن ماه سال گذشته تریبون توانست مدرک دانش بنیان نوع یک را دریافت کند. به همین دلیل پروژه مسئولیت اجتماعی خود را نیز در همین راستا تعریف کرد و طرح «آموزش رایگان» را آغاز کرد. در این دوره‌ها تریبون، دانش متخصصان دیجیتال مارکتینگ، سنو و روابط عمومی را در اختیار علاقه‌مندان قرار داده است. در همین راستا اولین دوره آموزش سنو و تولید محتوا در تریبون برای افراد توان‌یاب جسمی - حرکتی با همکاری مجتمع نیکوکاری رعد برگزار شد. ورودی این دوره ۱۷ نفر بود که از این تعداد پنج نفر به عنوان تولیدکننده محتوا با تریبون شروع به همکاری کردند.

در اسفندماه سال ۹۷ به دنبال گسترش فعالیت‌های مجموعه یکتانت در فضای تبلیغات آنلاین، ایده تریبون با دغدغه ایجاد بستری سازنده برای رشد همزمان رسانه‌های کشور، کسب و کارهای آنلاین و پیشرفت محتوای فارسی در بستر وب مطرح شد. در سال ۹۸، ایده تریبون تکمیل شد و در مهرماه همان سال فعالیت آن با تمرکز بر توسعه پلتفرم انتشار رپرتاژ آگهی به صورت رسمی آغاز شد. تریبون، به عنوان پلتفرم پیشگام رپرتاژ آگهی و ابزارهای هوشمند سنو، به‌تازگی گزارش سال ۱۴۰۰ خود را منتشر کرده است.

### بودجه رپرتاژ آگهی کجا بیشتر است؟

تریبون که در سال گذشته، سرویس‌های «بک لینک»، «لینک پرومکس»، «تولید محتوا»، «ابزار رصد جایگاه کلمات کلیدی»، «پایشگر سلامت رپرتاژ آگهی» و «باشگاه مشتریان» را به مجموعه خود افزوده، در گزارش سال ۱۴۰۰ خود اذعان کرده است که تعداد رپرتاژ آگهی‌های منتشرشده در سال گذشته نسبت به سال ۱۳۹۹، ۱۳۴ درصد رشد داشته است؛ همچنین تعداد رسانه‌ها تا پایان سال ۱۴۰۰ رشد ۷۰ درصدی از خود نشان داده و تعداد کل کسب و کارها هم تا پایان این سال ۱۲۳ درصد نسبت به سال ۱۳۹۹ افزایش داشته است. از جمله کسب و کارهایی که در سال گذشته با تریبون همراه شدند می‌توان به گروه اسنپ، دیجی کالا، تپسی، خانومی، ایران استخدام، دیلی مارکت، لندو، والکس، جیرینگ، اتافک، بازار، نوبیتکس، مایکت و... اشاره کرد.

بنا بر این گزارش، در سال گذشته کسب و کارهای ارزش دیجیتال بیشترین بودجه را صرف انتشار رپرتاژ آگهی کرده و بیش از ۶۰ درصد کسب و کارهای حوزه پزشکی و زیبایی و گردشگری به شکل روزانه رپرتاژ آگهی منتشر کرده‌اند.

این گزارش می‌گوید رفتار کسب و کارهای فعال (کسب و کاری که حداقل یک کمپین رپرتاژ آگهی از تریبون خریده باشد) نسبت به سال ۱۳۹۹ تغییر داشته و میانگین مجموع خرید سالانه کسب و کارهای فعال ۱۱۳ درصد، میانگین تعداد کمپین‌های خریداری شده در سال ۲۰ درصد و میانگین تعداد رسانه‌های خریداری شده در سال ۱۵/۴ درصد افزایش داشته است.

### تریبون و رسانه‌ها

سال گذشته ۳۰۹۶ رسانه در تریبون ثبت‌نام کرده‌اند که از این تعداد ۱۹/۳ درصد از آنها تأیید شدند و در پتل تریبون در معرض دید قرار گرفتند. شاخص‌های تأیید یک رسانه، داشتن تعداد قابل قبول محتوای ایندکس شده نسبت به طول دامنه، کپی نبودن محتوای

و دهه‌ها مسئولیت دیگر به صورت حاکمیتی بر عهده اوست، نمی‌تواند در فضای نوآوری با شرکتی که یک پیک درون شهری است و تمام تمرکز خود را بر یک نقطه کوچک گذاشته و در آن تخصص کسب کرده، رقابت کند و مسلماً پست بازنده می‌شود؛ زیرا شرکت‌های کوچک فقط روی همان یک موضوع تمرکز دارند.

مهم‌ترین شاخصه رشد نوآوری در پست چه میزان است؟

شاخص درآمد عملیاتی شرکت پست گویای آن است که این استراتژی جواب داده و ما در جلب رضایت مشتری‌های خود در بخش ارسال بسته‌های فروشگاهی موفق بوده‌ایم. به عنوان مثال، درآمد عملیاتی شرکت پست از طریق صرفاً ارسال مرسولات در سال ۱۳۹۷، حدود ۸۰۰ میلیارد تومان بوده اما در سال ۱۴۰۰ به حدود ۲۶۰۰ میلیارد تومان رسیده است.

همچنین رشد ارسال‌های این شرکت از نظر وزن و حجم، طی سه سال گذشته، صد درصد بوده و در سال گذشته از ۱۰۰ هزار تن به حدود ۳۰۰ هزار تن رسیده است.

### استراتژی شرکت پست برای ارسال بسته‌های حجیم یا با وزن بالا چیست؟

شرکت پست ارسال بسته‌های تا وزن ۳۰ کیلوگرم را به صورت روتین انجام می‌دهد. اما موضوع اصلی ارسال بسته‌هایی با رده وزنی بالای ۳۰ کیلوگرم تا ۵/۳ تن است. برای پاسخ به این نیاز، این شرکت درصدد تأسیس شرکت پست لجستیک میانی است و اکنون برای شرکت پست چنین زیرساختی وجود ندارد. این پروژه نیاز به سرمایه‌گذاری بزرگ چند هزار میلیارد تومانی دارد و بنا داریم با مشارکت بخش خصوصی سرمایه‌گذاری مطمئنی انجام دهیم. سال گذشته یک بار مناقصه آن را برگزار کردیم اما به دلیل محدودیت زمانی و

تعداد محدود شرکت‌کنندگان به نتیجه نرسید. مجدداً در نیمه دوم امسال فراخوان می‌دهیم و از شرکت‌ها برای مشارکت دعوت می‌کنیم. البته بخشی از این سرمایه‌گذاری توسط دولت و بخشی دیگر توسط بخش خصوصی انجام می‌شود و بعد از آنکه شرکت انتخاب شد، ظرف یک سال راه‌اندازی می‌شود و ظرف دو سال به صورت سراسری سرویس خواهد داد.

با رشد فروشگاه‌های آنلاین و درخواست برای خرید اینترنتی، در پست لجستیک میانه سالانه ظرفیتی بالغ بر ۲۰ میلیارد تن بار وجود دارد. زیرا بسیاری از کالاهایی که توسط این فروشگاه‌ها عرضه می‌شود، در همین رنج وزنی قرار دارند و باید برای ارسال بار آنها فکری کرد. پیش‌بینی می‌شود برای ایجاد چنین ظرفیت و زیرساختی نیاز به حداقل ۱۰ هاب لجستیک با حدود ۳۰ هزار سوله داریم. پراکندگی این هاب‌ها طوری است که فاصله هر نقطه از کشور تا این هاب‌ها کمتر از ۲۰۰ کیلومتر باشد. مرسولات پس از جمع‌آوری به این هاب‌ها می‌روند و در مقصد مجدداً توزیع می‌شوند؛ زیرا تفاوتی که بار معمولی با بار لجستیک دارد این است که بار لجستیک را به صورت door to door (درب به درب) باید جابه‌جا کرد و بارگیری و تخلیه نیز بر عهده پست لجستیک است.

کاری که شرکت‌های بزرگ دنیا انجام می‌دهند این است که با تأسیس مراکز نوآوری، ایجاد این نوع سرویس‌ها را به بخش خصوصی و استارت‌آپ‌ها که خلاق‌ترند واگذار می‌کنند. زیرا این استارت‌آپ‌ها می‌توانند یک مزیت واحد کلان ایجاد کنند و شرکت پست، عملاً امکانات و زیرساخت‌های خود را با شرکت‌های خلاق و نوآور به اشتراک می‌گذارد تا هر کدام از آنها بسته به نیاز مشتری خود بتوانند پاسخگویی‌شان باشند و جامعه بتواند نیاز خود را برآورده کند.

### آیا با ایجاد مرکز نوآوری

پست، تغییراتی در خدمات شرکت ملی پست ایجاد شده است؟

تاکنون خدمات زیادی با تکیه بر زیرساخت‌های این مرکز توسط شرکت‌های خصوصی انجام شده یا در حال انجام است که در بخش اعظمی از این خدمات، مشارکت شرکت پست نامعلوم است. به عنوان مثال، کار مشترکی با همکاری بخش خصوصی در نمایشگاه کتاب الکترونیکی انجام دادیم و بیش از یک میلیون کتاب، ظرف یک هفته توزیع شد و مردم توانستند با خیال راحت خرید کنند و همه ناشرها توانستند شرکت کنند. این کار با مشارکت یک استارت‌آپ انجام شد. همچنین همکاری با برخی فروشگاه‌های اینترنتی توسط استارت‌آپ‌های این مرکز انجام می‌شود.

در حال حاضر، بیش از ۱۰۰ مجموعه در قالب واسط پستی، سرویس تجارت الکترونیک را دریافت می‌کنند. همانند درگاه پرداخت بانکی، درگاه خدمات پستی را در اختیار سایر مشتریان قرار می‌دهند. این خدمات توسط استارت‌آپ‌های نوآور طرف قرارداد با ما انجام می‌شود. به‌علاوه از آنجا که مدل کسب و کار پست به شکل پلتفرم تغییر کرده، تمرکز بیشتری را باید صرف ارائه سرویس به فروشگاه‌های اینترنتی می‌کردیم. در دو سال گذشته، حدود صد درصد حجم مرسولات رشد داشته است؛ بنابراین با این رشد چشمگیر، نمی‌توان کالاها را به

صورت دستی و سنتی جابه‌جا و سورت کرد. زیرا باعث آسیب دیدن آنها می‌شود. سعی کرده‌ایم تمام این خدمات زیرساختی را به‌خصوص در هاب‌های پرترافیک به صورت مکانیزه انجام دهیم تا با افزایش ترافیک مرسولات، کیفیت ارسال تغییر نکند.

گام بعدی این است که با کمک استارت‌آپ‌های نوآور، سیستم‌های اطلاع‌رسانی را در باجه‌ها مکانیزه کرده و مشتری به ایستادن پشت باجه نیاز

نداشته باشد. اینها خدماتی است که در مرکز نوآوری از سوی استارت‌آپ‌ها به ما پیشنهاد شده و در آینده نزدیک پیاده‌سازی خواهند شد و شاهد هوشمندسازی در این زمینه هستیم.

### انتقادی که به شرکت پست وارد

می‌شود این است که با نوآوری میانه خوبی ندارد. آیا این نقد را وارد می‌دانید؟

اگر منظور این است که شرکت ملی پست نسبت به شرکت‌های دیگر نوآورانه برخورد نمی‌کند، شاید بتوان گفت یکی از دلایلی که استراتژی تأسیس مرکز نوآوری در شرکت پست انتخاب شده، همین بوده است. معمولاً کسب و کار بزرگ و بالغی مانند شرکت پست که با ۱۷۰ شرکت دولتی همکاری می‌کند و علاوه بر آن، توزیع سیم‌کارت و گذرنامه و ثبت دفاتر پلمپ شرکت‌ها



شماره ۶۲  
۳۰ مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم



علت پایین بودن حجم سرمایه‌گذاری از نگاه هومن مسگری

## برای توسعه باید ریسک‌پذیر بود

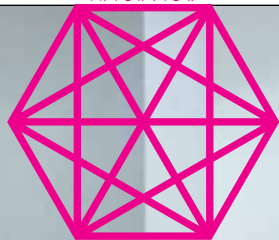
یکی از انتقاداتی که به فضای سرمایه‌گذاری نوآورانه در ایران وارد می‌شود، این است که حجم سرمایه‌گذاری‌ها حتی نسبت به کشورهای همسایه بسیار پایین است. هومن مسگری، معاون مشارکت‌ها و سرمایه‌گذاری‌های داتین، با این موضوع موافق است و درباره علت آن می‌گوید: «من معتقدم چند اتفاق دست به دست هم داده‌اند تا ما حتی در مقایسه با همسایگانمان در این خصوص عملکرد ضعیف‌تری داشته باشیم. یکی اینکه وضعیت اقتصادی کشور خوب نیست و در نتیجه ریسک سرمایه‌گذاری بالاست. منطقی‌تر در چنین شرایطی نمی‌توانیم انتظار توسعه و سرمایه‌گذاری داشته باشیم. به علاوه وقتی حکمرانی درستی برای سرمایه‌گذاری نوآورانه ندارید، نمی‌توانید انتظار داشته باشید کسی سرمایه‌گذاری در ملک را فراموش کند و در حوزه فین‌تک این کار را انجام دهد. موضوع دیگر ارزش پول است. قطعاً عده‌ای سرمایه‌گذاری می‌کنند اما آن قدر ارزش پول ما کم است که تأثیرگذاری ندارد. در گزارشی لیست یونیکورن‌های ۲۰۲۲ را می‌دیدم. یونیکورن یعنی مجموعه یک میلیارد دلاری. درست است که این رقم برای آن سوی مرزها نیز زیاد است، ولی با توجه به کاهش عجیب ارزش پول ما، این رقم برایمان بسیار سنگین‌تر است و چیزی بیش از ۳۰ هزار میلیارد تومان می‌شود. قطعاً شرایط سیاسی نیز به شدت اثرگذار است و روی همه چیز از جمله فضای اقتصادی سایه انداخته است. این را هم در نظر داشته باشید که اکوسیستم نوآوری نوباست. مشکلات زمینه‌ای ما هم اگر حل شوند، در کوتاه‌مدت تأثیری بر این فضا نمی‌گذارند. ولی ما پیشرفت را در این بخش می‌بینیم. شما وی‌سی‌های امروز را با پنج سال پیش مقایسه کنید، می‌بینید که از لحاظ تعداد، ساختار و حجم سرمایه‌گذاری چقدر تغییر کرده‌اند. البته بدیهی است تا وضعیت رگولاتوری ما بهبود نیابد و محافظه‌کاری‌هایش را کنار نکند، نمی‌توانیم توقع توسعه داشته باشیم. برای رشد و دستیابی به توسعه، از ریسک کردن گریزی نیست.»



شماره ۶۲  
۳۰ مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم



عکس: نسیم اعتمادی



شرکت داتین که بخشی از هلدینگ فناپ است، به تازگی معاونت مشارکت‌ها و سرمایه‌گذاری‌های خود را ایجاد کرده است. از آنجا که داتین پیش‌تر نیز سرمایه‌گذاری‌هایی انجام داده، راه‌اندازی این معاونت هم نشان از نگاه جدی‌تر این مجموعه به موضوع مشارکت و سرمایه‌گذاری دارد و هم مشخص می‌کند که قرار است به شکل نوینی به این کار بپردازد. هومن مسگری، معاون مشارکت‌ها و سرمایه‌گذاری‌های داتین، در گفت‌وگوی پیش‌رو با توضیح استراتژی و رویکرد شرکت هم به چرایی ایجاد این معاونت پاسخ می‌دهد و هم تأکید دارد که این معاونت قرار نیست نقش یک وی‌سی را بر عهده داشته باشد. معاونت مشارکت‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها به سراغ شرکت‌های پایدار و بالغی می‌رود که پازل خدمات و سرویس‌های مورد نظر داتین را تکمیل می‌کنند و در این زمینه هیچ حداقل و حداکثری برای سرمایه‌ای که به این شرکت‌ها وارد می‌شود، وجود ندارد و مهم‌ترین چیز برای داتین، ارزشی است که به واسطه این مشارکت و سرمایه‌گذاری خلق می‌شود؛ ارزشی که معتقد است در بلندمدت عایدی مالی را نیز برای هر دو طرف به همراه خواهد داشت.

چشم‌انداز  
چشم‌انداز  
چشم‌انداز

چه شد که داتین به فکر ایجاد معاونت مشارکت‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها افتاد؟ از چه زمانی این معاونت تشکیل شده است؟

معاونت مشارکت‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها امسال به ساختار و چارت سازمانی داتین اضافه شده است. اما اگر بخواهم برایتان توضیح دهم که چرا این معاونت تشکیل شد، بهتر است از استراتژی داتین شروع کنم. ما در داتین هر چند سال یک بار، در رویکردها و استراتژی‌های خود بازنگری می‌کنیم و بر اساس آن اقداماتی را انجام می‌دهیم. آخرین اصلاح این استراتژی سال ۱۳۹۹ انجام شد. در این بازنگری افق دید خود را از توسعه نرم‌افزار فراتر برده و چشم‌اندازی به وسعت فراگیری مالی انتخاب کردیم؛ به این معنا که همه افراد دسترسی آسان به خدمات مالی هوشمند داشته باشند. در این راستا دو مضمون استراتژیک - توسعه افقی و توسعه عمودی - برای خود تعریف کرده‌ایم تا نقش آفرینی وسیع‌تر و عمیق‌تری در صنعت خدمات مالی داشته باشیم. در توسعه عمودی بنا بر این گذاشته‌ایم که عمق ارتباط خود را با مشتریان بیشتر کنیم. این به چه معناست؟ در حال حاضر نوع تعامل ما با مشتری، بیشتر به عنوان ارائه‌دهنده نرم‌افزار است. ما می‌خواهیم به سمتی حرکت کنیم که داتین ارائه‌دهنده راه‌حل‌ها و راهکارها در حوزه تحول دیجیتال باشد. در اصل به جای اینکه نقش پیمانکار را برای مشتریان خود ایفا کنیم، شریک استراتژیک آنها باشیم.

در توسعه افقی هم می‌خواهیم فضای کسب و کاری‌مان را گسترده‌تر کنیم. در حال حاضر ما در حوزه راهکارهای بانکی و بیمه‌گری فعال هستیم و سامانه‌ها و نرم‌افزارهای این حوزه را ارائه می‌دهیم. برخی از مشتریان از ما راه‌حل جامع (Total Solution) دریافت می‌کنند، مانند بانک‌های پاسارگاد، سپه، توسعه تعاون، گردشگری و قرض‌الحسنه رسالت، بعضی دیگر نیز در بخش‌هایی از محصولات و خدمات ما استفاده می‌کنند، مانند بانک‌های رفاه، ملی و... در بخش بیمه‌گری هم مشتریانی چون بیمه پاسارگاد، باران، حکمت صبا و... را داریم. اما بنا داریم در توسعه افقی فضا را از این هم بزرگ‌تر کنیم و بگوییم ما فقط نمی‌خواهیم به راهکارهای بانکی و راهکارهای بیمه‌گری فکر کنیم، بلکه به اجزای دیگر فراگیری مالی نیز می‌اندیشیم و برای آن راهکار داریم.

این اجزای دیگر چه هستند؟  
ما علاوه بر راهکارهای بانکی و بیمه‌گری، راهکارهای سازمانی را نیز در حال حاضر داریم. ERP (Enterprise Resource Planning) داتین هم

# اولویت ما هم افزایش است

گفت‌وگو با هومن مسگری، معاون مشارکت‌ها و سرمایه‌گذاری‌های داتین؛ او می‌گوید این معاونت رویکرد وی‌سی‌گری ندارد و تکمیل پازل ارزش داتین برایش مهم‌تر از عایدی مالی در کوتاه‌مدت است



## اکنون باید از مدل‌ها و مفاهیم بگذریم وزمان اجراست و پیاده‌سازی و آزمون و خطا

### تنظیم‌گری صحیح پلتفرم‌ها چگونه باید انجام شود؟

انداخته بود، مقصر نیست؛ پس چرا این فرد امروز در آمریکا تا آخر عمرش باید در زندان باشد؟ یا مثلاً همین امروز فیس‌بوک زیر شدیدترین فشارهای رگولاتورهاست و کشورهای اروپایی تا جایی که می‌توانند دست‌پویای این پلتفرم را بسته‌اند. آیا در جهان پلتفرم‌ها آزادند به هر شیوه‌ای می‌خواهند عمل کنند؟ پس اگر قرار است تنظیم‌گری انجام شود، این تنظیم‌گری تا چه زمانی قرار است به تعویق بیفتد؟

موضوع یادداشت این نیست که پلتفرم‌ها چه باید بکنند. موضوع این است که ما در این مرحله مانده‌ایم و اکنون وارد فاز بعدی تقلب‌ها و سوءاستفاده‌ها شده‌ایم. حالا پلتفرم‌هایی مانند دیوار زمینه انجام تخلف توسط افرادی را فراهم می‌کند که دست‌شان از حوزه‌های دیگر کوتاه مانده است. به‌طور خاص درباره حوزه رمازرها صحبت می‌کنم.

در هفته‌های گذشته کلاهبرداری‌هایی در سطح کشور شروع شده، مانند تیمون. یکی از بسترهای این کلاهبرداری پلتفرم دیوار بوده است. ببینید زمانی روزنامه همشهری صرفاً واسطه‌ای بود برای فروش کالای دست‌دوم، حالا پلتفرم دیوار این حوزه را گسترش داده و فقط کالای دست‌دوم

نیست که اینجا مبادله می‌شود؛ اکنون خدمات هم بر این بستر ارائه می‌شود و برخی از این فرصت سوءاستفاده می‌کنند و کلاهبرداری‌هایی مانند تیمون در بستر دیوار قابلیت گسترش می‌یابند.

راه‌حل چیست؟ ما هنوز مرحله اول تنظیم‌گری پلتفرم‌ها را اجرایی نکرده‌ایم و رسیده‌ایم به مرحله دوم؛ همیشه خلافکاران از آدم‌های خوب جلوتر هستند و اگر دیر بچنینیم، مشکلات از مرحله قبلی جهش می‌یابند و به مرحله بالاتری تکامل پیدا می‌کنند.

اگر پلتفرم‌ها درست رگوله نشوند، در نهایت آسیب‌هایی به بازارهای دارایی دیجیتال وارد خواهند کرد و اگر بازارهای دارایی دیجیتال درست رگوله نشوند، در نهایت آسیب‌هایی به پلتفرم‌ها وارد می‌کنند. اکنون باید از مدل‌ها و مفاهیم بگذریم و زمان اجراست و پیاده‌سازی و آزمون و خطا.

سؤالی که در تیتیر این یادداشت پرسیده شده، سؤال ساده‌ای است که پاسخی چند صد میلیون دلاری دارد. پاسخ به این سؤال که تنظیم‌گری پلتفرم‌ها چگونه باشد که نه سیخ بسوزد نه کباب؛ سؤالی نیست که در یک یادداشت یا حتی چند کتاب خوب این حوزه بتوان پاسخ آن را داد.

این سؤال برای بسیاری از کشورهای مهم دنیا سؤال جدی است. پلتفرم‌ها در چند سال اخیر اقتصاد را تحت تأثیر قرار داده‌اند؛ هرچقدر که دستاوردهای مثبت داشته‌اند، به همان اندازه یا کمتر و بیشتر تأثیر منفی گذاشته‌اند. به‌عنوان نمونه پلتفرم دیوار در ایران را ببینید. زمانی بود که افراد برای فروش کالاهایشان از آگهی‌های روزنامه همشهری استفاده می‌کردند؛ نه KYC درستی انجام می‌شد و نه معلوم بود که آگهی‌دهنده چه کسی است و نه حتی کسی که مشتری و مخاطب آگهی بود. واقعیت این است که همان زمان هم آگهی‌های روزنامه همشهری زمینه بسیاری از تخلفات را فراهم می‌کرد. منتها کمتر کسی مشکل را از روزنامه همشهری می‌دانست.

جامعه و اقتصاد هم این همه رشد نکرده بودند و سرعت تغییرات هم این همه زیاد نبود. حالا در دیوار KYC حداقلی وجود دارد و این پلتفرم هم ادعا می‌کند برای مقابله با تقلب تلاش می‌کند، اما در عمل پلیس فتا در برابر این پلتفرم گارد گرفته و شنیده می‌شود که نیمی از پرونده‌های پلیس فتا مربوط به همین پلتفرم است. هرازچندگاهی هم چالش‌هایی مانند بازداشت و زندانی شدن مدیرعامل این پلتفرم مطرح می‌شود و اکوسیستم نوآوری ایران یکپارچه از این مدیر دفاع می‌کند. ولی آیا دیوار در همه این مسائلی که رخ می‌دهد، بی‌تقصیر است؟ آیا گفتن اینکه پلتفرم مسئولیتی در برابر محتوا ندارد، کافی است؟

قاعداً گذشته ما همیشه حمایت از پلتفرم‌ها و کسب‌وکارهای نوین بوده و هست و همین الان هم هر جایی لازم باشد از کسب‌وکارهای نوآورانه دفاع می‌کنیم، ولی بیایید صحبت‌های کسانی را هم که در خط مقدم مبارزه با تقلب و تخلف و جرم هستند، گوش دهیم؛ پلیس فتا می‌گوید چرا بخش اعظم انرژی‌اش باید صرف پرونده‌های یک پلتفرم شود؟ چه باید کرد؟ آیا پلتفرم مسئولیتی ندارد؟ اگر این چنین است، پس فردی مانند «راس اولبریکت» هم که پلتفرم سیلک‌رود را راه

بستگی به این دارد که خدمات این شرکت‌ها چقدر در پوشش حداکثری خدمات‌داتین با رویکرد توسعه‌فرآگیری مالی قرار دارند و کجای مجموعه خدمات ما جای گذاری می‌شوند. همان‌طور که گفتم نگاه ما مثل وی‌سی‌هان نیست که جدولی داشته باشیم و بر اساس آن عمل کنیم. این‌طور هم نیست که وقتی در نهایت خواستیم ثمره شرکتی را بررسی کنیم، ببینیم چقدر عایدی مالی داشته است. مادر انتها می‌خواهیم ببینیم با این شرکت‌ها چقدر هم‌افزایی داشته‌ایم و آن شرکت چقدر ارزش ایجاد کرده است. راستش را بخواهید تأمین سرمایه برای این کسب‌وکارها چندان کاری ندارد و آنها می‌توانند از بانک‌ها هم وام بگیرند. حتی وی‌سی‌های مختلف من جمله وی‌سی‌های حاکمیتی هم هستند که دست‌شان باز تر است و با رویکرد توسعه‌ای به کسب‌وکارها نگاه می‌کنند و خیلی حسابگرانه نمی‌بینند. اما برای داتین به عنوان سرمایه‌گذار، ارزشی که از این مشارکت خلق می‌شود، مهم است.

سرمایه‌گذاری‌ای هم صورت گرفته است؟ قطعاً شرکت داتین به واسطه سابقه‌ای که دارد، شرکت‌هایی را ذیل خودش داشته و سرمایه‌گذاری و سهام‌داری‌هایی کرده که عمدتاً شرکت‌های درون هلدینگ فناپ بوده‌اند. با تشکیل معاونت مشارکت‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها، قرار است مدیریت و نظارت داتین بر این شرکت‌ها ذیل این معاونت انجام شود و از امروز به بعد این معاونت بر فعالیت آنها نظارت کند، برایشان هدف‌گذاری کند و وظیفه پایش، کمک و ارزیابی را انجام دهد. هم‌زمان با نظام‌مند و ساختارمند کردن شرکت‌هایی که داتین قبلاً در آنها سهام داشته، مجموعه‌ای از مذاکرات نیز شکل گرفته که بر خ‌ی از آنها در مراحل نهایی هستند. شکل‌گیری اینها جزو ثمرات این معاونت است. نکته مهمی که من بار دیگر روی آن تأکید می‌کنم، این است که ما را یک وی‌سی یا مجموعه سرمایه‌گذاری با هدف درآمدزایی مستقیم نبینید. ما در هلدینگ فناپ شرکت شناسا را داریم که به عنوان وی‌سی در گروه فناپ فعالیت می‌کند و ما هم ارتباط خوب و همکاری ویژه‌ای با آنها داریم. اما در حوزه معاونت، منطق ما متفاوت است و به نفع مستقیم اقتصادی نگاه نمی‌کنیم. منطق ما خلق ارزش، هم‌افزایی و تکمیل پازل مان است. وقتی وارد شرکتی می‌شویم، می‌خواهیم بمانیم و حتی اگر جایی حس کنیم مجموعه‌ای آن نتایج مطلوب را نمی‌گیرد، مثل بخشی از مجموعه خودمان به سراغ شرکت می‌رویم و کمک می‌کنیم تا مشکلش را حل کند.

فرابند ورود شما به شرکت‌ها به چه شکل است؟ ما چه در قالب مشارکت و چه در بخش سرمایه‌گذاری ممکن است به‌تنهایی و به نیابت از کل هلدینگ فناپ وارد شویم یا در مشارکت و همکاری با شرکت‌های دیگر هلدینگ، بسته به صورت مسئله تصمیم می‌گیریم که داتین این کار را به‌تنهایی انجام دهد یا نه. در حالی که وی‌سی‌ها تنها وقتی ممکن است با یک وی‌سی دیگر همکاری کنند که بخواهند ریسک‌شان را کاهش دهند یا پول بیشتری وارد یک شرکت کنند. ما به دنبال کاهش ریسک یا افزایش پول نیستیم، بلکه در صورتی این کار را انجام می‌دهیم که ببینیم در یک ترکیب سه یا چهارجانبه ارزش بیشتری خلق می‌شود. داتین به واسطه اینکه بخشی از هلدینگ فناپ است و سال‌هاست که فناپ به عنوان بنگاه مادر، حاکمیت شرکتی مطلوبی را در هلدینگ پیاده کرده است، این معاونت را در مشارکت با فناپ پیش می‌برد. به این معنا که اگر بخواهیم وارد کار مشارکت یا سرمایه‌گذاری در شرکتی شویم، برای ارزیابی وضعیت اقتصادی آن شرکت از فناپ کمک می‌گیریم و بعد از آن کسب‌وکار جدید را در فضای کسب‌وکاری داتین می‌نشانیم. عملاً برای هر مشارکت و سرمایه‌گذاری در داتین، نظر و تأیید فناپ اخذ می‌شود.

فرابند ورود شما به شرکت‌ها به چه شکل است؟

ما چه در قالب مشارکت و چه در بخش سرمایه‌گذاری ممکن است به‌تنهایی و به نیابت از کل هلدینگ فناپ وارد شویم یا در مشارکت و همکاری با شرکت‌های دیگر هلدینگ، بسته به صورت مسئله تصمیم می‌گیریم که داتین این کار را به‌تنهایی انجام دهد یا نه. در حالی که وی‌سی‌ها تنها وقتی ممکن است با یک وی‌سی دیگر همکاری کنند که بخواهند ریسک‌شان را کاهش دهند یا پول بیشتری وارد یک شرکت کنند. ما به دنبال کاهش ریسک یا افزایش پول نیستیم، بلکه در صورتی این کار را انجام می‌دهیم که ببینیم در یک ترکیب سه یا چهارجانبه ارزش بیشتری خلق می‌شود.

داتین به واسطه اینکه بخشی از هلدینگ فناپ است و سال‌هاست که فناپ به عنوان بنگاه مادر، حاکمیت شرکتی مطلوبی را در هلدینگ پیاده کرده است، این معاونت را در مشارکت با فناپ پیش می‌برد. به این معنا که اگر بخواهیم وارد کار مشارکت یا سرمایه‌گذاری در شرکتی شویم، برای ارزیابی وضعیت اقتصادی آن شرکت از فناپ کمک می‌گیریم و بعد از آن کسب‌وکار جدید را در فضای کسب‌وکاری داتین می‌نشانیم. عملاً برای هر مشارکت و سرمایه‌گذاری در داتین، نظر و تأیید فناپ اخذ می‌شود.

در یکسری از بانک‌ها استفاده می‌شود و شامل بخش‌های مختلف مانند مدیریت منابع انسانی، تدارکات، اموال، انبار، اتوماسیون اداری و... است. مشتریانی داریم مانند بانک پاسارگاد و بانک سپه که در کنار دیگر محصولات داتین، از این سامانه نیز استفاده می‌کنند. برخی از مشتریانی مانند مثل بانک شهر و بانک سرمایه صرفاً از این محصول داتین بهره می‌برند. راهکارهای تحلیلی نیز داریم که در بانک‌های پاسارگاد، گردشگری، سپه و... مورد استفاده قرار می‌گیرد و شامل محصولاتی چون داشبوردهای تحلیلی، تشخیص تقلب، پول‌شویی و... می‌شود. راهکارهای شناخت مشتری داتین نیز محصولاتی چون پروفایل مشتری، سیستم‌های استعداد و... را در خود دارد و در نهایت هم راهکارهای زیرساخت و امنیت را داریم. این پنج راهکار در حال حاضر نیز وجود دارند و مشتریان ما از آنها استفاده می‌کنند. اگر چه بازار بیشتر ما را به عنوان ارائه‌دهنده راهکار اول (بانکی و بیمه‌گری) می‌شناسد، اما معتقدیم حوزه‌های مالی محدود به این دو حوزه نیست و فراتر از اینهاست و تصمیم داریم در باقی حوزه‌ها نیز به صورت جدی تر فعالیت کنیم.

در چه نوع کسب‌وکارهایی ورود می‌کنید؟

از نظر داتین، محصولات و راهکارهای مرتبط با فرآگیری مالی، دو دسته هستند. بخشی از آنها مانند راهکارهای بانکی، کسب‌وکار هسته‌ای داتین را تشکیل می‌دهند، اما بخشی دیگر مانند امنیت یا حتی خدمات مالی هوشمند، لزوماً قرار نیست در داخل داتین پیاده‌سازی و اجرا شوند. در بخش دوم این آمادگی را داریم که در کسب‌وکارهای دیگر سرمایه‌گذاری و با آنها مشارکت کنیم. با این نگاه، معاونت مشارکت‌ها و سرمایه‌گذاری‌های داتین در سال جاری تأسیس شد و منبع و مرجع این معاونت، این استراتژی و رویکردها و سرمایه‌گذاری‌های ما در این حوزه بر اساس ارزش ایجاد شده است. به‌طور معمول، وی‌سی‌ها به دنبال ارزش افزوده ریالی برای خود هستند، ولی این رویکرد ما نیست. ما به این موضوع دقت داریم که این شرکت‌ها چه ارزشی می‌توانند در سبب محصولات و خدمات ما ایجاد کنند و بر این اساس وارد فرایند مشارکت و سرمایه‌گذاری می‌شویم. ما انتظار داریم منافع مالی ما از بزرگ‌تر شدن زنجیره ارزش و خدمات در حال ارائه داتین به دست آید.

مدل مشارکت و سرمایه‌گذاری داتین به چه شکل است؟

ما به همان دلیلی که توضیح دادم، رویکرد وی‌سی‌گری و سرمایه‌گذاری صرف را نداریم، بلکه به دنبال هم‌افزایی هستیم و از ترکیب توانمندی خود و مجموعه‌هایی که در آنها سرمایه‌گذاری می‌کنیم، در پی خلق ارزش بیشتر و تکمیل پازل خدمات خود با محوریت توسعه‌فرآگیری مالی در کشور هستیم. می‌خواهیم دو به علاوه دورا پنج کنیم. به همین دلیل به سراغ شرکت‌هایی که در مراحل ابتدایی شکل‌گیری هستند، نمی‌رویم و بیشتر تمایل داریم در شرکت‌هایی سرمایه‌گذاری کنیم که به یک پایداری و ثبات اولیه رسیده باشند. برداشت ما این است که مخاطب استارت‌آپ‌های نوپا و شرکت‌هایی که در مراحل ابتدایی شکل‌گیری هستند، وی‌سی‌هایی همچون شناسا هستند. در اصل، هدف ما این است که بتوانیم با این شرکت‌ها ارزش افزوده بیشتری خلق کنیم که هم رشد و توسعه آن شرکت را به دنبال داشته باشد و هم بازوی انجام اقدامات خاص و تکمیل پازل ما باشد.

رقم سرمایه‌گذاری شما چقدر است؟ برای آن حداقل و حداکثری در نظر گرفته‌اید؟

ما شرایط و حد و حدود خاصی برای مشارکت‌هایمان نداریم و بر اساس هر مورد، تصمیم‌گیری می‌شود که با چه درصدی، چه مبلغی و چه شرایطی وارد شویم. ممکن است با مبلغ کم و درصد کم وارد شویم یا مدل حداکثری.



شماره ۶۲  
۳۰ مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم



رضا قربانی

@mediamanager\_ir



## چرا بایتیکل؟

کارشناسان همواره تأکید می‌کنند که لازمه ورود درست به هر بازار مالی، دستیابی به دانش مورد نیاز و در ادامه، کسب تجربه است. افرادی که دانش و تجربه لازم را دارند، سوار موج‌های خرید و فروش نمی‌شوند و معمولاً سودشان آهسته اما پیوسته و زیان‌شان محدود و منطقی است.

← مجتبی صفری، مدیرعامل و هم‌بنیان‌گذار بایتیکل معتقد است دانش و تجربه دو بال جدانشدنی هستند. همان‌طور که صرفاً با خواندن مطلب و جمع‌آوری اطلاعات درباره نحوه راندن دوچرخه، کسی دوچرخه‌سواری یاد نمی‌گیرد، نمی‌توان توقع داشت با مطالعه و آموزش صرف کسی از زیر و بم بازارهای مالی، خصوصاً حوزه کریپتو سر دربیاید. برای همین هم اسم کسب‌وکار خود را بایتیکل گذاشته‌اند که ترکیبی از بیت کوین و بایسیکل است.

← بایتیکل قرار است دستیار هوشمند بازارهای مالی باشد ولی فعلاً تمرکز خود را روی بازار رمزارزها گذاشته است. بازاری که اتفاقاً به دلیل ماهیت نامأنوس و افت و خیزهای ناگهانی آن، توجه بسیاری را به خود جلب کرده و پکیج‌فروشان اینستاگرامی همین توجه‌ها را تبدیل به سود خالص کرده‌اند. صفری می‌گوید اتفاقاً برای درک نقاط قوت و ضعف آموزش‌های اینستاگرامی تقریباً تمام این دوره‌ها را خریداری کرده و روی آنها مطالعه داشته‌اند و در نهایت دریافته‌اند که غالب اساتید این فضا جز رؤیافروشی، هنر دیگری ندارند.

← حالا بایتیکل قرار است در این فضای آشفته، هم دستیار کسی باشد که به‌تازگی با این بازار آشنا شده و می‌خواهد سرمایه‌گذاری در رمزارزها را امتحان کند، هم کسی که دانش و تجربه کافی را دارد، اما علاقه‌مند است یک راهنمای حرفه‌ای در کنار خود داشته باشد تا در مورد معاملاتش به او بازخورد بدهد. برای کارنگ هم بازار رمزارزها بسیار بااهمیت است و هم حوزه مهجور آموزش در این فضا. برای همین به سراغ بایتیکل رفتیم که هر چند هنوز در ابتدای راه است اما امید می‌رود به‌زودی راه‌حل بخشی از مشکلات این فضا را ارائه دهد.



شماره ۶۲  
۳۰ مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم

# نه پکیج فروشیم نه سیگنال می‌دهیم

گفت و گو با مجتبی صفری، مدیرعامل و هم‌بنیان‌گذار بایتیکل؛ بایتیکل یکی از استارت‌آپ‌های پورتفولیوی دیجی‌نکست است که در زمینه مشاوره و آموزش بازارهای مالی فعالیت می‌کند و به‌تازگی جذب سرمایه کرده است

حوزه بازارهای مالی همواره با پیچیدگی‌هایی همراه بوده که اگر کسی بدون دانش و اطلاعات کافی به آن وارد می‌شود، به مشکل برمی‌خورد. این را سال ۱۳۹۹ در مورد بازار سرمایه شاهد بودیم که این ناآگاهی و همراه شدن با موج، در نهایت به از دست رفتن سرمایه جمعیت زیادی انجامید. بایتیکل نیز با رصد این خلأ، دست به کار ایجاد اپلیکیشنی شده است که بتواند دانش مورد نیاز برای بازارهای مالی را در اختیار کاربران قرار دهد و این امکان را فراهم کند تا کاربران در فضای شبیه‌سازی شده بدون ریسک، معامله و آزمون و خطا کنند و متناسب با اشتباهات و ضعف‌هایشان، اطلاعات لازم را دریافت کنند. البته فعلاً تمرکز بایتیکل روی حوزه رمزارزهاست که هم با استقبال بیشتری مواجه شده و هم دانش افراد در مورد آن به مراتب کمتر است. مجتبی صفری، هم‌بنیان‌گذار و مدیرعامل این استارت‌آپ که کارش را از کمپ دیجی‌نکست آغاز کرده و به‌تازگی جذب سرمایه انجام داده، در گفت‌وگوی پیش‌روز مسیری که طی کرده‌اند و اهداف بلندمدت‌شان می‌گوید.

شبیه‌سازی شده بدون ریسک معاملات خود را انجام می‌دهد و شما بر اساس آن به او اطلاعاتی می‌دهید و آنجا تمرین می‌کند و بعد می‌تواند وارد فضای واقعی شود؟

بله، دقیقاً. مسیر یادگیری مطلوب که البته بایتیکل لزوماً همه قسمت‌های آن را پوشش نمی‌دهد، این است که کاربر یک پیش‌مطالعه انجام می‌دهد؛ مثلاً

ما یک دستیار هوشمند داریم که بر اساس معاملاتی که کاربر در دمو انجام می‌دهد، به او در دست‌بندی‌های مختلف بازخورد می‌دهد. در واقع تفاوت ما در آن هوشمند بودن است، وگرنه دمو را خیلی‌ها دارند و چیز چندان پیچیده و جدیدی به حساب نمی‌آید.

یعنی کاربر یک بار در فضای

بایتیکل در زمینه مشاوره و آموزش بازارهای مالی دقیقاً چه کاری انجام می‌دهد؟

بایتیکل یک فضای شبیه‌سازی همان دمو هوشمند برای بازارهای مالی است، اما فعلاً از میان بازارها، تمرکزمان را روی حوزه کریپتو قرار داده‌ایم. دمو را اکثر صرافی‌ها دارند. در واقع همان اپلیکیشن صرافی را که توسعه داده‌اند، در محیط تست به کاربر ارائه می‌دهند.





تکس، نسیم اعتمادی

کتابی می خواند یا یک ویدئوی کوتاه می بیند که با ادبیات موضوعی فضا آشنا شود. بعد در محیط دمو خرید و فروش می کند که بدون ریسک است و آنجا تجربه به دست می آورد. سپس ما به او بازخورد می دهیم که به هیچ عنوان شامل سیگنال یا پیشنهاد خرید و فروش نیست، بلکه از جنس دانش و دیدگاههای اختصاصی آن بازار است. در مرحله بعد همراه با بازخوردی که به کاربر داده می شود، پیشنهادهایی برای آموزش نیز هست که می تواند کاربر را به لایه های بعدی ببرد. مثلاً به کاربر می گوئیم فلان اشتباه احتمالاً به این دلیل است که فلان موضوع را نمی دانی. حالا آموزش کوتاهی درباره این موضوع ببین. اینجا هم به صورت چند سطحی است. با توجه به فعالیت کاربر در پلتفرم، سطح دانش کاربر را درمی یابیم و آموزش های پیشنهادی بر اساس سطح دانش همان کاربر خواهد بود. در مرحله بعد تمرینی به کاربر ارائه می دهیم که برای همان خطایی است که کاربر مرتکب شده بود تا ببینیم آن آموزش برای کاربر کافی بوده یا نه. سپس مانیتور فعالیت کاربر انجام می گیرد و به او می گوئیم چه میزان از معاملاتش در سود و درست بوده و کجاها مرتکب خطا و اشتباه شده است. هیت مپ خطاها را برایش ارائه می دهیم که ببیند بیشترین خطاهایش در چه بخشی بوده است. نرخ یادگیری را نیز نمایش می دهیم و اینکه در چه روندی خطاهایش کم یا زیاد شده اند تا کاربر مسیر رشد خود را رصد کند.

## تصمیم دارید این مسیر آموزش و مشاوره را کامل کنید؟

ترجیح من این است که از محتواهای باکیفیتی که افراد یا مجموعه های متخصص تولید کرده اند، استفاده کنیم. برای پیش آموزش می توانیم از محتواهای آکادمی صرافی ها استفاده کنیم. اولویت این است که صفر تا صد همه کارها را به تنهایی انجام ندهیم تا کیفیت پایین نیاید. قرار است از متخصصان دیگر استفاده کنیم تا تمرکز خود را روی قسمت منتوری بگذاریم که قبلاً نبوده است.

## چطور شد که تصمیم گرفتید بایتیکل را ایجاد کنید؟ پیش از آن در مورد بازارتان تحقیق کرده بودید؟

ما یک بررسی آماری انجام دادیم و متوجه شدیم مهم ترین دلیل افرادی که در بازار کریپتو فعال بوده اند، اما از آن خارج شده اند، نداشتن دانش و تجربه کافی بوده است. دلایل مختلف بود اما اولین آن با ۲۳ درصد همین موردی بود که گفتیم. از آن سمت هم با مطالعه افرادی که وارد بازار کریپتو نمی شوند، متوجه شدیم که مهم ترین دلیل شان (۳۸ درصد) همان نداشتن دانش و تجربه کافی است. از سویی بازار کریپتو در دنیا ۳۰۰ میلیون کاربر فعال دارد و در سال ۲۰۲۲ ارزش بازارش به حدود ۱/۲ تریلیون دلار رسیده است. در ایران هم با توجه به آماری که مطرح می شود، حدود ۱۲ میلیون در ایران با کریپتو درگیر هستند و گردش مالی آنها در روزهای خوب به ۲۶۰ میلیون دلار در روز هم رسیده است. نکته جالب برای ما که نشان می داد در این حوزه خلأ داریم، این بود که ۶۲ درصد افراد فعال فعلی بازار، شش ماه است که وارد بازار شده اند؛ یعنی اینها هم تجربه و دانش چندانی ندارند. البته نمی توان حکم کلی صادر کرد، ولی در مورد اکثریت چنین موضوعی صادقی است. از ابتدا تا انتهای سال ۲۰۲۱، تعداد کاربران ایرانی ۱۳ برابر شده و گردش مالی ۴۵ برابر رشد داشته است.

## یعنی در حال حاضر فضایی را ایجاد کرده اید تا کاربران کم تجربه بتوانند در آن تجربه مورد نیاز برای حضور در بازار کریپتو را به دست آورند؟

بایتیکل صرفاً برای افراد کم تجربه نیست که بخواهند در دمو ترید کنند. یک مرحله جلوتر کاربران می توانند صرافی شان را به API فقط خواندنی متصل کنند تا دستیار هوشمند ما معاملات را که انجام می دهند، ببیند و در معاملات واقعی به آنها بازخورد و یکسری اطلاعات بدهد. تحلیل و تصمیم با خود کاربر است. در حال حاضر صرافی های مختلفی را متصل کرده ایم، اما برخی از صرافی های ایرانی API ندارند.

## این اطلاعاتی که به کاربران ارائه می دهید، در چه دسته ای قرار دارند؟ تمرکزتان روی فضای فاندامنرال است یا تکنیکال؟

ما چند دسته بندی داریم. یکی فاندامنرال است که خبرهای وب فارسی و انگلیسی را رصد می کند و برچسب می زند که مرتبط با کدام بازار است، بعد ثبت می شود و تحلیل می کنیم که این خبر چقدر مثبت یا منفی است و آن را به پایه اطلاعات تبدیل می کنیم و بر اساس آن بازخورد می دهیم. از دیتاهای مراجع فاندامنرال بین المللی هم استفاده می کنیم و بر اساس دیتای آنها بازخورد می دهیم. در لایه شبکه های اجتماعی، با تحلیل این فضا، اطلاعات دیگری به کاربر خود ارائه می دهیم. البته فعلاً روی توییتر کار کرده ایم و به زودی شبکه های اجتماعی دیگری نیز اضافه خواهند شد. تحلیل های تکنیکال و بررسی کندل ها هم بخش دیگری است. تحلیل آنچین (On Chain) نیز داریم. دیتاهای آنچین گران و کمیاب هستند که دسترسی سالانه به داده های خام آن تقریباً ۳۰۰ میلیون تومان هزینه دارد. ما به تمام این داده ها دسترسی داریم و یکسری شاخص های اختصاصی هم برای خود ایجاد کرده ایم.

کارهای دیگری هم هست که در مرحله R&D هستند، مثل روان شناسی یا مدیریت ریسک یا رفتارشناسی کاربر. مطلوب ما این است که با استفاده از شخصیت شناسی مشتري در بازار بین الملل نیز وارد شویم.

## در اصل می خواهید سرویس شخصی سازی شده ارائه دهید...

## از کی کارتان را شروع کردید؟

ما در فضای آی تی و بلاکچین از چهار سال پیش یک تیم گسترده داشتیم، ولی این محصول از اواخر ۱۳۹۹ در کمپ دیجی نکست شروع شد.

## گویا اخیراً جذب سرمایه انجام داده اید.

بله به تازگی از یک سرمایه گذار فرشته جذب سرمایه انجام داده ایم و این سرمایه جذب شده صرف توسعه محصول و بازار باقی می شود. الان در حال تست و بهبود محصول هستیم، ولی به زودی کاربران می توانند نسخه های اندروید و آی او اس اپلیکیشن بایتیکل را نصب و استفاده کنند.



المیرا حسینی



## در زمینه کاری که انجام می دهید، رقیب هم دارید؟

این مدلی که ما کار می کنیم و محصولی که ارائه می دهیم، متأسفانه یا خوشبختانه، نه در ایران و نه در خارج از کشور وجود ندارد. اولش برای خود ما نیز کار خیلی گنگ بود و چند مرحله کار را پیش بردیم و با افراد مختلف تست گرفتیم. خودمان در دانشگاه های شریف و تهران و علم و صنعت دوره برگزار کردیم و اکانت تست را برای کاربران باز کردیم و از آنها بازخورد گرفتیم تا ببینیم در ادامه چه کار کنیم. البته از چند جنبه استارتاپ ها و شرکت هایی هستند که دارند این فعالیت را انجام می دهند. ما نفر اول نیستیم که می خواهیم در این حوزه آموزش دهیم؛ می خواهیم دستیار هوشمند ارائه دهیم و نسخه دمو داریم؛ ولی با این سازوکار و با این فرمت منتورینگ هوشمند چیزی ارائه نشده است. آکادمی هایی که آموزش ارائه می دهند، صرافی هایی که نسخه دمو دارند و دستیاران معاملاتی رقبای ما در بخش های مختلف هستند.

## چرا تمرکز خود را فعلاً روی حوزه کریپتو گذاشته اید؟

کانسپت این استارتاپ سر اتفاقات بورس ایران شکل گرفت که بسیاری از هموطنان در بازه کوتاهی وارد بازار شدند و بر اساس آماری که یکی از نمایندگان مجلس داده بود، ۹۰ درصد سرمایه مردم در این بازار ذوب شد. ما از بورس جا ماندیم و مردم ضرر کردند. احساس ما این است این نگرانی در بازار رمزارزها شدیدتر است و تجربه حضور بدون دانش در بازار بین المللی و ۲۴ ساعته برای کاربران چالش های شدیدتری را ایجاد خواهد کرد. رگولاتوری هم کم کم اتفاق افتاده و بازار در حال رسمی شدن است. باز با ۲۰ میلیون کاربر مواجه می شویم که ناآگاه هستند و می خواهند یک شبه در بازار جهانی سود کنند. این دستیار هوشمند به آنها کمک می کند که سرمایه شان از دست نرود. برای همین تمرکز ما در حال حاضر روی رمزارز است. اما در ادامه تصمیم داریم وارد بورس ایران و سایر بازارهای معتبر جهانی شویم.

## مدل درآمدی تان به چه شکل است؟

مدل درآمدی مان از طریق دریافت حق اشتراک است، ولی در ابتدای کار تمرکزمان روی این مسئله نیست. در حال حاضر برای خود منابع درآمدی دیگری ایجاد کرده ایم و فعلاً آصراری نداریم از طریق اپ درآمد داشته باشیم و می خواهیم آن را قدرتمندتر کنیم. هدف گذاری ما این است که محصول باکیفیتی داشته باشیم که بتوانیم در آینده در بازار بین المللی هم آن را عرضه کنیم. در نهایت هم این اپ به درآمد خواهد رسید و پیش بینی مان این است که درآمد خوبی داشته باشد.

## در فضاهایی مانند اینستاگرام افراد زیادی دست به کار آموزش در حوزه کریپتو شده اند. چالش اصلی بازار غیررسمی آموزش و پکیج فروشی چیست؟

پکیج فروش ها بیشتر رؤیافروشی انجام می دهند. مثلاً اسکرین شات از سودشان می گذارند و مخاطب می بیند و فکر می کند می تواند با آموزش های شخص به آن سود چند صد درصدی برسد. اما به نظر ما در غالب مواقع اصلاً آموزشی اتفاق نمی افتد که بخواهیم عیب و ایرادها و نقاط ضعفش را بگوئیم. آموزشی هم اگر هست، مدل کپسولی و راز موفقیت است. تحقیقی هم در این زمینه انجام داده و همه این دوره ها را بررسی کرده ایم و تمام نقاط قوت و ضعف شان را می دانیم؛ بیشترشان بسیار ضعیف هستند.

## حاصل تحقیق چه بود؟

البته این تحقیقات آورده هم برای ما داشت که مثلاً فلانی فلان مطلب را خیلی خوب و خلاقانه توضیح داده است. اما جمع بندی ما این است که پول را از مخاطب می گیرند و بعد از مدتی به نتیجه نرسیدن، او را رها می کنند یا در سناریو دیگری، مخاطب را به کانال سیگنال خود ارجاع می دهند. مردم هم گمان می کنند تا چند ماه دیگر برایشان مسجل می شود که این مسیر درستی نیست، چون فضا بسیار زرد شده است.

## چرا آموزش و مشاوره؟ اطلاعاتی در مورد اندازه بازار آن دارید؟

اطلاعاتی در این زمینه نداریم، اما چیزی که از رصد اکوسیستم دریافت می کنیم، این بود که راهکار مقیاس پذیر در حوزه آموزش نداریم و اگر فضا رگوله شود و جمعیت زیادی بخواهد وارد این فضا شود، به چنین راهکار آموزشی ای نیاز داریم. برخی صرافی های تازه وارد می گویند آموزش لزومی ندارد، چون کاربر چه سود کند، چه ضرر، صرافی کارمزد خود را می گیرد؛ ولی دیدیم که مهم ترین علت خروج کاربر از این فضا، نداشتن دانش و تجربه کافی بوده است و حتی مهم ترین دلیلی که عده ای وارد نمی شوند نیز همین است. برای همین صرافی ها نباید کوتاه مدت نگاه کنند، زیرا با چنین راهکاری هم ماندگاری کاربر در بازار افزایش می یابد و هم افراد جدیدی وارد این فضا می شوند. اینکه فقط به درصد کارمزد فکر کنیم، خیلی کوتاه بینانه و سطحی است. صرافی های بزرگ به این نتیجه رسیده اند که کاربر باید در بازار بماند که نفعش به صرافی هم برسد. اگر معتقدیم این دنیای غیرتمرکز به درد می خورد، آن را زرد نکنیم که مردم از آن زده شوند. ریل منطقی بگذاریم، نمونه موفق را به کاربر و حاکمیت نشان دهیم. در فضای استارتآپی می بینیم که می توان کار خوب انجام داد. خود افراد اکوسیستم باید از این فضا محافظت بیشتری کنند.



## مهم ترین علت خروج کاربر از فضای کریپتو، نداشتن دانش و تجربه کافی بوده است، برای همین صرافی ها نباید کوتاه مدت نگاه کنند

## مادر صحبت هایمان بنا را بر این گذاشتیم که فضا رگوله شود؛ اما اگر این فضا با ممنوعیت همراه شود چه؟ برنامه تان چیست؟ خودتان را برای این شرایط آماده کرده اید؟

قطعاً. در ایران هر کسی هر کسب و کاری راه می اندازد، باید حواسش به این قسمت ها باید باشد. ما چند راهکار داریم. اگر رگوله نشود که ۱۲ میلیون کاربر این فضا حذف نمی شوند. آنها سرویس می خواهند و کماکان در معرض خطر هستند. این اپ می تواند به کاربر کمک کند.

سناریوی دوم این است که حاکمیت کاری می کند که همه این ۱۲ میلیون کاربر حذف شوند. در این صورت ما به بازارهای مالی دیگری وارد می شویم. مثلاً بورس که همچنان وجود دارد و این داستان ها در همه بازارهای مالی هست. اصلاً جزو چشم انداز ماست که این سرویس را برای سایر بازارهای مالی هم ارائه دهیم. در لایه دیگر می تواند به کاربر غیرایرانی هم سرویس بدهد و وارد بازار بین المللی شویم. ولی مطلوب ما این است که سناریوی بهتری را پیش ببریم.



راه‌هایی برای آشنایی  
بازاریابان با روندهای  
تجارت الکترونیک

## مسئله مهم تعامل

دنیای تجارت الکترونیک از ابتدای پیدایش به سرعت و پیوسته در حال تحول بوده و میزان این تغییرات در طول چندسال گذشته افزایش یافته است. از آنجا که بیشتر افراد برای تأمین نیازهای خود در طول همه‌گیری کرونا، به وب روی آوردند، خرده‌فروشان تلاش کردند با گسترش فعالیت‌های آنلاین، سهم خود از بازار را حفظ کنند. حالا که مکان‌های فیزیکی هم به مرور در حال بازگشایی هستند، کسب‌وکارها تلاش می‌کنند بین استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال و آفلاین توازن برقرار کنند تا رشد سالم‌را در هر دو حوزه داشته باشند. یک راهکار برای اتصال به روندهای تجارت الکترونیک، ایجاد کامیونیتی است. هدف قرار دادن و تبدیل کسی که با برند شما رابطه دارد، به مراتب راحت‌تر از پیدا کردن یک مشتری تازه است. راهکار دیگر، آسان کردن تعامل برای مشتریان است. به خاطر داشته باشید که وب ۳ تعاملی است. مشتریان انتظار دارند بتوانند با یک برند تعامل داشته باشند. در مقابل، انتظار دارند که برند هم با آنها تعامل داشته باشد. به خصوص اگر پس از خرید، در مورد محصول یا خدمات به کمک این برند نیاز داشته باشند.

نکته دیگر، مدیریت موجودی دقیق در سراسر سازمان است. در عین حال، به خاطر داشته باشید که تجارت الکترونیک، یک تجربه ترکیبی است. بسیاری در حال حاضر به خرید در فروشگاه‌های فیزیکی روی آورده‌اند اما این بدان معنا نیست که قیمت‌های آنلاین را بررسی نکنند. سعی کنید محتوایی ایجاد کنید که الهام‌بخش خریداران باشد.

نکته دیگر اینکه، روندها به سمت خرید موبایلی در حرکت است. داشتن یک وب‌سایت بهینه‌شده برای تلفن همراه، بسیار مهم است. فراموش نکنید که حمل و نقل عنصر کلیدی در فرایند فروش است. همه بازاریابان باید اهمیت تعیین زمان تحویل را بدانند. شما در حال رقابت با فروشگاه‌های آنلاینی هستید که زمان‌های خاص را برای تحویل در نظر می‌گیرند. پس تاریخ تحویل را به صورت دقیق ارائه دهید.



شماره ۶۲  
۳۰ مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم



# دقت آزمایشگاهی در خوشمزه‌جات فینگر فودی

ناهید ترابی خالق برند «آرتیشو» از معجزه زنده ماندنش و خلق این برند می‌گوید

آمبولانس مقابل بیمارستان می‌ایستد. ناهید را از آن بیرون می‌کشند. یکی از پزشکان همراه به او اشاره می‌کند و می‌گوید که احتمال زنده ماندنش نیست. ناهید انگار به خودش می‌آید. آسمان آبی بالای سرش را می‌بیند. تنش داغ است و حتی درد را هم درست احساس نمی‌کند. در همان آسمان آبی تصویر سام (پسرش) را می‌بیند. با خودش می‌گوید الان وقت مردن نیست. انگار همان نقطه، همان تصمیم به ماندن، حالا برند آرتیشو را شکل داده. ناهید ترابی دست به تولید زد تا زنده بماند؛ تا بگوید که هست و هنوز وجود دارد. درست شش ماه بعد از همین تصادف، پیج آرتیشو به راه افتاد.

ناهید ترابی متولد تیر ۱۳۶۲ است. شیمی تجزیه خوانده و حدود ۱۰ سال در آزمایشگاه کنترل کیفی دارو کار می‌کرده است. می‌گوید در طول سال‌هایی که از شش صبح تا هفت عصر که در نهایت به پسرش برسد کار می‌کرد، یک مادر خسته اما عاشق کارش بود. عشق به شیمی و آزمایشگاه او را روی پا نگه می‌داشت و شاید تصور نمی‌کرد روزی برسد که در آزمایشگاه کار نکند. سه سال تلاش کرد استعفا بدهد اما هر بار با مزایای بیشتر، ناچار می‌شد باز هم ادامه دهد. می‌گوید آدم خانه نشستن نبود، اما در نهایت استعفا داد و خانه را انتخاب کرد. با همراهی همسرش و چند دوست دیگر، آزمایشگاه کنترل دارو تأسیس کرد و توانست بیشتر به پسرش برسد.

## زنده ماندن به شکل معجزه

اما یک روز وقتی مادرش را به همراه پدر از بیمارستان مرخص کرده بود، تصادف سختی کرد. چیزی که ناهید ترابی تعریف می‌کند، شبیه به معجزه است که زنده مانده و قصه‌اش را برابمان می‌گوید. ناهید کنار راننده بود و با آسیب نخاعی به بیمارستان منتقل می‌شود. دنده‌هایش آسیب دیده بود و با هر نفس درد می‌کشید. صدایش در حین تعریف کردن قصه مسیری که آمده با سرفه‌های بسیار همراه می‌شود. می‌گوید تازه از کرونا بهبود یافته اما همین آسیب بعد از تصادف، سرفه را بعد از بیماری در گلویش ماندگار کرده است. وقتی بعد از تصادف به بیمارستان می‌رود، شب‌های پیاپی بیدار می‌ماند و در همان مدت، تمام زندگی‌اش را مرور می‌کند. تصمیم می‌گیرد بعد از بلند شدن از تخت، زندگی دیگری داشته باشد. زنده بودن نه به معنای تمام وقت کار کردن‌های آزمایشگاه و جمعه‌ها در محل کار بودن. زنده بودن برایش مفهوم تازه‌ای می‌گیرد.

به گفته خودش، هنوز هم کمی در راه رفتن می‌لنگد. اما در همان شب‌ها با خودش عهد بست که خوب زندگی کند چون بلیت تازه‌ای به زندگی گرفته. بعد از آن تصادف تلاش کرد با وجود ناتوانی، بیشتر به علاقه‌مندی‌هایش برسد. درد

**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 کسب‌وکارها** 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 کسب‌وکارها را می‌بندد و اجازه همگام شدن با فناوری‌های روز دنیا را نمی‌دهد. ورود کسب‌وکارهای 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.





## آیا تجارت اجتماعی به کمک گردشگری می‌آید؟ تحول در یک صنعت قدیمی

### چالش‌های امروزی سفر

مسافران عادی این روزها با مسئله اضافه‌بار مواجه هستند. رفتن به تعطیلات باید به جای یک فعالیت استرس‌زا، لذت‌بخش باشد. از جست‌وجو در شبکه‌های اجتماعی برای پیدا کردن یک سفر ایده‌آل تا رسیدن به تخفیف‌ها و پیشنهادهای یک برنامه ایده‌آل. با این حال، اگر این کار دشوار است به این معناست که همه از یک برنامه‌ریز سفر استفاده نمی‌کنند و شاید از عهده آن بر نمی‌آیند.

شاید تجارت اجتماعی بهترین گزینه برای چنین وضعیتی باشد تا جامعه بتواند برنامه‌های سفر مبتنی بر هوش مصنوعی و از پیش ساخته را ایجاد کند و از آن لذت ببرد. در حقیقت با تجارت اجتماعی می‌توان به کاربران این امکان را داد که نظرات، پیشنهادهای و قصه افراد را مرور کنند و به برنامه‌های سفر و توصیه‌ها دسترسی داشته باشند.

بسیاری از شرکت‌ها با فعال کردن خرید دیجیتال محصولات، فرایند برنامه‌ریزی را آسان کرده‌اند. مداخله اجتماعی با کمک خلاقیت و نبوغ افراد، تا حدی باعث شده تا مشتری با مرور محتوای سفر به اشتراک گذاشته شده، تجربیات مرتبط را با توجه به سلیقه خود انتخاب کند.

در غیاب یک پلتفرم یکپارچه سفر اجتماعی، کاربر در طول چرخه رزرو از یک پلتفرم به دیگری می‌رود و علاقه و زمان ارزشمند خود را از دست می‌دهد. تجارت اجتماعی در سفر، می‌تواند صنعت سفر را دموکراتیزه کرده و برندهای کوچک و بزرگ را قادر سازد به مخاطبان زیادی دست یابند. در این صورت مسافران هم می‌توانند با تعاملات ارزشمند، در زمان خود صرفه‌جویی کرده و تجربه کاربری یکپارچه‌ای را داشته باشند.

حالا که کرونا به‌مرور در حال محو شدن است، جهان آماده است تا دوباره مسیر خود را از جایی که متوقف شده از سر بگیرد. حوزه گردشگری و سفر از سال ۲۰۱۹ تغییر کرده است. اما اینکه چگونه تغییر کرده، پرسش بزرگی است. سوراب باتناگار، یکی از بنیان‌گذاران آلیک می‌گوید: «توسعه و پذیرش تجارت اجتماعی باید انقلاب جدید باشد. اگرچه از سال ۲۰۱۹ تغییرات بسیاری با تأثیرات خوب و بد ایجاد شده و تجارت اجتماعی ایده تازه‌ای نیست، اما مدل‌های کسب و کار و ابزارهایی که از سفرسازان حمایت می‌کند، توجه لازم را دریافت کرده و درک راهکارهای خلاقانه می‌تواند به اقتصاد خالقان کمک کند.»

تجارت اجتماعی پیش از این صنایعی همچون مد، آشپزی و سبک زندگی را دگرگون کرده و حالا وقت آن رسیده که تأثیر خود را در کل اکوسیستم سفر از جمله تورها، برنامه‌های سفارشی سفر و انجام رزروها بگذارد. در این میان برندها، اینفلوئنسرها و افرادی که به هیچ کسب و کاری وابسته نیستند، مدت‌هاست که بخشی از چشم‌انداز رسانه‌های اجتماعی هستند، سفر را تبلیغ می‌کنند و داستان‌هایی درباره سفر ایده‌آل به اشتراک می‌گذارند. پرسش اینجاست که تولیدکنندگان چگونه می‌توانند از تعطیلات سود برده و آن را با دیگران به اشتراک بگذارند؟ آیا صنعت سفر آماده چنین تجارتي (تجارت اجتماعی) شده است؟

یک دیدگاه این است که اشتراک‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی نباید به عنوان یک معیار در تجارت اجتماعی باشد، بلکه تنها می‌تواند یک هدف در حوزه بازاریابی باشد. پیش‌بینی می‌شود درآمدهای تجارت اجتماعی از ۴۹۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱ به ۱٫۷ هزار میلیارد در سال ۲۰۲۵ افزایش یابد.

طبق همان دستورها درست می‌شود.

### چالش‌های اینستاگرام

خالق برند آرتیشو درباره مشکلات کسب و کارهایی مثل خودش که در اینستاگرام فعالیت می‌کنند، می‌گوید: «اگر اینستاگرام نبود، نمی‌توانستم این کار را شروع کنم. شرایط آن را نداشتم که مدل دیگری کار کنم. اینستاگرام کمک بزرگی به من کرد. دوست دارم این کارآفرینی را گسترش دهم و افراد بیشتری را مشغول به کار کنم. در کنار آن، به بسیاری از افراد مشورت می‌دهم که چطور چنین کاری را راه بیندازند و فعالیت کنند. از چالش‌های خودم می‌گویم تا مسیر برایشان روشن‌تر شود. در برخی شهرها هنوز فینگر فود را قبول نکرده‌اند و کار برای افراد سخت‌تر است.»

البته از چالش‌های دیگر اینستاگرام هم مسئله اینترنت و سرعت گاه‌به‌گاه پایین آن است که کار تولید محتوا را برای او سخت می‌کند. می‌گوید تلاش کرده باگ‌ها و مسائل اینستاگرام را بهتر بشناسد. شعار ناخوشایندی این است که بتواند به زنان کمک کند تا آنها هم بتوانند توانمند شوند.

بخش دیگری از چالش‌های آرتیشو فراتر از پلتفرم اینستاگرام است. ترابی می‌گوید: «وقتی به بهداشت مراجعه می‌کنم تا بتوانم

جواز و کارهای بهداشت را انجام دهم و سیب سبز بگیرم، با مشکلات دیگری مواجه می‌شوم. برای این کار باید کارگاهی داشته باشم که ویژگی‌های خاص خود را داشته باشد و من از صفر مطلق شروع کرده‌ام. آن قدر درآمد ندارم که بتوانم چنین جایی را تأمین کنم. کسب و کارهای کوچک مثل من، نیاز به شفقت بیشتری دارند.»

### قدم بعدی برند

پله بعدی آرتیشو باید با توجه به سلامتی ناهید باشد. می‌گوید از پزشکی قانونی نامه ۶۴ درصد معلولیت گرفته که بخشی از آن هم مربوط به آسیب‌های عصبی است که تا آخر عمر با او می‌ماند. محدودش نکرده اما گاهی ناراحت می‌شود. خریدهای سنگین و ساعات‌های کاری زیاد به او فشار می‌آورد. دوست دارد فروشگاه فینگر فود در کرج تأسیس کند که قطعاً نیاز به سرمایه‌گذار دارد. دوست دارد شعبه‌های آرتیشو را در شهرهای مختلف داشته باشد. همه اینها از نظر ناهید ترابی کم، اندک یا کند پیش می‌رود، اما یک نگاه ساده به برندهایی که خالقان‌شان سلامت‌تر از او هستند، نشان می‌دهد که آرتیشو توانسته پیوستگی را در کنار آهسته حرکت کردن رعایت کند و همین هم یک کسب و کار کوچک را به موفقیت امروز رسانده است.

کشید تا سرپا شد. حتی وقتی سام به کلاس اول می‌رفت، نتوانست تا پارکینگ خانه او را همراهی کند. ناتوانی هایش اشک شد و ریخت تا تمام شود و دوباره یک ناهید سرپا و فعال از او بسازد.

### تولد آرتیشو

در همان مدتی که خانه‌نشین شده بود، کمی به سمت علاقه‌مندی‌اش رفت. همیشه آرزو داشت یک فودکورت حرفه‌ای در یک مرکز خرید داشته باشد. تصمیم گرفت یک پیج اینستاگرامی راه بیندازد تا فریاد بزند که هنوز زنده است. مدام در اینترنت می‌گشت و پیج‌های ایرانی و خارجی بسیاری را می‌دید. محصولاتی را که می‌توانست ارائه دهد، روی کاغذ نوشت. از خواهرش که عکاس حرفه‌ای بود کمک گرفت تا از محصولات عکس بگیرد. پشتوانه همسرش را هم داشت. هرچند همیشه از این می‌ترسید که دیگران به او برچسب بزنند «با این همه تجربه و تحصیلات، آشپزی می‌کنی؟» با واکر راه می‌رفت تا یک محصول درست کند و عکس بگیرد و چند روز از درد دست و کمر از پا می‌افتاد. اما احساس می‌کرد دنیای تازه‌ای برایش شروع شده است. همه تصور می‌کردند پیج آرتیشو راهی برای سرگرم شدن و انگیزه گرفتن ناهید است و شاید کسی تصور نمی‌کرد یک راه درآمدزایی برای چندین نفر شود.

به‌مرور درباره اینستاگرام مطالعه کرد تا تولید محتوای درست داشته باشد. اول کار، آشنایان سفارش محصول می‌دادند و شاید کار برای آرتیشو چندان جدی نبود. اما کم‌کم غریبه‌ها هم به او اعتماد کردند. ناهید می‌گوید همیشه تلاش کرده بهترین مواد را برای محصولاتش استفاده کند. شاید ابتدای کار قدری از سود کم کرد اما دنبال اعتبار، ماندگاری و ارائه کار باکیفیت بود. تلاش کرد کارهایش را از کلیشه‌های موجود خارج کند. می‌گوید سبک کار هر کسی امضای افراد است اما در همین حوزه هم بسیاری از افراد دنبال کپی کردن کارها هستند.

### قد کشیدن یک برند

کار را از خانه شروع کرد و به‌مرور بزرگ‌ترش کرد. می‌گوید گاهی در طول ماه تنها یک میلیون تومان برای خودش می‌ماند. اما حالا چهار نفر در برند آرتیشو مشغول به کار هستند. یک کارگاه ۷۵ متری دارد. شاید هنوز برای ناهید شرایط ایده‌آل نباشد. اما تلاش کرده بخش مهمی از درآمدش را برای توسعه کار بگذارد. از جمله فواید کار کردن‌های دقیقش در آزمایشگاه این است که حالا آرتیشو فایل‌های دقیقی دارد که همه چیز از دستور پخت و جزئیات محصول در آنها ثبت شده و همه چیز



سپیده اشرفی

Sepideh.ashrafi64@gmail.com



شماره ۶۲  
۳۰ مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم



رسانه صنعت بیمه و اینشورتک ایران



سند همکاری بین بانک خاورمیانه و فینوتک امضا شد

## ارائه خدمات بیشتر به کسب و کارهای فین تکی

شرکت فینوتک از امضای قرارداد همکاری میان بانک خاورمیانه و این شرکت در مردادماه ۱۴۰۱ خبر داد. مطابق با این توافق و به پشتوانه حمایت بانک خاورمیانه، خدمات بانکداری باز این بانک در اختیار کسب و کارهای فین تکی بیشتر قرار خواهد گرفت. هم اکنون سرویس های مبتنی بر حساب بانک خاورمیانه توسط فینوتک پشتیبانی شده و افراد حقیقی و حقوقی می توانند با API از خدمات بانک خاورمیانه نیز استفاده کنند.

فینوتک پلتفرم نوآوری باز است که دسترسی به وب سرویس های بانکی، خدماتی، احراز هویت و اعتبارسنجی را در اختیار کسب و کارها قرار می دهد. بانک خاورمیانه نیز برای حمایت بیشتر از این حوزه، سرویس های بانکداری باز مبتنی بر حساب خود را روی پلتفرم فینوتک ارائه می دهد. طرفین این قرارداد با رویکرد گسترش بانکداری باز، به دنبال ایجاد همکاری سازنده میان بانک ها و کسب و کارها هستند. اکنون استفاده از سرویس های مبتنی بر حساب بانک خاورمیانه با کمک API های فینوتک برای هر کسب و کاری در دسترس خواهد بود. این وب سرویس ها تا پیش از این برای بانک های آینده، کشاورزی، پارسیان و ایران زمین فعال بوده است.

خاورمیانه و فینوتک پیش از این هم در قالب تفاهم نامه ای به صورت محدود با یکدیگر همکاری می کردند و تجربه موفق همکاری، به گسترش و تحکیم آن منجر شد. قرارداد همکاری بین بانک خاورمیانه و شرکت فینوتک به امضا رسیده است و از حالا سرویس های بانکی - حسابی بانک خاورمیانه از طریق پلتفرم فینوتک نیز فعال است. مهم ترین گروه سرویس هایی که در این قرارداد پشتیبانی خواهد شد، عبارت اند از: وب سرویس های واریز و برداشت از حساب، وب سرویس های استعلامی و تبدیلی و سرویس استعلام از سامانه پیچک.



شماره ۶۳  
مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم



# نسل جدید فین تکی ها برای دوران بازنشستگی

افزایش سرمایه هفت میلیون پوندی اپلیکیشن پنفولد که رقیب بیمه های تأمین اجتماعی است

یکی از طرح های اصلی پنفولد، مستماری محل کار است که هزینه های مربوط به آن می تواند به عنوان یک امتیاز از سوی کارفرما پرداخت شود یا خود شاغلین اقدام به پرداخت آن کنند. چیزی شبیه به همان پس انداز برای دریافت مستماری در بازنشستگی از طریق بیمه تأمین اجتماعی در کشورهایی چون ایران. در بخشی از وبسایت این استارت آپ، گزینه ای برای محاسبه میزان هزینه ماهانه بر اساس سن افراد و حقوق ماهانه دیده می شود که می تواند راهنمای خوبی برای آنها باشد که دیدگاه مشخصی نسبت به مستماری بازنشستگی ندارند.

### نسل جدید فین تکی های بازنشستگی

امکان انتقال پس اندازهای پیشین به اپ پنفولد هم وجود دارد. این استارت آپ که در سال ۲۰۱۸ آغاز به کار کرد، توسط مقامات ناظر امور مالی انگلیس تأیید شده و به نظر می رسد جایی امن برای سرمایه گذاری دوره بازنشستگی است. آن طور که پنفولد عنوان کرده، بخشی از هدف این استارت آپ کمک به کارمندان برای نظارت بر درآمدشان است. بر همین اساس هم مأموریت خود را بر این بنا گذاشته که همه بتوانند پولی را برای بازنشستگی خود پس انداز کنند. کاربران گفته اند که نسخه موبایل این اپلیکیشن گزینه هایی برای برنامه ریزی و انتخاب طرح های ارائه شده دارد. برخی معتقدند که بالا بودن سن بازنشستگی در برخی کشورها، فرصت خوبی برای ورود استارت آپ ها و اپلیکیشن هایی مانند پنفولد است تا در مدیریت هزینه ها و پس انداز برای بازنشستگی، به کارمندان کمک کنند. نمونه ای از کسب و کارهای حوزه فین تکی که با هدف گذاری قشر سالمند از همین امروز به دنبال توسعه بازار خود هستند.

بازنشستگی دولتی و عمومی، حقوق بازنشستگی خود را تنظیم، مدیریت و پیگیری کنند. این سرویس برای طیف وسیعی از افراد مختلف از جمله آنهایی که تاجر یا خوداشتغال هستند یا کارکنان شرکت های مختلف، برنامه ریزی شده است و انعطاف و سهولت لازم را در انتخاب یک برنامه بازنشستگی مشخص در اختیارشان قرار می دهد. البته بخشی از برنامه های پنفولد می تواند برای افرادی باشد که امکان دریافت حقوق بازنشستگی را دارند، اما می خواهند رقم دریافتی خود را بالاتر ببرند. این استارت آپ عنوان کرده که به ازای هر ۱۰۰ پوندی که افراد سرمایه گذاری می کنند، دولت هم یک ۲۵ پوند مضاعف روی پول آنها می گذارد تا فرایند پس انداز ماهانه برای مستماری بازنشستگی تسهیل شود.

### مسلمانان و یک فرمول ویژه بازنشستگی

در حقیقت پنفولد یک پلتفرم دیجیتال مستماری است که بخش های مختلفی مربوط به مستماری بازنشستگی و دیگر موارد دارد. این مجموعه طرح های مختلفی برای کار خود ارائه داده که شامل افراد خوداشتغال و شرکت ها می شود تا بخشی از درآمد خود را برای دریافت این مستماری در سنین بالا پس انداز کنند. نکته جالب اینکه، بخشی از گزینه های پنفولد، مربوط به آنهایی است که قصد دارند موارد شرعی و مذهبی را هم در امورات مالی زندگی شان رعایت کنند. البته پنفولد پیش از این هم اعلام کرده بود که یک شکاف ۱۱/۵ میلیارد پوندی در حقوق بازنشستگی بین طبقه کارگر مسلمان انگلیسی و دیگر گروه ها به چشم می خورد. شاید به همین دلیل است که این اپلیکیشن گزینه ای را برای پس انداز مستماری مختص مسلمانان ارائه داده است.

«پنفولد» یک پلتفرم دیجیتال مستماری بازنشستگی است. این اپلیکیشن به تازگی جذب سرمایه ای در سری A به رقم هفت میلیون پوند (معادل ۸،۴۹ میلیون دلار) داشته که توسط گروه سرمایه گذاری بریدفورد صورت گرفته است. در این سرمایه گذاری جرمی کولر، مسئول ارشد سرمایه گذاری و مدیر مجموعه کولر کپیتال هم به عنوان یکی از شرکا دیده می شود. پنفولد توانسته یک سرمایه دیگر را هم از طریق کرافاندینگ به دست آورد. این سرمایه قرار است برای گسترش خدمات بخش مستماری کارکنان سازمان ها اختصاص یابد.

### بازار هشت هزار میلیارد پوندی بریتانیا

کریس ایستود، هم بنیان گذار پنفولد در اظهار نظری گفته است: «امسال، سال بزرگی برای پنفولد است؛ از راه اندازی خدمات مستماری محل کار گرفته تا افزایش سرمایه ۱۰۰ میلیون پوندی». گروه بریدفورد که سرمایه گذار ارشد این معامله استارت آپ بوده، عنوان کرده است: «مستماری بازار بزرگی دارد که به تنهایی در انگلیس هشت هزار میلیارد پوند پس انداز را شامل می شود. علاوه بر آن، بسیاری از افراد هنوز علاقه مند به مشارکت در این حوزه نشده اند یا برخی افراد هم به اندازه کافی مشارکت نکرده اند. برای همین این صنعت یک فرصت واقعی برای افرادی است که از منظر کسب و کار یا سرمایه گذاری وارد این حوزه می شوند.» پنفولد به عنوان یک اپلیکیشن پس انداز مستماری بازنشستگی، هدف خود را ساده کردن فرایند پس انداز عنوان کرده است. گفته می شود که این اپلیکیشن جایگزینی دیجیتال برای برنامه های بازنشستگی سنتی است و به کاربران کمک می کند تا بدون نگرانی های رایج در صندوق های



برگزیده رویداد جایزه ملی  
کنگره جهانی توسعه  
منابع انسانی

## دنتسو؛ بهترین برند کارفرمایی هند

خدمات جهانی دنتسو، یک مرکز جهانی که بهترین راه حل‌های خلاقانه، فناوری و تجاری را به مشتریان جهانی ارائه می‌دهد، در رویداد جایزه ملی که توسط کنگره جهانی توسعه منابع انسانی در بمبئی برگزار شد، مفتخر به دریافت جایزه بهترین برند کارفرمایی در سال ۲۰۲۲ شد. جایزه ملی بهترین برند کارفرمایی به بهترین شرکت‌هایی اهدا می‌شود که شیوه‌های عالی مدیریت منابع انسانی، ابتکارات مشارکت تیمی و فرهنگ کاری ویژه‌ای را نشان داده‌اند. این رویداد با حضور کارشناسان صنعت بیش از ۱۰۰ شرکت برتر، روی شیوه‌های برتری افراد کلیدی مانند رهبری منابع انسانی، فرهنگ کاری در حال تحول، شیوه‌های مشارکت کارکنان، رهبری زنان، تنوع و شمول تأکید کرد.

آقای شاشیکانت شیمپی، معاون و رئیس خدمات جهانی دنتسو، با ابراز قدردانی از کنگره جهانی توسعه نیروی انسانی، گفت: «این یک امتیاز بود که به عنوان بهترین نام تجاری کارفرما برای سال ۲۰۲۲ توسط کنگره جهانی توسعه نیروی انسانی برگزیده شویم، زیرا این جایزه، اعتبار ما را تأیید می‌کند. ما هر روز برای ایجاد پیشرفت معنادار برای مشتریان و افراد خود تلاش می‌کنیم. ما این جایزه را به تیم فوق‌العاده‌مان تقدیم می‌کنیم که قلب و روح خود را برای تبدیل خدمات جهانی دنتسو به مکانی عالی برای کار می‌گذارند.» خدمات جهانی بخشی از دنتسو اینترنشنال است؛ یک تیم قدرتمند متشکل از ۴۸ هزار متخصص که در بسیاری از برندهای شبکه و ۱۴۵ کشور پراکنده شده است. یک مرکز جهانی که بهترین راه حل‌های خلاقانه، فناوری و تجاری را برای دنتسو اینترنشنال ارائه می‌دهد. تا به امروز، بیش از ۶۰۰ پروژه را برای بیش از ۳۰۰ مشتری جهانی در بیش از ۲۰ بازار ارائه داده است. آنها در طول سال‌ها، پلتفرم‌ها و راه‌حل‌های نوآورانه اومنی‌چنل برای برندهای بین‌المللی و خرده‌فروشان بزرگ از جمله سونی، آدیداس، اسپیدو، شیسیدو، کنون، زویلینگ، سیگنیفا و... ایجاد کرده‌اند.



شماره ۶۲  
۳۰ مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم

# نسل زد؛ علاقه مند به اثرگذاری

در گزارش جدیدی علاقه مندی نسل‌های مختلف به جایگاه‌های شغلی بررسی شده است؛ این گزارش به ما می‌گوید که نسل‌های مختلف با توجه به روحیات شان به چه مدل کارهایی علاقه بیشتری دارند و از آن لذت می‌برند

گزارش جدید گلسدور با تمرکز بر نسل زد (متولدین سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۲)، به بررسی میزان محبوبیت مشاغل در نسل‌های مختلف پرداخته است.

سه شغل محبوب نسل ایکس (متولدین سال‌های ۱۹۶۵ تا ۱۹۸۰) همگی نقش‌های رهبری، از جمله مدیرعاملی بوده است.

گزارش جدید گلسدور در مورد نسل زد شامل مشاغلی است که آن نسل (و سایر نسل‌ها) بیشتر از آنها راضی هستند. این لیست بر اساس میانگین رتبه‌بندی ایالات متحده بود که در آن رتبه‌بندی‌ها مقیاس پنج درجه‌ای داشتند و عدد یک بسیار ناراضی را نشان می‌دهد

برای نسل زد، شغلی که بالاترین میانگین رتبه را داشت، استخدام شرکتی بود. این شغل برای آن نسل دارای میانگین امتیاز ۴٫۷۹ بود. دو مقام مختلف رهبری - به ترتیب مدیر اجرایی و رهبر - بالاترین میانگین رتبه‌بندی را برای نسل ایکس و بومرز

(متولدین سال‌های ۱۹۴۶ تا ۱۹۶۴) داشتند.

طبق این گزارش، کارکنان نسل زد از نقش‌هایی که فرصت شکل دادن به فرهنگ شرکت و تأثیر اجتماعی را برای آنها فراهم می‌کند، رضایت بیشتری دارند. فرهنگ شرکت در طول استعفای بزرگ بسیار مهم بوده است، زیرا برخی از افراد به دلیل فرهنگ سمی محل کار، آنجا را ترک می‌کنند. به طور کلی، نسل زد در استعفای بزرگ نقش پررنگی داشته، زیرا آنها بسیار راحت‌تر از نسل‌های پیشین، شغل خود را عوض می‌کنند.

وقتی به نتایج بررسی‌های این گزارش برای نسل‌هایی غیر از نسل زد نگاه می‌کنیم، نقش جذب و استخدام در یک شرکت رضایت‌بخش‌ترین شغل به حساب می‌آید که امتیازش ۴٫۵۹ است.

ریچارد جانسون، دانشیار اقتصاد در گلسدور و نویسنده این گزارش می‌گوید: «به طور کلی نسل زد از کار کردن در نقش‌های خلاقانه و غیرفنی بیشترین رضایت را دارند. تنها دو شغل از ده شغل

دارای بالاترین رتبه برای کارمندان نسل زد در حوزه فناوری هستند، در حالی که این تعداد برای نیروی کار غیر از نسل زد، شامل پنج عنوان شغلی است.»

مدیر ارشد اجرایی، مدیر عامل و رهبر سه شغل برتر را تشکیل می‌دهند که بر اساس بررسی‌ها، نسل ایکس بیشترین رضایت را از آنها دارد. برای نسل بومرز، سه پست مدیریتی مختلف بخشی از ده شغلی بودند که بالاترین رتبه‌بندی را داشتند، اما نقش رهبر و مدیرعامل در این نسل در بالاترین رتبه‌ها قرار گرفته‌اند.

جانسون نوشت که نسل ایکس و بومرز در نقش‌هایی رضایت می‌یابند که نیاز به سال‌ها تجربه بیشتر، مسئولیت‌پذیری بیشتر و تأثیر گسترده‌تر در سراسر تجارت (مانند رهبر و مدیر اجرایی) دارند.

جایگاه شغلی مشاوره املاک با میانگین امتیاز ۴٫۵۸، بالاترین رتبه را در گروه میلی‌نالی (متولدین سال‌های ۱۹۸۱ تا ۱۹۹۶) داشت. این شغل همچنین با امتیاز ۴٫۷۴ سومین شغل مورد علاقه بومرز بود.



ترانه احمد دوست  
taraneh-ahmaddoust@yahoo.com

نسل زد	میلینالی	نسل ایکس
۱ بررسی و جذب نیرو (corporate recruiter)	مشاور املاک (realtor)	مدیر ارشد اجرایی (chief executive officer)
۲ مدیر بازاریابی (marketing manager)	بررسی و جذب نیرو (corporate recruiter)	مدیر ارشد عملیاتی (chief operating officer)
۳ مدیر رسانه‌های اجتماعی (social media manager)	طراحی و نصب نرم‌افزار (full stack engineer)	رهبر (president)
۴ متخصص تحلیل و پردازش داده (data scientist)	مدیر ارشد عملیاتی (chief operating officer)	بررسی و جذب نیرو (corporate recruiter)
۵ مدیر محصول (product manager)	متخصص خدمات مشتریان (technical account manager)	مدیر برنامه‌ریزی و استراتژی (strategy manager)
۶ متخصص آی‌تی (IT specialist)	تحلیلگر سئو (SEO analyst)	مشاوره املاک (realtor)
۷ هماهنگ‌کننده حساب‌ها (account coordinator)	مدیر اجرایی (executive director)	شراکت در دفاتر حقوقی (law firm partner)
۸ مدیر/تحلیلگر اعتبارات (credit analyst)	بررسی و جذب نیرو فنی (technical recruiter)	مهندسی راه حل (کشف و حل مشکلات تجاری مشتریان) (solutions engineer)
۹ مدیر فنی پروژه (project engineer)	برنامه‌نویس سیلزفورس (salesforce developer)	مدیر رضایت مشتری (customer success manager)
۱۰ مدیر پیشرفت کسب‌وکار (business development)	رهبر (president)	متخصص منابع انسانی (HR specialist)



## نگاهی به بیلبورد تبلیغاتی فلای تودی

### یک پُک سفر بزن!

تصویر دو انگشت که کلمه «سفر» را مثل سیگار بین خود نگه داشته‌اند، بخشی از بیلبوردهای اخیر فلای تودی است. شاید تصویر ذهنی خیلی‌هایی باشد که از زمان کرونا تا به الان یک سفر به دل خوش نرفته‌اند.

فلای تودی قبل از آن هم تبلیغاتی را در اینترنت و سوشال مدیا داشت که قدری واضح‌تر مفهوم سفر لازم بودن را توضیح می‌داد. در آن تبلیغات افرادی هستند که همه کارهایشان را به‌اشتباه انجام می‌دهند و بعد به یک نقطه خیره می‌شوند. نمادی از خسته شدن و کلافگی. اما در بیلبوردی که در سطح شهر به نمایش درآمده، مفهوم سفر لازم بودن درست همان سیگار است که حالا جای خود را به کلمه «سفر» داده است.

دروغ چرا، چند باری گذشت و از کنار تبلیغ رد شدم تا این نکته ظریف را پیدا کردم. یک بار هم که با دوستی درباره آن صحبت می‌کردم، متوجه شدم که او هم قضیه را نگرفته است. در نغز بودن این تصویر بیلبورد و ایجاد نکته‌های پنهانی یا رمزی برای اشاره به موضوع سفر شکی نیست. اما سؤال من اینجاست که مخاطب سوار بر خودرو که با سرعت از کنار آن رد می‌شود، چقدر فرصت برای درک آن دارد؟ هرچند بخشی از مخاطبان چنین بیلبوردی، عابران پیاده یا مسافران تاکسی و امثالهم هستند. با این حال، اشاره مستقیم و ساده به یک نکته یا رمز در چنین تبلیغ‌هایی که قرار است در سطح شهر قرار گیرند و مخاطب آن ده‌ها هزار شهروند با پیشینه و سواد متفاوت هستند، بهتر است. بماند که تناقض سفر و کرونا هنوز هم بعد از این چند سال حل نشده و مخاطب بخت برگشته نمی‌داند به صحبت‌های ستاد کرونا گوش بدهد، در خانه بماند و خمار سفر باشد یا دست به چمدان برد و همان قدر که در تبلیغ اینترنتی فلای تودی نشان می‌دهد، ساده به مقصد برسد و نفسی چاق کند.



شماره ۶۲  
۳۰ مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم



عکس: پریا امیرحاجلو

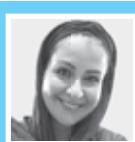
# کپی کاری به سبک خاطره‌ها

پایله‌های عصر پرواز در تبلیغات خود چه پیغامی برای مخاطب دارد؟

شکی نیست که هر کدامان به عنوان مخاطب تبلیغات، بیشتر فیلم‌ها و عکس‌هایی را به خاطر می‌سپاریم که یک تداوی خاطره یا نوستالژی برایمان داشته باشد. مثلاً همین تبلیغ چند هفته قبل دیوار که حسابی هم سروصدا کرد و در نهایت با دستور قضایی و به دلیل استفاده از موسیقی و چهره‌ای شبیه به خواننده لس آنجلسی جلوی آن گرفته شد. آنجا هم این تداوی خاطره دیده می‌شد. مخاطب با یادآوری هر خاطره‌ای که از آن صدا داشت، تبلیغ دیوار را تا انتها دنبال می‌کرد و با آهنگی که بارها خوانده بود و احتمالاً برایش خط به خط خاطره بود، همراهی می‌کرد.

این بار ایده تداوی خاطره را می‌توان در تبلیغ تازه پایله‌های عصر پرواز دید. هرچند که نام خود این شرکت هم در نوع خود جالب و قابل توجه است. شرکتی که قصد دارد سفر رفتن بدون محدودیت مالی و پرداخت در آینده را تبلیغ کند، خودش هنوز به پروانگی نرسیده و به قول خودش در عصر پرواز، پایله مانده است. تبلیغ با همان المان‌های

تبلیغی متحرک شروع می‌شود. شعارش هم این است که «چمدون، بلیط، حرکت!» اما معنای حرکت، به طرز افراط‌گونه‌ای در این تبلیغ استفاده شده. کاراکتر انیمیشنی در هر کلامی که می‌گوید هزار بار به جلو و عقب می‌رود تا یک وقت معنای حرکت کم القا نشده باشد. البته عده‌ای معتقدند همین تبلیغ ساده، برخی فاکتورهای لازم برای قرار گرفتن در مرکز توجه اینستاگرامی را دارد. اصلاً تبلیغ هم برای همین بستر آماده شده اما بیراه نیست اگر بگوییم تبلیغ در چنین فضایی هم فاکتورها و استانداردهای لازم خودش را دارد. تنها چیزی که مخاطب می‌تواند در این تبلیغ ببیند و با آن همراه شود، فضای رنگی و شعری است که این بار هم از خواننده آن طرف آب است و خاطره‌های بسیاری برایمان ساخته است. نکته دیگر وعده پرداخت اقساط سفر به صورت ۱۰ ماهه است. بماند که اگر یک خانواده ساده یا فردی که کارمند است قرار باشد به مقاصدی که این تبلیغ می‌گوید یعنی ترکیه و روسیه و تایلند برود، باید دست



سپیده اشرفی



Sepideh.ashrafi64@gmail.com

بیشتر از ۱۰ سال از آن روزهای گذرد اما به خوبی در خاطرم هست که چطور آن یک روز را به‌ناچار در نقش بازار یاب یک انتشارات گذراندم. یک لیست بلندبالا جلویمان گذاشته بودند و از صبح که می‌رسیدیم، رقابت برای بیشترین فروش شروع می‌شد. یادم نیست محصول مورد نظر چه بود و کدام مجموعه وابسته به انتشارات بود، اما آنچه هنوز در ذهنم چرخ می‌خورد، خط خوردن یک به یک شماره‌ها بود. قبل از تماس، آموزش‌های لازم را می‌دیدیم که چه بگوییم و چطور مخاطب را پای تلفن متقاعد کنیم. یک جمله بلندبالا که شامل معرفی خودمان و مجموعه و در نهایت توجیه مخاطب بود که بیاید و محصول را بخرد. هر شماره‌ای که

به صورت رندم روی اعصاب شما راه می‌رویم!

## در مذمت مارکتینگ تلفنی

می‌گرفتم دست و دلم می‌لرزید که لابد همین حالا فحش می‌شنوم و گوشی را رویم قطع می‌کنند. شانسی آوردم یا حوصله مخاطب بیشتر بود؛ نمی‌دانم. هیچ تماسی قطع نشد اما بی حوصله گوش می‌کردند و در میانه با عذرخواهی تلفن را قطع می‌کردند. همان وقت‌ها به فیلم شخصیت مستربین و گم کردن یک عدد از شماره تلفن بچه‌ای که پیدا کرده بود فکر می‌کردم. یک کاغذ برداشته بود و با همان حالت طنز، دانه به دانه شماره‌ها را می‌گرفت تا به شماره مورد نظر برسد و هر کدام که اشتباه بود خط می‌زد. چند روز قبل برای هم‌زمانی بار از خیریه فلان تماس گرفتند و وقتی سعی کردم بگویم هزار بار با من تماس گرفته‌اند و



شش سؤال برای نوشتن یک استراتژی خوب در مارکتینگ

## مخاطب و نیازش را بشناسید

چالشی در زندگی روزمره خود دارد؟

سؤال مهم دیگری که باید پرسید این است که مشتری های احتمالی شما وقتشان را کجا می گذرانند؟ در حقیقت نیاز دارید بدانید کجا می توانند این مشتری های آنلاین را بیابید. فرقی هم نمی کند که فضای آنلاین باشد یا آفلاین. در این مکان های احتمالی وقت بگذرانید و محتوای لازم را برای این مکان ها ایجاد کنید تا به مشتری ایده آل خود نشان دهید که چطور می توانید مشکلات آنها را حل کنید.

سؤال بعدی این است که چه زمانی می توانید با این مشتری های ایده آل در ارتباط باشید؟ در حقیقت زمان فعالیت آنها مثل زمانی از روز یا شب یا حتی زمانی از سال یا شرکت در یک کنفرانس باشد. همه اینها به شما کمک می کند ارتباط بهتری با این مخاطبان برقرار کنید.

پرسش دیگر مربوط به نقطه تمایز شماست. از خودتان بپرسید چرا آنها باید شما را در میان رقبای دیگر انتخاب کنند. اگر قیمت کمتری ارائه دهید شاید مشتری بیشتری داشته باشید اما باید دلیل محکم تری برای ماندگاری مخاطب داشته باشید. مشتریان تمایل دارند راحتی یا سهولت استفاده را در اولویت قرار دهند. چیزی را پیدا کنید تا متمایز شوید.

سؤال آخر این است که چگونه می خواهید آنها را وارد قیف بازاریابی خود کنید؟ ممکن است فرصت شما در پشت جست و جوی گوگل یا پستی در شبکه های اجتماعی باشد. فراموش نکنید که این پرسش ها را هر سه ماه یک بار از خود بپرسید و کار خود را ارزیابی کنید. در این صورت می توانید یک استراتژی خوب برای فروش داشته باشید.

شاید مارکتینگ به ظاهر کاری پیچیده باشد. کاری که نیاز به کانال های متعدد برای اجرای یک کمپین دارد. با این حال، کار سختی نیست اما اشتباهی که اغلب استارت آپ ها به آن دچار می شوند، انجام کارهای زیاد در سرعت بالاست. اگر قرار است اولین استراتژی خود را بنویسید، بهتر است در ابتدا افرادی که قرار است محصولی را به آنها بفروشید، یعنی مشتری نهایی، مکان هایی که قرار است محصول عرضه شود و شیوه های ارتباط با آنها را مشخص کنید. اما بگذارید با این شش سؤال قدم به قدم جلو برویم و موارد لازم برای یک استراتژی درست را مرور کنیم.

اولین سؤال این است که مشتری ایده آل شما کیست؟ قبل از نوشتن استراتژی باید به خوبی بدانید که برای چه کسی بازاریابی می کنید. در حقیقت هر کسی نمی تواند یک مشتری ایده آل برای شما باشد. در واقع در این مرحله نیاز به مشخص شدن نوع دقیق مشتری ایده آل خود دارید. شاید این سؤالات بتواند شما را راهنمایی کند: مشتری ایده آلی که می خواهم با آن کار کنم کیست؟ راحت تر بین مشتری برای کار کردن با من کیست؟ کدام مشتری است که بیشتر از همه متقاضی این محصول یا خدمات باشد؟ چه کسی می خواهد هزینه لازم برای این محصول را بپردازد؟ شاید در ابتدای کار، چند مشتری ایده آل برای شما وجود داشته باشد اما بهتر است روی یکی متمرکز شوید. این مسئله باعث افزایش وضوح کار شما می شود.

سؤال دیگر این است که نیاز مخاطب از برند شما چیست؟ شاید پاسخ ساده باشد و بگویید که خب فلان محصول من قرار است فلان خدمت را به مشتری کند. اما قدری عمیق تر فکر کنید و خودتان را جای مشتری بگذارید. از خود بپرسید که مشتری شما چه

# بورس بازی به سبک کاریزما

## آیا بورس دیگر ضرر ندارد؟

شده تا توجه سهام داران بیشتر از قبل به این تضامین جلب شود. البته گویا خود کاریزما هم به حد ضرر معتقد است و ادعایی در خصوص تضمین کل سود سهامداران ندارد. اما آنچه که تبلیغ این شرکت نشان می دهد، خارج شدن از محدوده ضرر و رساندن سهامدار به سود است. کاریزما قبل از این تبلیغ هم تیزینگ دیگری در سطح شهر با عنوان «من هم کاریزما دارم» داشت. چهره های معمولی که بیشتر در تبلیغات شرکت های مختلف دیده بودیم، این بار با این جمله خودنمایی و توجه شهروندان را به خود جلب می کرد. در واقع گویا برند کاریزما در این مرحله قصد داشت، نشانی از ابهت و جاذبه از خود در ذهن مخاطبان به جا بگذارد.

کاریزما خودش را اولین سبذگردان ایران می داند. سبذگردانی درست همان کاری است که بسیاری از شرکت های مالی در بورس های بین المللی انجام می دهند و سرمایه سهامدار را به گونه ای در میان سهم ها می چینند که کمترین ضرر را داشته باشد. در دنیای رمزارز این کار در بسیاری مواقع با هوش مصنوعی یا ربات انجام می شود. به این صورت که ربات مربوطه تا حد مشخصی معاملات متعدد انجام می دهد تا در نهایت شما را به سود روزانه برساند. اگر کاریزما همین منظور را داشته باشد، آنچه در تبلیغ بیان کرده درست است. با این حال، بسیاری معتقدند جمله «بورس دیگه ضرر نداره!» به طور کلی ماهیت بورس و زیان دهی آن را تداعی می کند و می تواند به همان میزان که باعث جلب توجه شهروندان می شود، آنها را از این تبلیغ فراری بدهد.

صحبت از بورس و ضرر که می شود، آه از نهاد هزاران ایرانی برمی آید و یاد خاطره تلخ بورس بازی در سال های آخر دولت قبل می افتند. به اعتقاد بسیاری، دولت تلاش کرد کسری خود را با ورود مردم به بورس تأمین کند، اما نکته مهم این بود که بالاخره قرار بود چه زمانی سرمایه های سرگردان وارد بورس شود و چه زمانی بهتر از رونق این بازار؟ اما بحث ما خود بورس و دولتمردان نیستند. تبلیغ تازه ای که این روزها در سطح شهر خودنمایی می کند، باعث شد قدری ابتدای مطلب یاد روزهای تلخ ضررهایمان کنیم؛ روزهایی که هر روز بورس را چک می کردیم و قرمز پشت قرمز بود. تبلیغ شرکت مالی و سرمایه گذاری کاریزما، با عنوان «بورس دیگه ضرر نداره» در نوع خود جالب است.

شکل برخی از تبلیغ های این تبلیغ تداعی گر همان مستطیل های قرمز و سبز بورس است و در اولین نگاه، توجه مخاطب را به خود جلب می کند. اما جمله ای که درباره ضرر بورس بیان می شود، کل ماهیت این بازار مالی را زیر سؤال می برد. تمام افرادی که وارد بورس می شوند این را به خوبی می دانند که ماهیت و ذات بازار سرمایه سود و زیان آمیخته به یکدیگر است. یعنی همین بالا و پایین شدن های بازار است که می تواند یک معامله شفاف را شکل دهد. البته از قدیم هم صندوق های ضمانت سرمایه گذاری فعالیت می کردند و شعارشان همین شعار شرکت کاریزما بود.

برخی معتقدند از نگاه شرعی معامله ای که سود و زیان آن به یک اندازه محتمل باشد، قانونی و حلال است. با این حال، همان خاطره تلخ که ابتدای مطلب به آن اشاره کردیم باعث



شماره ۶۲  
۳۰ مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم



دارند که هنوز هم دستشان به شماره گیر تلفن است و مدام روی اعصاب مردم راه می روند؟ آنچه در ذهن من از مارکتینگ تلفنی تداعی می شود، شبیه به پول هایی است که تقریباً زوری و از سر شرمساری مردم در میدانی اصلی شهر می گیرند. هر کدامشان یک برگه در دست دارند و یک کارت خوان به دست دیگر. پرونده های افراد تحت پوشش انجمن هایشان را نشان می دهند و وقتی می گویی نقد ندارم، با خوشحالی کارت خوان را از زیر بغلشان در می آورند. القصة، این روش بازاریابی یا مارکتینگ، خیلی وقت است که جواب نمی دهد و ای کاش خبریه فلان این مطلب را می دید و آن لیست احمقانه را از جلوی بازار بیا بانش برمی داشت.

قصد کمک که ندارم هیچ، حتی به قانونی بودن کارشان هم مطمئن نیستم، شنیدم که «شماره شما رو ردوم گرفتیم.» اما امروز این تماس با هم تکرار شد و توانست من را به مرز جنون برساند. ناچار شدم در میانه صحبت با اعتراض گوشی را قطع کنم. جالب اینجاست که چند بار پشت هم و دوباره تماس گرفت که لابد حرف ناگفته را بگوید یا اعتراضش را به گوشم برساند که جواب ندادم.

سؤال اینجاست که خیریه ها و ان جی او هایی که دست بر قضا این سال ها قدری تکانی به خودشان داده اند و تلاش کرده اند از سوشال مدیا برای خود آبرویی بیشتر از قبل کسب کنند، چه تصویری از مارکتینگ و بازاریابی





فردوسی درباره خرد  
چه می گوید؟

## به گفتار دانندگان راه جوی

حکیم ابوالقاسم فردوسی در آغاز شاهنامه درباره خرد می گوید:

کنون تا چه داری بیار از خرد  
که گوش نیوشنده زوبر خورد

خرد بهتر از هر چه ایزد بداد  
ستایش خرد را به از راه داد

کسی کو خرد را ندارد ز پیش  
دانش گردد از کرده خویش ریش

خرد چشم جان است چون بنگری  
تویی چشم شادان جهان نسپری

نخست آفرینش خرد را شناس  
نگهبان جان است و آن سه پاس

سه پاس تو چشم است و گوش و زبان  
کز این سه رسد نیک و بد بی گمان

خرد را و جان را که یارد ستود  
و گر من ستایم که یارد شنود

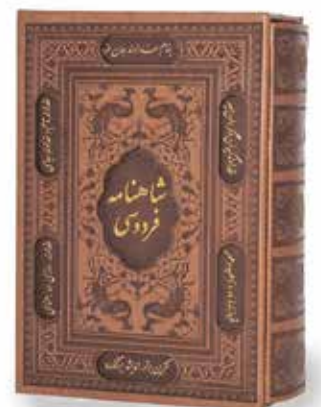
حکیمان چو کس نیست گفتن چه سود  
از این پس بگو کافرینش چه بود

تویی کرده کردگار جهان  
ببینی همی آشکار و نهان

به گفتار دانندگان راه جوی  
به گیتی بیوی و به هر کس بگوی

ز هر دانشی چون سخن بشنوی  
از آموختن یک زمان نغشوی

چو دیدار یابی به شاخ سخن  
بدانی که دانش نیاید به بن



شماره ۶۲  
۳۰ مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم

# نتایج اختلال برخی لینک‌های ارتباطی

وقتی ارتباط میلیون‌ها ایرانی با اینفلوئنسرهایشان قطع می‌شود، آنها قاطعی می‌کنند. چه توقعی دارید؟ توقع دارید آنها توضیح مسئولان رادر مورد «اختلال برخی لینک‌های ارتباطی شمالی کشور از مبداء کشورهای همسایه» بپذیرند؟

**۱** شدن از کنار آن روستا را ندارد، اما شما فکر می‌کنید چرا خانم‌های این روستا به یکباره چنین تصمیمی گرفتند؟ احتمالاً عقل مرده‌های قپانی‌زده، کنج بازداشتگاه هم به جایی قد نداده اما من می‌دانم موضوع چیست...

وقتی ارتباط میلیون‌ها ایرانی با - به قول خارجی‌ها - اینفلوئنسرهایشان قطع می‌شود، آنها قاطعی می‌کنند خوب. حالا چه خانم باشند، چه آقا، البته حالا معلوم شد



عبدالله  
مقدمی

@moghaddamy0007

عصبانیت خانم‌ها فرق می‌کند. چه توقعی دارید؟ توقع دارید آنها توضیح مسئولان را در مورد «اختلال برخی لینک‌های ارتباطی شمالی کشور از مبداء کشورهای همسایه» بپذیرند؟ اصلاً اگر این دوستان بتوانند جمله بالا را بدون نگاه کردن از روی کاغذ دو بار تکرار کنند، من قول می‌دهم که مردم هم توضیحاتشان را قبول کنند. نکنید قربان قذتان؛ نکنید. با اینستاگرام نه، با زندگی مردم بازی نکنید. یعنی فقط آن مرد عرق‌گیر و زیرشلواری‌پوش را تصور کنید که

همان‌طور که توی چرت خماری است، سرش را بلند می‌کند و می‌بیند زنش، مادرش یا خواهرش گوشی را کنار گذاشته و زل زده به او. احتمالاً آب دهانش را قورت می‌دهد و به خودش می‌گوید: کارت تمومه اشغری!

**۲** آنها باید چه می‌کردند؟ خب معلوم است باید سرشان را از توی گوشی بلند می‌کردند. وقتی سرشان را بلند می‌کردند چه می‌دیدند؟ آیا همان فضای زیبا و رؤیایی خانه بلاگرها را می‌دیدند یا خانه معمولی خودشان را؟ آیا مردهای مؤدبی را که توی پست‌های بلاگرها به خانم‌ها احترام می‌گذارند و شوخی‌های بامزه می‌کنند می‌دیدند یا مردهای پیژامه‌پوش دور خودشان را؟ حالا شما فکر کن همین مردهای قر و تصادفی، معتاد هم باشند.

نه رمال و معبر می‌شوم من  
نه بقال و نه تاجر می‌شوم من  
اگر روزی شود بختم مهیا  
برای خود بلاگر می‌شوم من

**۳**

مردها وقتی روی آیکون اینستاگرام انگشت زدند و دیدند خبری از آن نیست، با خودشان گفتند لابد لنگر کشتی به یک جای سیم اینترنت مملکت گیر کرده است. برای همین بی‌خیال اینستاگرام شدند و زدند شبکه خبر تا کمی اخبار راست گوش کنند و جگرشان حال بیاید اما خانم‌ها چه...؟

**۴**

آنها باید چه می‌کردند؟ خب معلوم است باید سرشان را از توی گوشی بلند می‌کردند. وقتی سرشان را بلند می‌کردند چه می‌دیدند؟ آیا همان فضای زیبا و رؤیایی خانه بلاگرها را می‌دیدند یا خانه معمولی خودشان را؟ آیا مردهای مؤدبی را که توی پست‌های بلاگرها به خانم‌ها احترام می‌گذارند و شوخی‌های بامزه می‌کنند می‌دیدند یا مردهای پیژامه‌پوش دور خودشان را؟ حالا شما فکر کن همین مردهای قر و تصادفی، معتاد هم باشند.

**۱**

فرض کنید که توی خانه با زیرشلواری آبی راه‌راه و عرق‌گیر سفید دراز کشیده‌اید و دارید به این فکر می‌کنید که با چه ترند می‌توانید کولر را خاموش کنید که ناگهان از در دیوار برادران خدمت نیروی انتظامی می‌ریزند و شما را قپانی می‌زنند. شما کپ کرده‌اید و هنوز متوجه نشده‌اید که چه بلایی سرتان آمده اما یک دفعه چشم‌تان به گوشه آشپزخانه می‌افتد که همسرتان دارد با خنده معنی داری نگاه‌تان می‌کند...

**۲**

نرسید. یعنی لااقل اگر ساکن یکی از روستاهای یکی از شهرهای یکی از استان‌های کشورمان نیستید، نترسید. خب کمی پیچیده شد. راستش من خودم هم وقتی خبر شکایت دسته‌جمعی همه زن‌های یک روستا در استان همدان را از همه مرده‌هایشان خواندم، کمی گیج شدم. این خانم‌های محترم در یک حرکت متحدانه، از شوهر، پدر، پسر و هر موجود مذکر دیگری که در روستایشان به مواد مخدر اعتیاد داشته است، شکایت کرده‌اند و متأسفانه بعد از این شکایت، حتی یک نفر مرد توی ده نمانده است.

**۳**

فعلاً که تا اطلاع ثانوی هیچ موجود نرینه‌ای جرئت رد

شب‌نوشته‌های یک بچه نوآورا! (۵۴)

## کسب‌وکار چریکی ما و آن دلیل مرده

چند هفته گذشته چنان بر من گذشته که تنها دلخوشی‌ام آن است که گذشت، و گر نه اگر می‌دانستم قرار است روزگار این‌گونه بگذرد، حاضر به همخانه شدن با کامیار هم می‌شدم

که شاید خرج روزمره کمتر شود و روزها آسوده‌تر بگذرد و برای تهیه مخارج چند لقمه نان یارانه‌ای ناگزیر از ادامه این کار نباشم، ولی کاش هرچه این روزها بر ما گذشت و می‌گذرد بر دیگران نگذرد؛ بگذریم!

اما چرا بگذریم؟ اصلاً دارم می‌گویم نگذریم، ولی خدا ازش بگذرد آن طرف را که با فریبا آمد دفتر ما و از بازار یابی حرف زد و پشت سر هم گفت که شما باید شیوه کارتان را عوض کنید و بروید به سمت بازار یابی چریکی. و



مهران امیری



mehranamiri@gmail.com

وقتی دید من و سمیرا و محمد چشم‌مان از حدقه بیرون زده، با خوشحالی ادامه داد در بازار دشواری که در آن هستی، این تنها راه است.

پول که ندارید خرج کنید، هرچه کار و روش مخزنی هم بوده پیش از این از سوی رقبا به کار رفته، پس بزنید توی کار جلب توجه؛ نه پول می‌خواهد و نه زمان.

نامنظم و پیش‌بینی نشده می‌زنی برجک یکی را پایین می‌آوری تا همه به تو نگاه کنند. بقیه ماجرا دیگر راحت است.

هرچه بیشتر می‌گفت من کمتر راضی می‌شدم اما می‌دیدم که چشمان سمیرا برقی می‌زند و محمد هم هاج و واج نگاهش از دهان یارو به سمت من و سمیرا می‌چرخد تا اینکه با سکوت سرکار پارتیزان بازار یابی، چرخ و فلک نگاه محمد هم دیگر نچرخید و انگار رفت توی هوا. و این‌گونه شد که یک جلسه گروهی دیگر با شرکت همه و همان کارشناس امور چریکی برگزار شد و چشمان همه چرخید و شاید رفت توی هوا و خرد جمعی ما را کشاند به این جایی که در چند هفته گذشته هستیم؛ و من هر روز وسط میدان یک جنگ پارتیزانی با جنگ‌افزارهای گوناگون وارداتی و تولید خودکفایی می‌زنم و می‌خورم، اما آخر روز نمی‌دانم

چقدر چه چیزی داده‌ایم و چه چیزی گرفته‌ایم، فقط کسب‌وکارمان هر روز زخم و زبلی می‌شود.

چند روز گذشته سراغ همان چریک را از فریبا گرفتم که گفت: «اون دلیل مرده را می‌گی؟ همیشه سرش شلوغه، هر روز هم نمی‌تونه بیاد کارهای ما را دنبال کنه، اما گفته بود شاید دو هفته بره سفر و بعدش... فلان و بهمان و فکر نکنم تا آخر این ماه بتونیم قرار بذاریم.» و من یک پیام خشن چریکی دادم که بهش بگو آب دستش هست زمین بگذارد و برای جلسه با من حاضر شود.

خودم هم به محمد و سمیرا پیغام داده‌ام؛ کسب‌وکار وارد مرحله چریکی شده و لازم است دهان یکی از رقبا را آسفالت کنم. برای فردا گزارش و دیتا و آنالیز می‌خواهم که بگویم روی میز. فریبا که رفت و حس دهن‌زنی فروکش کرد، دوباره قاطعی کردم که من افسر توپخانه هستم یا کارشناس روابط عمومی، پارتیزان انتحاری، سیاست‌مدار ارشد، طراح نقشه جنگی، نامه‌رسان؟

قرار بود به برکت راهکارهای چریکی چندتایی سنگر فتح کنیم حالا نمی‌دانم روی خاک سوخته و سنگ‌هایی که فتح شده می‌توانم بذر کسب‌وکارمان را رشد بدهم؟ اصلاً من چریکم یا باغبان؟



# ۳۳

# هفتاد و سه

W E E K L Y M A G A Z I N E

ضمیمه رایگان  
هفته نامه  
کارنگ در  
حوزه رمزارزها  
سال دوم  
شماره  
سی و دوم  
سی ام مرداد ۱۴۰۱  
صفحه ۱۶



دوئل دولت آمریکا و کریپتو:  
چطور ماجرای «ایشان واهی»  
و کوین بیس به مقررات گذاری  
بازار رمزارزها کمک می کند؟

**پایان افسانه  
غرب وحشی!**

**چرا نباید  
چیزی را که  
از درک آن  
عاجزیم  
نفی کنیم!**

درک دنیای  
جدید نیازمند  
تحول در  
چهارچوب  
ذهنی ماست

۲

**اهمیت محتوا و  
رسانه تخصصی**

گفت و گو با محمد آذر نیوار  
سردبیر سایت **ارز دیجیتال**

**ARZ DIGITAL**

**ترند  
کلاهبرداران  
برای  
پول شویی  
رمز ارزی از  
طریق دیوار**

معاون اجتماعی  
فرهنگی پلیس  
فتا هشدار داد

۲

**گزارش  
REPORT**

**در انتظار  
انقلاب لایه دوم**

بررسی سه پروژه جدید  
در لایه ۲ اتریوم که  
خیلی ها به آنها  
امید بسته اند

۱۲

**تحلیل  
ANALYSIS**

**نجات فقرا  
بابت کوین**

آیا می توان بابت کوین  
وضعیت زندگی مردم  
فقیر را در سراسر جهان  
بهبود بخشید

۷

**اولین  
قانون؟**

وزیر اقتصاد می گوید ارکان  
مختلف دولت راقانع کرده اند  
که رمزارز چیز بدی نیست، اما  
باید قانونمند شود، از جمله  
در پرداخت مالیات

۶

**گزارش  
REPORT**

**یک اکوسیستم  
جهانی!**

نگاهی به تجربه  
کشورهای مختلف  
در توکن های بهادر  
(STO)

۱۰

**تحلیل  
ANALYSIS**

**استفاده از رمزارز  
برای تجارت یک  
گام به جلو است**

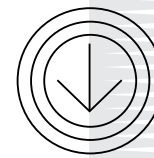
رئیس کنفدراسیون  
صادرات ایران

۳

ارث در رمزارزها و انتقال دارایی های دیجیتال پس از مرگ، فرایند پیچیده ای است که به دغدغه ای برای صرافی های بزرگ تبدیل شده است

**رمزارزهای مرحوم نصیب چه کسی می شود؟**

۴

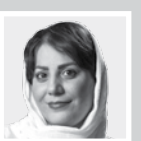


درک دنیای جدید نیازمند تحول در چهارچوب ذهنی ماست

## چرا نباید چیزی را که از درک آن عاجزیم نفی کنیم!

ابزارهای پیشین شوند.

ان اف‌تی مفهوم جدیدی در دنیای فناوری است که درک آن با چهارچوب‌های دنیایی که تا امروز می‌شناختیم، ممکن نیست؛ خرید و فروش چیزی که در دنیای واقعی قابل لمس نیست و نماینده و توکن دیجیتالی چیزی دیگر است که ممکن است یک اثر هنری باشد یا یک توییت یا بلیت. برای برخی درک ارزش رمزارزها هم سخت است، با اینکه رمزارزها همین حالا هم کاربردهایی دارند، چه برسد به ان اف‌تی که هنوز چندان کاربردهایش را لمس نکرده‌ایم.



مینا والی  
مدیرمسئول

@mina\_vali

پیش از این برای نسل ما درک فناوری‌های جدید، یاد گرفتن و به کار بردن ابزارهای جدید در زندگی و کار چندان سخت و پیچیده نبود. حتی آن قدر به وجود این ابزارها عادت کرده‌ایم که زندگی بدون آنها برایمان قابل تصور نیست. اتفاقی که برای بسیاری از افراد نسل پیش از ما افتاد، این بود که نتوانستند با این ابزارها ارتباط درستی برقرار کنند و بسیاری از آنها از فناوری و ابزارهای جدید عقب ماندند. حالا به نظرم ممکن است همین اتفاق برای ما نسل میلنیال بیفتد. امروز مفاهیم جدیدی مانند ان اف‌تی و متاورس می‌توانند آغازگر دورانی از زندگی ما باشند تا ارتباط با ابزارها سخت‌تر از

بدون تعارف برای من درک اهمیت ان اف‌تی سخت است. بیشتر به نظرم می‌آید ان اف‌تی بیش از آنکه موضوعی جدی باشد، یک سرگرمی برای اهالی فناوری و هنر است. نگران این هستم، در حالی که برخی در این زمینه کسب‌وکارهایی راه‌انداخته‌اند، نسل من حیرت‌زده در حال تماشای آن چیزی باشد که در دنیای وب ۳ دارد اتفاق می‌افتد؛ مثل هر نوآوری جدیدی آن را نادیده یا در بهترین حالت به سخره بگیرد، بعد چشم‌باز کنیم و ببینیم آنچه را که نادیده گرفته‌ایم، به موضوعی جدی تبدیل شده و درکش بیش از گذشته برایمان سخت شده است.

ان اف‌تی که شبیه ساختن چیزی از هیچی است (تازه اگر خودش را چیزی بدانیم!) کم‌کم دارد از موضوعی برای سرگرمی خارج شده و به ابزاری جدی، خصوصاً در دنیای هنر تبدیل می‌شود و اگر دیر بجنبیم ممکن است بلایی که بر سر نسل‌های گذشته ما آمد، بر سر ما هم بیاید. به شدت مشتاقم بیشتر درباره این دنیای جدید بدانم و می‌دانم که درک درست این دنیا و درگیر شدن در آن نیازمند تحول در چهارچوب‌های ذهنی ماست که اگر این تحول اتفاق نیفتد، حتماً روزی که دور هم نیست، به متحجرانی تبدیل خواهیم شد که ستایشگر دنیای کهنه خواهیم بود.



معاون اجتماعی فرهنگی پلیس فتا هشدار داد:

## ترفند کلاهبرداران برای پول شویی رمزارزی از طریق دیوار

بعد به فرد واسط قربانی اعلام می‌کنند بابت ارسال وجه مذکور اقدام به شارژ کیف پول دیجیتال خود کرده و با آن رمزارز خریداری کند و سپس به آدرس کیف پولی که به وی اعلام می‌کنند، انتقال دهد.

وی تصریح کرد: «از آنجایی که آدرس‌های کیف پول مقصد در رمزارزها قابل شناسایی نیست، عملاً کلاهبرداران اقدام به پول شویی کرده و تمام مسئولیت عواقب تعقیب قانونی از قبیل مسدودی حساب و... بر ضمه فرد قربانی است که حساب خودش را در اختیار کلاهبرداران قرار داده و در این شگرد کلاهبرداران از خودشان اثری باقی نمی‌گذارند.»

معاون اجتماعی فرهنگی پلیس فتا فراجا خاطرنشان کرد: «هموطنان و به خصوص کاربران فضای مجازی همواره باید در برخورد با تله افراد کلاهبردار و شیاد هوشیار باشند و به هیچ‌عنوان شماره حساب بانکی یا کیف پول الکترونیکی خود را در اختیار دیگران قرار ندهند.»

سرهنگ پاشایی گفت: «شهروندان می‌توانند در صورت مواجهه با هر گونه موارد مشکوک، موضوع را از طریق شماره ۰۹۶۳۸۰ مرکز فوریت‌های سایبری و سایت پلیس فتا به آدرس www.Cyberpolice.ir بخش ثبت گزارشات مردمی اطلاع دهند.»

معاون اجتماعی فرهنگی پلیس فتا فراجا گفت: «اخیراً پرونده‌های کلاهبرداری و پول شویی از طریق سایت دیوار با ترفند تبدیل وجه سرقتی به رمزارز رواج زیادی پیدا کرده است.» سرهنگ رامین پاشایی به تشریح کلاهبرداری و پول شویی افراد سودجو با شگرد سپرده‌گذاری رمزارز و دریافت سود روزانه پرداخت و در این خصوص به شهروندان هشدار داد.

وی گفت: «کلاهبرداران با ترفند درآمد هفتگی در منزل با آموزش رمزارز و به بهانه داشتن درآمد دو میلیون تومانی، دام خود را در اپلیکیشن دیوار و سایر شبکه‌های اجتماعی پهن کرده و افراد ناآشنا، با برقراری ارتباط با این افراد نهایتاً به شبکه اجتماعی تلگرام هدایت می‌شوند.»

سرهنگ پاشایی افزود: «کلاهبرداران در ادامه شگرد فریبکارانه خود به افراد پیشنهاد می‌دهند با نصب اپلیکیشن برخی صرافی‌های دیجیتال مرتبط با رمزارزها و... به افتتاح یک حساب بانکی اقدام کنند و در نهایت عکس کارت بانکی و شماره تماس خودشان را از طریق تلگرام ارسال کنند.»

معاون اجتماعی فرهنگی پلیس فتا فراجا همچنین عنوان کرد: «افراد کلاهبردار با سرقت موجودی حساب بانکی افراد، وجه را مستقیماً به حساب قربانی واریز و



شماره ۳۲  
۳۰ مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم

# کارنگ

## رسانه اقتصاد نوآوری ایران

karangweekly.ir



رئیس کنفدراسیون  
صادرات ایران:

## استفاده از رمزارز برای تجارت یک گام به جلو است

به گفته محمد لاهوتی، عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران فعلاً استفاده از رمزارزها در تجارت به شکل محدود کلید خورده، اما در آینده می تواند تأثیرات مثبت خود را بر تجارت ایران نشان دهد.

محمد لاهوتی در گفت و گویی اظهار کرد: «بر اساس آنچه از سوی رئیس سازمان توسعه تجارت اعلام شده، موضوع استفاده از رمزارزها در تجارت ایران فعلاً به شکل محدود برای واردات مجاز شده و یک ثبت سفارش نیز به این وسیله انجام شده است. البته باید در نظر داشت که بانک مرکزی شرایط خاصی را در این حوزه در نظر گرفته است؛ یعنی فقط امکان تجارت با رمزارزهایی وجود دارد که مجوز استخراج آنها صادر شده و منشاء ارز از سوی ارائه دهنده اعلام و قابل تأیید باشد.»

او با بیان این موضوع که فعلاً در خصوص صادرات با استفاده از رمزارزها برنامه ای نهایی نشده، گفت: «می توان انتظار داشت که در صورت موفقیت آمیز بودن گام های ابتدایی که از سوی سازمان توسعه تجارت برداشته شده، در آینده امکان رفع تعهد ارزی صادرکنندگان با استفاده از رمزارزها نیز فراهم شود.»

رئیس کنفدراسیون صادرات ایران با اشاره به شرایط خاص اقتصاد کشور تحت تأثیر تحریم ها گفت: «در چنین شرایطی، قطعاً استفاده از هر ابزار و فرصتی که بتواند به گسترش تجارت خارجی، افزایش ارزآوری و تأمین نیازهای وارداتی کشور کمک کند، باید مورد استقبال قرار بگیرد و اگر بتوان برای رمزارزها نیز بستر اجرایی و قانونی لازم را در نظر گرفت تا به تجارت کشور کمک کند، اتفاق مثبتی خواهد بود. اینکه دولت ما در این حوزه پیش قدم شده و استفاده از این ابزار را نیز در دستور کار قرار داده، قطعاً می تواند به آینده تجاری کشور کمک کند.»



شماره ۳۲  
۳۰ مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم



برگزار می شود. به علاوه برنامه های تفریحی متنوعی نیز برای شرکت کنندگان در نظر گرفته شده است.

**MetaVSummit؛ دومی میزبان متاوی سامیت**  
اما درست در میانه سپتامبر، یعنی روزهای ۱۴ و ۱۵ این ماه میلادی شهر دومی میزبان یک رویداد مهم در حوزه وب ۳ است؛ رویدادی با عنوان MetaVSummit که در آن بیش از ۱۰۰۰ شرکت کننده و ۵۰ سخنران و ۱۰۰ شرکت از سراسر دنیا درباره فرصت های همکاری و سرمایه گذاری در حوزه رمزارز، وب ۳ و متاورس با یکدیگر بحث و گفت و گو خواهند کرد. بررسی راهبردهای آینده در حوزه ان اف تی یکی دیگر از محورهای رویداد دومی خواهد بود. آن گونه که سایت این رویداد اطلاع رسانی کرده، بنیان گذاران کسب و کارهای بلاکچینی و برخی سرمایه گذاران شناخته شده این بازار از جمله شرکت کنندگان و سخنرانان متاوی سامیت خواهند بود.

معرفی دورویداد بین المللی  
در حوزه رمزارز و بلاکچین

## از دومی تا جبل الطارق

رویداد اترنیتی یونیورس تو (Eternity Universe Two) از ۱۵ الی ۱۸ سپتامبر برگزار می شود و بزرگ ترین کنفرانس در کریپتو کسل است. برنامه های این رویداد سخنرانی، کارگاه، آزمایشگاه و شبکه سازی هستند. هدف این رویداد آشنایی با آخرین روندهای بلاکچین و انتقال دانش توسعه دهندگان این حوزه است. در آزمایشگاه اختصاصی با استفاده از مدل های تئوریزه شده، توانایی و امنیت سرمایه گذاران و دارندگان توکن به صورت زنده آزمایش می شود. به علاوه این رویداد تجربه های متاورسی و فرصت های شبکه سازی متنوعی را فراهم می کند. حامیان این رویداد «جوئل دیتز»، بنیان گذار و مدیر اجرایی متامتاورس؛ «پیتر تاد»، توسعه دهنده بیت کوین و «یانیسلاو مالاخوف»، مدیرعامل شرکت اترنیتی هستند.

کریپتو جبل الطارق؛ ملاقات DLT با متاورس  
جشنواره کریپتو جبل الطارق یا

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 هر گونه فعالیت در آن مطمئن شوید اطلاعات کافی درباره آن را دارید.





چرا ترا شکست خورد؟

## پایان سکوت کوان

مدیرعامل شرکت ترافورم لیز، طراح بلاکچین ترا، اولین مصاحبه خود را با سایت کوینجی داشته و از شکست ترا گفته است. «دو کوان»، بنیان‌گذار شرکت ترا بعد از شکست یکی از پروژه‌های بزرگ این شرکت در ماه می به کلی از مرکز توجه خارج شده بود، اما به تازگی در اولین مصاحبه خود از شرایطی که پشت سر گذاشته، گفته است.

کوان با توجیه امیدی که پیش از این داشته، اتفاق اخیر را غیرمنطقی دانسته و گفته که موفقیت ترا تا مرز ۱۰۰ میلیون دلار هم رفته بود. او تأکید کرده که هیچ‌گاه به این فکر نکرده بوده که اگر ترا شکست بخورد، چه اتفاقی برای او خواهد افتاد.

خالق ترا معتقد است که یک نفر با نفوذ به داخل ترافورم لیز، تلاش کرده از اطلاعات مربوط به آسیب‌پذیری‌هایی که پروتکل‌های این شرکت دارد، سوءاستفاده کند. البته او بدون اشاره به نام فرد مورد نظر گفته که تنها خودش مسئول هر نقطه‌ضعفی در این مجموعه است. هرچند او نمی‌تواند حجم شکست خود را بیان کند، اما از عنوان «سقوط شدید» برای توصیف آن استفاده کرده است. او همچنین گفته که ترا یک ترنند پانزی نبوده؛ کم‌اینکه اولین سرمایه‌گذاران در میان افرادی بودند که بیشترین آسیب را در سقوط ترا دیدند.

با این حال کوان در کنار اتهامات مختلفی که احتمالاً با آن روبه‌روست، با اتهام همدستی در کلاهبرداری همراه شده است. او در این مصاحبه جدید گفته است: «در تلاش هستیم حقیقت را بیان کنیم. قرار است صادق باشیم و با تمام عواقب آن روبه‌رو شویم.» کوان که قبل از سقوط ترا به سنگاپور رفته بود، نسبت به امنیت همسر و فرزندش ابراز نگرانی کرده است.



حقوق  
LAW

شماره ۳۲  
مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم



# رمزارزهای مرحوم نصیب چه کسی می‌شود؟

موضوع ارث در رمزارزها و انتقال دارایی‌های دیجیتال پس از مرگ فرایند پیچیده‌ای است که به دغدغه‌ای برای صرافان‌های بزرگ تبدیل شده است

وقتی پسر ۱۸ ساله «جیسون اوتول»، یک سرمایه‌گذار ارزهای دیجیتال، به‌طور غیرمنتظره‌ای بر اثر سرطان خون حاد درگذشت، پدر سوگوارش تصور نمی‌کرد که مصیبت دیگری هم در انتظارش باشد. اوتول با گواهی فوت پسرش توانست موجودی حساب بانکی پسرش را باز یابی کند، اما بعد از یک سال هنوز موفق به خارج کردن دارایی‌های دیجیتال پسرش از صرافی کوین بیس نشده است. کوین بیس یا هر صرافی بزرگ ارزهای دیجیتال، اجازه افشای اطلاعات حساب را به ذی‌نفعان نمی‌دهند. این امر خانواده‌های داغدار را مجبور می‌کند تا برای دریافت دارایی‌های فرد متوفی اسنادی را ارائه یا حتی از طریق دادگاه اقدام کنند.

## سیستم مالی سنتی و قوانین مربوط به ذی‌نفعان

سرمایه‌گذاران در کارگزاری‌های سنتی مجازند و حتی در برخی موارد مجبورند یک ذی‌نفع را در حساب خود فهرست کنند. در صورت فوت آن سرمایه‌گذار، اگر ذی‌نفع هویت خود و فوت صاحب حساب را اثبات کند، می‌تواند آن دارایی‌ها را به ارث ببرد. داشتن ذی‌نفع یعنی سرمایه‌گذاران مایل هستند که دارایی‌های خود را برای کسی به ارث بگذارند، به خصوص اگر وصیت‌نامه نداشته باشند. سرمایه‌گذاران می‌توانند به ذی‌نفعان اجازه دهند که دارایی‌هایشان را بدون نیاز به گذراندن یک فرایند طولانی و پرهزینه دریافت کنند.

هر کدام از صرافان‌های رمزارز پروتکل‌هایی برای انتقال مالکیت دارایی‌های رمزنگاری شده پس از مرگ کاربر دارند

که گاهی این پروتکل‌ها تفاوت‌های جزئی دارند. البته هیچ‌کدام به اندازه انتصاب ذی‌نفع کارآمد نیستند.

### کراکن

در صرافی ارز دیجیتال کراکن، وراثت باید درخواستی ارسال کنند و اسنادی را که صرافی تعیین می‌کند، ارائه دهند. کراکن از کاربران خود خواسته که شناسه حساب عمومی خود در کراکن را در وصیت‌نامه‌شان قید کنند تا این پروسه تسهیل شود.

### بایننس

بایننس نیز در این مورد فرایند مشابهی را تعریف کرده که برای هر پرونده به صورت جداگانه اعمال می‌شود.

### کوین بیس

کوین بیس مدارک مورد نیاز را در وب‌سایت خود فهرست کرده، اما برای انتقال دارایی‌ها به وصیت‌نامه یا اسناد مربوطه نیاز دارد. یکی از نمایندگان این صرافی اعلام کرده که کوین بیس برای انتقال مالکیت حساب، هزینه‌ای دریافت نمی‌کند.

### افتی ایکس

در صرافی افتی ایکس، برای انتقال مالکیت حساب، به حکم دادگاه در مورد تعیین مالکیت قانونی حساب کاربر متوفی نیاز است.

«آلن لانگ»، مدیرعامل وراثت کریپتو گروه مالی Sequel Finance می‌گوید: «به‌عنوان یک کاربر، اگر

بخواهم دارایی‌های رمزنگاری شده را از یک صرافی به ارث ببرم، اساساً باید از وکیل‌م بخوامم با تیم حقوقی آنها ارتباط برقرار کند که بعد از این مرحله همه چیز مبهم است. در واقع هیچ‌کدام از صرافان‌ها در این مورد روند مشخصی ندارند.»

## صرافی‌ها در عمل چه کارهایی می‌توانند انجام دهند

برای افرادی مانند پسر جیسون اوتول که وصیت‌نامه‌ای نداشت، ارث کریپتویی او به صلاحیت دولت از طریق فرایند وثیقه انجام می‌شود که بر اساس این فرایند ارث معمولاً به همسر یا فرزندان فرد می‌رسد. اینکه چرا صرافی‌ها سیستم ذی‌نفع را تعریف نکرده‌اند، معلوم نیست. «بریجت کرافورد»، استاد دانشکده حقوق «پیس» می‌گوید: «کریپتو قابلیت تطبیق با قانون و فرایند انتقال دارایی پس از مرگ را دارد و نمی‌توان مشخصه‌ای در آن یافت که با این روند در تضاد باشد. همان‌طور که برای حساب فیدلیتی خود، ذی‌نفع انتخاب می‌کنیم، می‌توانیم برای حساب کریپتویی خود نیز ذی‌نفع داشته باشیم. این امر ممکن است، فقط تا به حال کسی برای آن تمهیدی نیندیشیده است.» بر اساس نظرسنجی مرکز مطالعات پیو از افرادی که اغلب آنها کمتر از ۲۹ سال سن داشتند، توزیع دارایی‌ها پس از مرگ هنوز یک مفهوم در حال توسعه برای معامله‌گران ارزهای دیجیتال است. این صنعت کمتر از ۱۵ سال قدمت دارد، اما با افزایش سن کریپتو فعالان این حوزه بازار باید صرافی‌ها را برای افزودن سیستم ذی‌نفع تحت فشار قرار دهد.



یک تو بیت خبر ساز دیگر  
بنیان گذار بایننس در توییتری  
به یکی از صرافی های رقیب (احتمالاً  
افتی ایکس) کنایه زده که سفارش های  
کاربران را دستکاری و آنها را در صف معطل  
نگه می دارد.



سقوط ۱۲۰ میلیارد دلاری  
بازار رمزارزها بار دیگر روی ناخوش  
خودش را نشان داد، آن هم در ۴۸ ساعت  
و با یک ریزش ۱۲۰ میلیارد دلاری در کل  
ارزش آن.



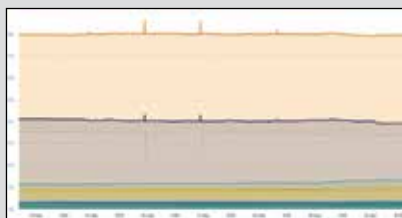
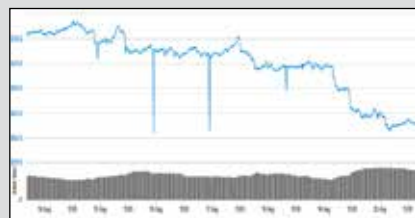
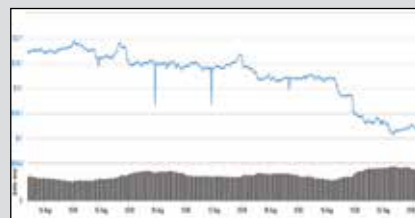
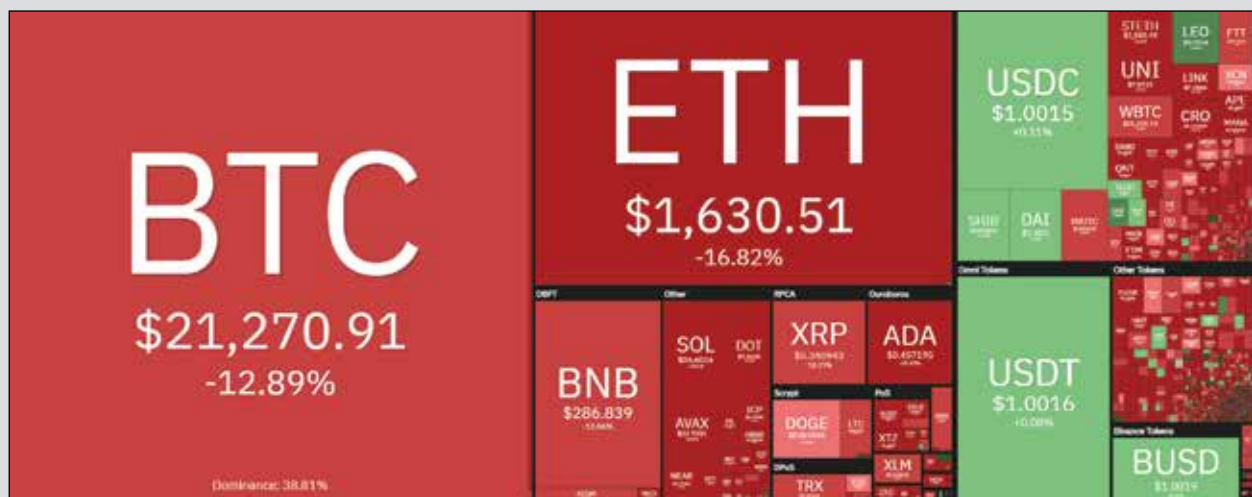
در تعقیب طلا؟  
«مت هوگان»، مدیر ارشد  
سرمایه گذاری شرکت بیت وایز با مقایسه  
رمزارزها با طلا گفته احتمالاً ارزش بازار  
رمزارزها روزی به اندازه بازار طلا خواهد  
رسید.



تحریم آرتک؟  
شبکه آرتک؛ رول آپ دانش صفر  
اتریوم که بر حریم خصوصی تکیه دارد،  
اعلام کرده گزارش هایی دریافت کرده مبنی  
بر اینکه صرافی اف تی ایکس به کاربران  
هشدار داده از تعامل با شبکه آرتک  
خودداری کنند.



شماره ۳۳  
مرداد ۱۴۰۱  
سال سوم



روند ارزش بازار رمزارزها در هفته گذشته

روند ارزش بازار آلت کوین ها در هفته گذشته

روند تغییرات سلطه بیت کوین در هفته گذشته

همان طور که پیش بینی می شد روند صعودی بازار دوام نیاورد و دوباره رنگ قرمز پررنگ شد

## مهم شدن دوباره کانال ۲۰ هزار!

تجربه کرده اند و درصد کاهش قیمت بسیاری از آنان دورقمی شده است. در عرض چند ساعت ارزهای دیجیتال چون آوالانچ، شیبایانو، پولکادات، دوج کوین، سولانا، کاردانو و پلی گان بیش از ۱۵ درصد ارزش خود را از دست دادند.

این نوسان شدید قیمتی، معامله گران فیوچرز را که در معاملات خود از اهرم ها استفاده می کنند، بیش از معامله گران اسپات تحت تأثیر قرار داده است. در مقیاس روزانه حجم لیکوئید شدن این کاربران بیش از ۴۰۰ میلیون دلار شده و به حدود ۲۰۰ میلیون دلار رسیده است. داده های سایت کوین گلس حاکی از آن است که کل معامله گران لیکوئید شده به حدود ۱۵۰،۰۰۰ نفر می رسند و بزرگ ترین سفارش لیکوئید شده نیز در صرافی بایننس و در ارز دیجیتال اتریوم رخ داده است.

روز جمعه گذشته برای بازار روز خوبی نبود. روزی که امیدهای اندوخته شده در سه هفته گذشته به یکباره دود شد. قیمت بیت کوین در یک سقوط آبی در این روز، بیش از یک هزار دلار کاهش یافت. آلت کوین ها نیز به تبعیت از بیت کوین کاهش شدیدی را در قیمت تجربه کردند.

با این حال، در روز جمعه سقوطی شدید در نمودار قیمت بیت کوین مشاهده شد. قیمت ابتدا به سطح ۲۲،۸۰۰ دلار رسید و متعاقب آن بار دیگر تا سطح ۲۱،۵۰۰ دلار نیز در صرافی بیت استمپ پایین آمد. این سقوط دوم باعث شد پایین ترین قیمت بیت کوین در بیش از سه هفته گذشته را شاهد باشیم. در حال حاضر قیمت پس از اندکی بازیابی تا سطح ۲۲،۰۰۰ دلار بار دیگر کاهش یافته است. آلت کوین ها نیز به هیچ وجه حال و روز خوبی نداشته و نمودار قیمت اکثر آنان سرخ رنگ شده است.

اتریوم با کاهشی پنج درصدی، تلاش می کند حداقل سطح ۱،۷۳۰ دلاری خود را حفظ کند. سایر آلت کوین ها نیز سقوط وحشتناک تری را

طبق گزارش کریپتو پوتیتو، با ترجمه سایت ارز دیجیتال، با سقوط قیمت بیت کوین و آلت کوین ها در مقیاس روزانه بیش از ۴۰۰ میلیون دلار لیکوئید شده و حجم لیکوئید شدن کاربران صرافی های روز جمعه گذشته به حدود ۲۰۰ میلیون دلار رسیده است. نمودار قیمت بیت کوین، اندکی پیش از سقوط اخیر نیز تحت فشار قرار گرفته بود و قیمت به پایین ترین سطح هفتگی خود در محدوده ۲۳،۲۰۰ دلار رسید و تقریباً در بیشتر روز معاملاتی



**سندوق رمزارزی**

«استیو کوهن»، چهره شناخته شده تجارت و ورزش در نیویورک با استخدام «اسیدفریک» (بنیان گذار اجتماع هکرها) یک صندوق سرمایه گذاری کریپتویی راه اندازی کرده است.



**دقت بیشتر**

«دو کوان»، بنیان گذار ترا در اولین مصاحبه اش بعد از سقوط این پروژه گفته باید از قبل درباره خطرات استفاده از استیبل کوین دلار بیشتر دقت می کرده است.



**اخراج فلهای**

هودل نات که یک پروژه وام دهی رمزارزی است، در پی شروع تحقیقات پلیس سنسگاپور درباره فعالیت های آن، بیش از ۸۰ درصد کارکنانش را اخراج کرد.



**دوری از همسرا**

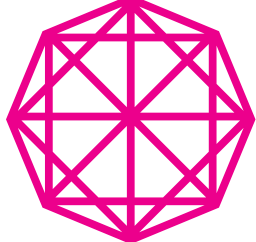
«سینیا مالیک»، همسر «الکسی پرتسلف»، سازنده ترنادوکش گفته که پرتسلف تحت بازداشت مقامات هلندی قرار دارد و از زمان زندانی شدن او هیچ شانسسی برای ارتباط با همسرش نداشته است.



شماره ۳۳  
۳۰ مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم



تحلیل  
ANALYSIS



# اولین قانون؟

وزیر اقتصاد می گوید ارکان مختلف دولت راقانع کرده اند که رمزارز چیز بدی نیست، اما باید قانونمند شود، از جمله در پرداخت مالیات. او از فردی گفته که فعال رمزارزی بوده و هزار میلیارد تومان گردش مالی داشته، ولی یک ریال مالیات نداده است...

کردیم با تسهیل صدور مجوزها جاده را برای مردم هموار کنیم. بازرسی برای این کار گذاشتیم و همکارانم در حوزه مقررات زدایی و بهبود محیط کسب و کار با مدیران همه دستگاهها جلسه می گذاشتند و تلاش شد با تسهیل مقررات و ضوابط صدور مجوز هم تسهیل شود. برداشت ما این است که با این سیاستها اجزای یک مجموعه را تکمیل می کنیم.»

او تأکید کرد: «تلاش این بوده که فضای جدیدی ایجاد کنیم. همین رمزارز فضای بدی نیست و اتفاقاً موقعیت مناسبی است و باید سازوکاری برای کسب و کارهای جدید فراهم کنیم.» وزیر اقتصاد گفت: «یک مرحله مهم را امسال پشت سر گذاشتیم و آن این بوده که توانستیم نهادهایی را که تا پیش از این کاملاً مخالف رمزارز بودند، قانع کنیم؛ مبنی بر اینکه اینها را باید هدایت و بر آنها نظارت کرد. اگر رمزارزها در خدمت تجارت خارجی قرار گرفت و نیازی به ارز نبود، باید دست آن فعال اقتصادی را ببوسیم.»

احسان خاندوزی در انتها افزود: «مصوبه ای در ستاد اقتصادی دولت داشته ایم که تا چند روز آینده در هیئت دولت تصویب خواهد شد و قاعده گذاری برای اولین بار در حوزه رمزارز انجام خواهد شد.»

خاندوزی درباره اقدامات دولت در حوزه مالیات گفت: «سعی ما بر این است که فشار جدیدی بر کسانی که به درستی مالیات پرداخت می کنند، وارد نشود. در نظام های جدید روی شبکه گردش مالی تمرکز می کنند. حتی آمریکا وقتی می خواهد ایران را تحریم کند، تمرکز خودش را روی گردش مالی می گذارد. گردش حساب یک ابزار مناسب برای رصد است.»

وزیر اقتصاد در رابطه با پرداخت مالیات از سوی فعالان حوزه ارزهای دیجیتال گفت: «از مجموع اطلاعاتی که بانک مرکزی از جریان های مالی داشت، استفاده کردیم؛ فردی در یک سال ۱۰۰۰ میلیارد تومان پول به حسابش آمده بود، اما یک ریال مالیات نداده بود. بررسی های صورت گرفته حاکی از این بود که این فرد در حوزه رمزارز فعال است. یک صدم این درآمد را کار آفرینان و تولیدکنندگان با کلی زحمت به دست می آورند، اما این افراد به راحتی این درآمدها را بدون پرداخت مالیات به دست می آورند.»

خاندوزی یکی از موانع شکل گیری جمهوری اقتصادی را تعارض منافع عنوان کرد و گفت: «دولت باید بتواند نقش تسهیلگر را ایفا کند. تعارض منافع بخش مهمی از کارها بود که انجام شد. سعی

کسی نمی داند قانونی که وزارت اقتصاد در خصوص رمزارزها از آن صحبت می کند، چقدر منویات و مخالفت های بانک مرکزی در آن لحاظ شده است. همچنین کسی نمی داند که این قانون با تأکیدی که در صحبت های وزیر آمده، صرفاً برای استفاده رمزارزها در تجارت خارجی است و کماکان موضوع تبادل و پرداخت در آن مبهم است یا نه! هرچه باشد در هفته گذشته یکی از مهم ترین خبرهای رمزارزی کشور صحبت های وزیر اقتصاد بوده که گفته اولین قانون برای حوزه رمزارزها در حال نهایی شدن است. اگر همان طور که احسان خاندوزی گفته، همه چیز پیش برود، می شود گفت بعد از دو، سه سال پر خبر و فعال شدن نهاد های مختلف دولتی و قانون گذاری در نهایت این وزارت اقتصاد است که اولین سنگ بنای مقررات گذاری این بازار را خواهد گذاشت.

احسان خاندوزی، وزیر امور اقتصاد و دارایی، در گفت و گو با برنامه رادیویی «منحصربه فرد» رادیو جوان، از مصوبه ای در راستای قانون گذاری ارزهای دیجیتال خبر داد که به زودی تصویب خواهد شد. به گفته خاندوزی با تصویب این قانون؛ برای اولین بار قاعده گذاری در زمینه ارزهای دیجیتال صورت خواهد گرفت.

# نجات فقرا با بیت کوین

مبلغان ارزهای دیجیتال می گویند می توان با بیت کوین وضعیت زندگی مردم فقیر را در سراسر جهان بهبود بخشید

از السالوادور گرفته تا آفریقای جنوبی، مبلغان ارزهای دیجیتال در تلاش هستند تا فقرای جهان را به استفاده از بیت کوین متقاعد کنند. اما همه مردم باور نمی کنند که این افراد می خواهند به آنها کمک کنند. مبلغان در هر کشوری سعی می کنند مردم را به استفاده از توکن های دیجیتال تشویق کنند. به باور آنها بیت کوین می تواند وضعیت معیشت میلیون ها فقیر را بهبود بخشد. برخی منتقدان نگران هستند که ضرر این توکن ها از فایده آنها بیشتر باشد.

## ال زونته؛ بهشت ساحلی کریپتو

السالوادور اولین کشوری بود که بیت کوین را به عنوان ارز قانونی اعلام کرد، اما دو سال قبل از این ماجرا یک پروژه کوچک در شهری در امتداد خط ساحلی این کشور، ال زونته، پیشگام استفاده از این ارز دیجیتال بود. این پروژه با تلاش «ایکل پترسون»، تاجر ۴۷ ساله از کالیفرنیا و گروهی از داوطلبان محلی ال زونته راه اندازی شد. البته پترسون مبلغ قابل توجهی بیت کوین از یک اهداکننده ناشناس در سال ۲۰۱۹ در یافت کرده بود که به راه اندازی این پروژه کمک شایانی کرد. پترسون به کمک مردم محلی، ال زونته را به مبدأ و معبد مبلغان بیت کوین تبدیل کرد. این پروژه بعداً ساحل بیت کوین نام گرفت. امروزه، مردم محلی ال زونته می توانند برای همه کارهای خود؛ از خرید مواد غذایی گرفته تا پرداخت اجاره از بیت کوین استفاده کنند. اینفلوئنسر ها و علاقه مندان به بیت کوین از سراسر جهان به بهشت ساحلی کریپتو هجوم آورده اند و حتی برخی شروع به کپی برداری از آزمایش پترسون و اجرای آن در جاهای دیگر کرده اند. با اینکه بیت کوین هنوز یک ارز بی ثبات است و بیش از نیمی از ارزش خود را در سال جاری از دست داده، اما مدافعان آن استدلال می کنند که می تواند به بهبود فرایند بانکی، پس انداز و غلبه بر تورم کمک کند. مبلغان بیت کوین تصمیم گرفته اند تا فقرای جهان را متقاعد کنند که از بیت کوین به عنوان ارز استفاده کنند. در ادامه برخی از جدیدترین آزمایش های جهانی ارزهای دیجیتال را از گواتمالا تا آفریقای جنوبی مرور می کنیم.

## استخراج بیت کوین با کمک فضولات

در اواخر سال ۲۰۲۱، «پاتریک ملدر»، یک جراح سابق ۵۴ ساله از آتلانتا، پروژه ای را برای آوردن بیت کوین به شهری کنار دریاچه پاناچاچل در گواتمالا راه اندازی کرد. ملدر یک مسیحی معتقد است و می گوید پروژه دریاچه بیت کوین در دریاچه پاناچاچل فرصت های اقتصادی ایجاد می کند و می تواند الگویی برای مبلغان مسیحی باشد که در مناطق فقیر کار می کنند. او مانند پترسون و پروژه ساحل کریپتو از مشاغل محلی می خواهد که بیت کوین را در پرداخت ها بپذیرند. ملدر کلاس های هفتگی درباره بیت کوین برای نوجوانان برگزار می کند و می گوید که می خواهد «بذر» باور بیت کوین را بکارد تا وقتی بچه ها بزرگ شدند، آماده استفاده از این ارز دیجیتال باشند، اما دریاچه بیت کوین با ساحل بیت کوین یک وجه تمایز دارد و آن هم استخراج بیت کوین است. ملدر و گروهش می گویند ماشینی ساخته اند که فضولات انسانی را به برق تبدیل می کند و او قصد دارد از این برق برای استخراج بیت کوین استفاده کند. همچنین قصد دارد این بیت کوین های استخراج شده را به شهر اهدا کند. ملدر قصد دارد از زباله، متان اضافی و

روغن پخت و پز هم برای استخراج بیت کوین استفاده کند. او می گوید: «ما می توانیم به مردم در ازای مدفوع شان پول بدهیم.» کمتر از یک سال از عمر پروژه دریاچه کریپتو می گذرد و ملدر می گوید که توانسته بیش از یکصد کسب و کار را به پذیرش بیت کوین راضی کند. ملدر از حمایت شهردار نیز بهره مند است.

## موتیو؛ یک شبکه بیت کوینی در پرو

در سال ۲۰۲۰ «ریچ سویشر» و «والنتین پوپسکو» پروژه ای را آغاز کردند که هدف آن متقاعد کردن مردم فقیر کشور پرو به استفاده از بیت کوین بود. این پروژه که موتیو (Motiv) نام دارد، از شبکه ای متشکل از رهبران جامعه پرو، از جمله صاحبان مشاغل و مربیان استفاده می کند. این رهبران به عنوان مرکز پروژه بیت کوین محلی عمل و این کوین را برای همسایگان خود تبلیغ می کنند. موتیو می گوید تاکنون ۱۵ مرکز در سراسر کشور افتتاح کرده و بیش از ۶۰ کسب و کار این ارز دیجیتال را می پذیرند. «اولگر آلارکون» ۴۷ ساله، یکی از اعضای شبکه است که در لیما، پایتخت پرو زندگی می کند. آلارکون صاحب یک تولیدی کفش بود که پس از شیوع ویروس کرونا، در پرو تعطیل شد. ماه ها بعد موتیو به احیای کسب و کار آلارکون کمک و آن را عضوی از شبکه کرد. اکنون آلارکون حقوق کارمندان خود را با بیت کوین پرداخت، از برخی مشتریان بیت کوین دریافت و برای خرید برخی مواد اولیه نیز از بیت کوین استفاده می کند. موتیو می گوید کسب و کارهای مرتبط را نیز متقاعد کرده که از آلارکون بیت کوین بپذیرند. سویشر درباره افرادی که موتیو به آنها کمک می کند، می گوید: «این کسب و کارها در آستانه نابودی هستند و هیچ چیز نمی توانست به آنها کمک کند. موتیو تلاش می کند با بیت کوین زندگی آنها را نجات دهد.»

## تبدیل یک محله فقیرنشین در آفریقای جنوبی به پناهگاه کریپتویی

در آگوست ۲۰۲۱، «هرمان ویویر»، موج سوار ۳۶ ساله در آفریقای جنوبی، ابتکاری را برای آوردن بیت کوین به محله کوچکی در خلیج موسل، شهری در سواحل آفریقای جنوبی آغاز کرد. او یکی از طرفداران پروژه ساحل بیت کوین بود و سعی کرد این الگورا در شهر اکاسی پیاده کند. ویویر قبلاً در این شهر سازمانی را برای آموزش موج سواری به کودکان راه اندازی کرده بود و اخیراً این سازمان را بازسازی کرده است. اکنون، مربیان موج سواری سازمان و فروشگاه های اطراف، پرداخت با بیت کوین را قبول می کنند. ویویر اخیراً یک برنامه آموزشی در مورد بیت کوین برای کودکان راه اندازی کرده است. بر خلاف ساحل بیت کوین یا دریاچه بیت کوین که در مناطق توریستی قرار دارند، پروژه ویویر در یک شهر کوچک واقع شده است. خلیج موسل محله ای فقیر است که اکثر مردم آن سیاه پوست هستند؛ بنابراین ویویر فکر نمی کند گردشگران به این زودی از بیت کوین در اکاسی استفاده کنند.

اما او مانند پترسون، ملدر و سویشر معتقد است که با کمک بیت کوین ساکنان اکاسی می توانند وضعیت مالی بهتری داشته باشند. ویویر می گوید بیت کوین فقط برای سفته بازان یا سرمایه گذاران ساخته نشده، بلکه برای بهبود زندگی اکثریت مردم این سیاره اختراع شده است.



در یک وبینار رمز ارزی بررسی شد

## فرصت ها و چالش های دلار دیجیتال

بعد از این مرحله در جهان به این مسئله فکر شد که باید برای پول دیجیتال هم به دنبال پشتوانه بود تا ارزش خود را از دست ندهد. این کارشناس حوزه ارزهای دیجیتال معتقد است: «برای اینکه دلار دیجیتال، دارایی با ارزشی بماند، شرکت تتر در ازای یک دلار دیجیتالی که وارد بازار کرد، یک دلار کاغذی به عنوان پشتوانه در بانک مرکزی آن کشور قرار داد تا کاربران بتوانند به ارز دیجیتال اعتماد کنند. تا اینکه بالاخره تتر در سال ۲۰۲۰ به اوج محبوبیت رسید و بسیاری از صرافی ها و سازمان های اقتصادی تتر را به عنوان یک دلار دیجیتال پذیرفتند.»

او در ادامه این وبینار به مقایسه دلار دیجیتال و دلار کاغذی پرداخت و معایب و مزایای سرمایه گذاری در هر کدام از این دارایی ها را برای سرمایه گذاران ایرانی برشمرد. سازگار توضیح داد: «در دلار کاغذی در خرید و فروش محدودیت وجود دارد. بر اساس مصوبه مجلس اگر خریدار یا فروشنده ای از طریق صرافی غیرمجاز معامله یا حواله ای انجام دهد، آن عمل معادل قاچاق و آن شخص متخلف است، اما در خرید تتر یا دلار دیجیتال محدودیتی وجود ندارد.

همچنین طبق مصوبه مجلس اگر شخصی قصد نگهداری ۱۰ هزار دلار دارد، مشکلی نیست، اما اگر قصد نگه داشتن مبلغی بیش از این را داشته باشد، باید یک صورت حساب از صرافی یا اظهارنامه گمرکی داشته باشد. از این بابت هم در مورد دلار دیجیتال نیازی به مجوز نیست.»

سازگار در تکمیل این موارد اضافه کرد: «خطر نگهداری دلار کاغذی بالاست. همین چند ماه پیش یکی از بزرگ ترین بانک های ایران دچار دستبرد شد و احتمالاً دلارهای زیادی از صندوق های امانات آن به سرقت رفت. ایراد بعدی که دلار کاغذی دارد، قیمت آن است. زمانی که شروع به خرید و فروش دلار می کنید، صرافی ها، کارمزدهایی را تعیین می کنند که بسته به شرایط بازار، موجب اختلاف قیمت چشم گیری در نرخ دلار خرید و فروش شده می شود. در مقابل به دلیل اینکه بازار رمز ارزها به سمت رقابتی شدن می رود، اختلاف قیمت در دلار دیجیتال بسیار ناچیز است.»

وبینار «تتر؛ دروازه ورود به دنیای رمز ارزها» با همکاری تترلند و تریدرز پلاس برگزار شد. در این وبینار حسن سازگار، کارشناس حوزه ارزهای دیجیتال به مرور تاریخچه پول پرداخت و با برشمردن چند ویژگی، دلار کاغذی و دلار دیجیتال را مقایسه کرد. سازگار صحبت های خود را با مروری بر تاریخچه پول آغاز کرد و گفت: «پول به عنوان ابزاری برای انجام دادوستد، بعد از گذر از روش مبادله کالا به کالا به وجود آمد. در ابتدا سکه ابزار پرداخت بود و کم کم پول کاغذی جای آن را گرفت. در عصر حاضر یک دوره گذار دیگر در حال رخ دادن است و آن هم گردش اقتصاد از پول کاغذی به پول دیجیتال است.»

او ادامه داد: «در ایران طی دوره های مختلف همواره نوسانات زیادی در پول تجربه کرده ایم و یکی از منطقی ترین کارها برای حفظ ارزش پول تبدیل ریال به دلار بوده تا بتوان دارایی خود را به یک واحد پول با اعتبار بالا و نوسان کم تبدیل کرد. دلار پر معامله ترین ارز در دنیاست و تقریباً ۴۴ درصد بازار را در اختیار دارد.»

به گفته او خطر سقوط ارزش پول فقط مختص ایران نیست و در جهان نیز در کشورهای مختلف دوره های سقوط ارزش پول به شکل جدی وجود داشته و بحران آفریده است. پررنگ ترین مورد اخیر آن مربوط به بحران مالی سال ۲۰۰۸ است. آن زمان دولت آمریکا تصمیم گرفت با چاپ پول بحران مالی موجود را مدیریت کند، اما همین تصمیمات غلط به تورم فزاینده ای منجر شد؛ چرا که مقدار پول چاپ شده با حجم رشد اقتصاد هم خوانی نداشت و همین امر بحران مالی را عمیق تر کرد.

سازگار اضافه کرد: «ایده ارز دیجیتال دقیقاً از همین جا شکل گرفت؛ اینکه باید ابزارهایی تعریف شود که بدون چاپ و صدور پول بتواند به اقتصاد کمک کند، بنابراین مکانیسم بیت کوین در ابتدا در مخالفت با چاپ پول طراحی شد و بعد از آن هم ارزهای دیجیتال دیگری اضافه شدند.»



شماره ۳۲  
مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم

تترلند با همکاری تریدرز پلاس برگزار می کند:

وبینار تتر؛ دروازه ورود به دنیای رمز ارزها

دوشنبه ۲۴ مرداد ماه ۱۴۰۱ ساعت: ۲۰:۰۰

رایگان

# اهمیت محتوا و رسانه تخصصی

گفت و گو با محمد آذرنیوار، سردبیر سایت ارز دیجیتال که می گوید به علت مشکلات اقتصادی و مسائل معیشتی در ایران اکثر کاربران برای معامله و سرمایه گذاری به این حوزه وارد می شوند



آموزش در حوزه ارزهای دیجیتال یکی از بخش های مهم و ضروری این اکوسیستم است. افرادی که می خواهند به این حوزه وارد شوند، قبل از هر اقدامی باید سطح دانش و آگاهی خود را در این حوزه بالا ببرند. این روزها منابع متعددی تلاش دارند آموزش های عمومی و تخصصی در زمینه رمزارزها به کاربران ارائه دهند. وبسایت های آموزشی یکی از این منابع هستند که در ایران نیز چند سالی است شروع به فعالیت کرده اند. وبسایت ارز دیجیتال یکی از این وبسایت ها است. محمد آذرنیوار، سردبیر مجموعه ارز دیجیتال است که ۱۵ روز پس از راه اندازی به این مجموعه پیوست. در واقع آذرنیوار بعد از بنیان گذار مجموعه، اولین نفری بود که به تیم ارز دیجیتال اضافه شد. آذرنیوار کارشناسی ارشد مدیریت رسانه است و پیش از پیوستن به ارز دیجیتال کار خود را به عنوان مترجم و کارشناس محتوایی این حوزه آغاز کرده بود. در این شماره به گفت و گو با سردبیر مجموعه ارز دیجیتال نشستیم و با او در مورد اهمیت آموزش و تولید محتوا در حوزه رمزارزها صحبت کرده ایم. این گفت و گو را می توانید در این صفحه بخوانید.

محصول محورتر شدن هستیم. قسمت رسانه ارز دیجیتال در دو بخش اصلی خبر و آموزش فعال است، مخصوصاً آموزش های مربوط به کاربران تازه کار. هر دو بخش هم روی ارزهای دیجیتال و فناوری بلاکچین متمرکز هستند.

راجع به محصولات که اشاره کردید، بیشتر توضیح می دهید؟

مخاطب هدف این محصولات عام است و هر کسی که بخواهد در این حوزه شروع به کار کند، حتماً به سایت ما سر می زند، چون ما نقطه شروع بسیاری از سرمایه گذاران و معامله گران این حوزه هستیم. افراد از صفر تا صد می توانند در مورد سرمایه گذاری در این حوزه یاد بگیرند و اخبار را دنبال کنند. ما بخشی به اسم



راضیه مینایی

Raziyeh.minaei1995@gmail.com

در مورد ارز دیجیتال و ماموریتی که برای آن در نظر گرفته اید بگویید.

در شرح ارز دیجیتال باید به دو قسمت اشاره کنم. قسمت اول یک رسانه تخصصی در حوزه ارز دیجیتال

است. در واقع ارز دیجیتال فعالیت خود را به عنوان یک رسانه آموزشی، تحلیل و خبری آغاز کرد و ارائه دهنده اطلاعات مربوط به بازار است. در قسمت بعدی به سمتی رفتیم که بتوانیم یکسری سرویس های اختصاصی در حوزه تحلیل داده، تحلیل بازار و فعالیت حرفه ای تر کاربران طراحی کنیم. در واقع قصد داریم محصولات ویژه و خاصی برای سرمایه گذاران و تحلیلگران بازار تهیه کنیم. در ابتدا فقط یک رسانه بود، اما الان دو قسمت دارد و کم کم در حال حرکت به سمت



شماره ۳۲  
۳۰ مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم



چرا از رکودهای فعلی نباید هراس زیادی داشته باشیم؟

## خوش بین ها آینده را می سازند

وب ۲ به جریان اصلی فناوری تبدیل و کسب و کارهای زیادی به وب ۲ منتقل شد. علاوه بر آن، کارآفرینان جدیدی نیز وارد این فضا شدند. اینجا بود که رقابت از اینکه ایده خلاقانه ای تولید شود، به عملکرد منظم تغییر کرد. در سال ۲۰۰۷ وب ۲ محوریت یافت. تعداد کاربران فیس بوک از ۱۰ میلیون نفر گذشت؛ توییتر در حال رشد بود و گوگل، یوتیوب را خرید. سپس بحران مالی ۲۰۰۸ رخ داد و همین امر موجب شد که بودجه فناوری قطع شود. با وجود ناامیدی و بدبینی عده ای و با وجود دشواری هایی که بسیاری از مردم در این دوران متحمل شدند، سال های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۱ به یک عصر طلایی تبدیل شد. برای مثال اپل برنامه های آیفون خود را در سال ۲۰۰۸ منتشر کرد؛ بنابراین در تولید تلفن های همراه انقلابی به وجود آمد و تقریباً تمام اپلیکیشن های برتر ساخته شد.

با این وصف، وقتی به گذشته نگاه می کنیم، متوجه می شویم که سه روند قدرتمند و همگرا وجود داشته است: ۱. رسانه های اجتماعی که جایگزین کلمه وب شد. ۲. ایدئولوژی ابری و ۳. ظهور گوشی های هوشمند.

امروز فناوری بسیار متفاوت از دهه ۲۰۰۰ است، چنان که تعداد بسیار اندکی از متصدیان فناوری بر اینترنت تسلط دارند، اما در دهه ۲۰۰۰ این گونه بود که وب ۲ به عنوان یک نوآوری نادیده گرفته می شد. درست مانند اینکه دوستانی در حوزه فناوری دور هم جمع می شدند و درباره چیزهای بی اهمیت حرف می زدند، اما امروز اگر جنبش جدیدی به راه افتد، کسانی که در این فضا منافع ریشه دار دارند، به شدت واکنش نشان خواهند داد، اما به هر ترتیب همان الگوهای خلاقانه هنوز هم وجود دارد. به گمان من رمزارز و وب ۳ بهترین نوآوری است. از نظر من احساسات منفی به بازار رمزارز در این روزها بسیار شبیه به سال ۲۰۰۸ است. اگر ما در حال رفتن به سوی یک رکود طولانی هستیم، لازم است از سال ۲۰۰۸ درس بگیریم و به دو چیز فکر کنیم؛ حفظ سرمایه و تمرکز بر چشم انداز بلندمدت. درس راهبردی این است که چشمان خود را کاملاً بر چرخه محصول متمرکز کنیم. چیزهایی که برای افراد باهوش جالب به نظر می رسد، بالاخره تحول را رقم خواهند زد. اسباب بازی ها روزی به ابزار ضروری تبدیل می شوند و سرگرمی های آخر هفته روزی به فعالیت های اصلی تغییر می کنند. شاید بدبین ها هوشمند به نظر برسند، اما در نهایت خوش بین ها هستند که آینده را می سازند.

دهه ۲۰۰۰ دوران رکود دات کام ها بود. در سال ۲۰۰۱ قیمت سهام آمازون به پایین ترین حد خود رسید. در آن دوران یک نظرسنجی از آمریکایی ها انجام شد تا میزان تمایل شان به افزایش باند اینترنت را ببینند. اکثرشان پاسخ منفی دادند؛ زیرا ایمیل محبوب ترین کاربرد اینترنت بود و در نتیجه آنها نیازی به افزایش پهنای باند نمی دیدند. علاوه بر آن، آکادمی ملی علوم در فهرست اختراعات بزرگ قرن گذشته اینترنت را در رده سیزدهم پس از تلویزیون و رادیو قرار داد. آن روزها تصور این بود که اینترنت اختراع جالبی است، اما استفاده از آن محدود است و مکان مناسبی برای تجارت نیست. همان زمان برخی توسعه دهندگان و بنیان گذاران وب ۲ را پایه گذاری کردند. یعنی توانستند اینترنت را از یک رسانه که صرفاً برای مطالعه بود، به جایی برای خلق کردن و نوشتن تبدیل کنند. مهم ترین نوآوری در این دوره صفحات وب بود که به صورت پویا و بدون نیاز به بارگیری دوباره به روز می شد. این کار به کمک ای جکس (AJAX) میسر شد؛ ای جکس مجموعه ای از استانداردها و فناوری ها است که امکان تعامل آسان کاربر با وب را فراهم کرد.



کریس دیگسون

تحلیلگر اندرسون هورویتز

@chrisdixon

یکی از نکات قابل توجه در آن دوره این بود که مهندسان و بنیان گذاران وب ۲ صرفاً در ساعات پس از کار یا آخر هفته ها درباره این نوآوری ها صحبت می کردند. در طول هفته و در ساعات کاری آنها مشغول کاری بودند که به فناوری های اصطلاحاً جدی مربوط بود. آن زمان دیدگاه عمومی این بود که محصولات وب ۲ اسباب بازی هایی هستند که نمی توانند به یک کسب و کار واقعی شکل دهند. این برای من درس بزرگی شد. مدتی طول کشید تا آن را یاد بگیرم و سرانجام هم مجموعه ای از پست های وبلاگی درباره اش نوشتم. برای مثال «چیز بزرگ بعدی از یک اسباب بازی آغاز می شود». وب ۲ فریبنده بود، زیرا امکانات زیادی برای طراحی محصولات جدید در اختیار می گذاشت. برای مثال «اگر این ویژگی و آن ویژگی را با هم ترکیب کنید، چه محصولی به دست خواهد آمد؟».

در سال ۲۰۰۵، یاهو دو خرید مهم کرد؛ فلیکر (Flickr) و دلشیس (Delicious). این حرکت بزرگی برای وب ۲ بود. تا پیش از آن وب ۲ یک سرگرمی فرض می شد، اما شرکتی مثل یاهو، وب ۲ را به بخشی از راهبرد خودش تبدیل کرد. این زمانی بود که





خبر فوری داریم که در آن اخبار این حوزه را به صورت فوری ترجمه و منتشر می‌کنیم. این بخش در خصوص تحلیل سرمایه‌گذاری، کمک زیادی به سرمایه‌گذاران می‌کند. این بخش رسانه ماست.

در مورد محصولاتی که اشاره کردم، باید بگویم یکی از محصولات که در حال حاضر راه‌اندازی کرده‌ایم، ارز ویژن نام دارد. ارز ویژن چند بخش دارد، یک بخش مخصوص سرمایه‌گذاران حرفه‌ای است و کاربران می‌توانند اشتراک آن را تهیه کنند. بخش دیگر مربوط به داده‌های آنچین است که داده‌های بلاکچین‌های شفاف مثل بیت‌کوین و اتریوم را به کاربران ارائه می‌دهد. سرمایه‌گذاران حرفه‌ای با کمک این داده‌ها می‌توانند تحلیل آنچین انجام دهند. بخش دیگر هم محتوای اختصاصی و پرمیوم برای سرمایه‌گذاران کارکننده است. تیم تحلیل ما به صورت تمام‌وقت در این بخش فعال هستند و برای کسانی که اشتراک دارند، محتوای اختصاصی تهیه می‌کنند.

در مورد بخش‌های در حال راه‌اندازی نمی‌توانم صحبت کنم، اما در کل در حال راه‌اندازی یکسری بخش‌های آموزشی هستیم.

## در حال حاضر ارز دیجیتال چند کاربر دارد؟

در سال گذشته حدود ۱۶ میلیون کاربر از سایت ما استفاده کرده‌اند. بدون اغراق می‌توانم بگویم که وب‌سایت ارز دیجیتال پر بازدیدترین وب‌سایت تخصصی حوزه ارز

دیجیتال در ایران است. اپلیکیشن ارز دیجیتال نیز توسط یک میلیون و ۷۰۰ هزار نفر نصب شده است. اپلیکیشن مانند وب‌سایت است، اما یکسری امکانات خاص مانند پرتفو دارد. کاربران می‌توانند با این امکان پرتفوی خود را مدیریت کنند. برای مثال می‌توانند سود و زیان خود را در لحظه ببینند.

## تابه حال جذب سرمایه داشته‌اید؟

خیر، بر اساس اطلاع من تابه حال جذب سرمایه نداشته‌ایم و با سرمایه شخصی پیش رفته‌ایم.

شما به عنوان یک وب‌سایت تخصصی در حوزه ارزهای دیجیتال فکر می‌کنید تولید محتوا و آموزش در حوزه رمزارزها چقدر اهمیت دارد؟ چرا مهم است که ادبیات تخصصی این حوزه از طریق تولید محتوای کارشناسی و درست، بسط داده شود؟

این مسئله به شدت اهمیت دارد و کمبود آن نیز به شدت حس می‌شود. سرعت رشد این حوزه و ایجاد فناوری‌های جدید، خیلی زیاد است. چهار یا پنج سال پیش، وقتی کار خود را در وب‌سایت ارز دیجیتال شروع کردیم، ارزهای دیجیتال به بیت‌کوین، اتریوم و یکسری رمزارز دیگر مانند لایت‌کوین و بیت‌کوین کش محدود می‌شدند. در آن زمان این حوزه بسیار محدود و درک آن راحت بود، اما اکنون تقریباً هر شش ماه، مفاهیم جدیدی وارد بازار می‌شوند

که برای درک آنها باید ساعت‌ها مطالعه کرد. مفاهیمی مثل دائو، ان‌افتی، دیفای و کلی مفروض دیگر وارد این حوزه شده‌اند که جای ساعت‌ها بحث و کار دارند. به نظر من تولید محتوا در این حوزه خیلی جای کار دارد. به علاوه بازار خوبی داشته و جای رشد زیادی دارد. افراد بسیاری با مفاهیم اولیه آشنایی ندارند و در این حوزه کار زیادی می‌توان انجام داد.

به نظر شما آموزش در حوزه ارزهای دیجیتال چه تأثیری روی رگولاتوری این حوزه دارد؟ مدت‌هاست که رگولاتور دولتی تلاش دارد در این حوزه مقررات‌گذاری کند اما بعضاً این تلاش‌ها ممکن است در جهت توسعه این فناوری و نوآوری‌های مرتبط با آن نباشد. چقدر می‌توان از طریق آموزش قانون‌گذارها، مسیر درستی برای این کار باز کرد؟

قطعاً تأثیر خواهد داشت. متأسفانه علت تصمیمات اشتباه بسیاری از مسئولان، عدم دانش کافی است. بسیاری از کاربران سایت ما مسئولانی هستند که در حوزه مقررات این حوزه فعال هستند. گاهی حتی این افراد از ما در مورد موضوعات این حوزه سؤال می‌پرسند. اگر شفافیت وجود داشته باشد و مسئولان با فرصت‌ها و تهدیدهای این حوزه آشنا شوند، می‌توانند بهتر قانون‌گذاری کنند. حتی

قسمت پوشش اخبار رگولاتوری کشورهای خارجی هم می‌تواند بسیار مؤثر باشد.

با توجه به اینکه پنج سال در یک وب‌سایت تخصصی این حوزه فعالیت داشته‌اید، از ضعف‌های دانشی کاربران اطلاع بیشتری دارید. دانش و آگاهی کاربران در چه حوزه‌های پایین‌تر است؟ مهم‌ترین خطراتی که آن‌ها را تهدید می‌کند چیست؟

متأسفانه به علت مشکلات اقتصادی و مسائل معیشتی در ایران، اکثر کاربران برای معامله و سرمایه‌گذاری به این حوزه وارد می‌شوند. در تمام دنیا کاربران بیشتر برای این دو هدف وارد این حوزه می‌شوند، اما در ایران بیشتر شاهد این اتفاق هستیم. متأسفانه کاربران در کلاهبرداری‌ها متحمل ضررهای زیادی می‌شوند. طرح‌های پانزی و طرح‌های کلاهبرداری در ایران رشدی قارچ‌گونه دارند. پیگیری قضایی کلاهبرداری‌های حوزه ارزهای دیجیتال هم سخت است. متأسفانه همیشه می‌بینم که کلاهبرداران خیلی راحت می‌توانند طی چند روز چندین هزار دلار به سرقت ببرند.

اگر کاربران امروز را با کاربران پنج سال گذشته مقایسه کنید، چه تغییری در آنها می‌بینید؟ آیا سطح آگاهی کاربران طی این سال‌ها بالاتر رفته است؟

قطعاً سطح آگاهی بالاتر رفته و فضا بهتر شده است. در مقایسه با قبل وضعیت بهتر شده، ولی با توجه به اینکه تعداد کاربران نسبت به چهار یا پنج سال پیش بیشتر شده، تعداد کلاهبرداری‌ها هم افزایش یافته است، اما قاعدتاً وضعیت دانش افراد بسیار بهبود یافته است. برای مثال چهار سال پیش پروژه‌های روش‌های کلاهبرداری ساده‌تر بود، اما اکنون کلاهبرداری سخت‌تر شده است.

وظیفه آموزش در حوزه رمزارزها فقط بر عهده رسانه‌هاست یا سایر بازیگران اکوسیستم نیز باید نقشی در این مهم داشته باشند؟

طبیعتاً سایر بازیگران مثل اینفلوئنسرها و فعالان نیز نقش دارند. کسانی که صفحه‌ای دارند، قطعاً باید در این حوزه آموزش دهند. از رسانه‌های ملی هم نمی‌توان توقعی داشت. حتی برخی رسانه‌های عمومی برای کلاهبرداران تبلیغ می‌کنند. البته منظور من اینفلوئنسرهای اینستاگرامی نیست. همه اینفلوئنسرهای اینستاگرامی را هم نمی‌توان محکوم کرد، اما ۸۰ درصد آنها به سمت خوبی نمی‌روند. به نظر من فضای توئیتر بهتر است و ساختار توئیتر به شکلی است که اجازه ساخت کلاهبردار را نمی‌دهد؛ بنابراین توصیه من این است که کاربران سعی کنند برای یادگیری بیشتر به سمت توئیتر و یوتیوب بروند. قطعاً اینفلوئنسرهای خوبی هم در اینستاگرام فعال هستند، اما نسبت به توئیتر تعداد آنها بسیار کمتر است. برخی پلتفرم‌ها مانند اینستاگرام کلاهبردار ساز هستند.

## در مقایسه با قبل وضعیت بهتر شده، ولی با توجه به اینکه تعداد کاربران نسبت به چهار یا پنج سال پیش بیشتر شده، تعداد کلاهبرداری‌ها هم افزایش یافته است، اما افراد بسیار بهبود یافته

شاخصه‌های دیگری برای تشخیص کلاهبردار از اینفلوئنسر واقعی وجود دارد؟ افرادی که رؤیای فروش هستند، وعده پولدار شدن می‌دهند یا تبلیغات سنگین می‌کنند، هدف آموزشی ندارند. هدف این افراد فروش و پول درآوردن است. کسی که قصد آموزش دارد، وارد مسائل زرد نمی‌شود و سعی در رؤیایفروشی ندارد. این افراد آموزش‌های درست و تخصصی ارائه نمی‌دهند. می‌توان صحبت‌های این افراد را از لحاظ فنی بررسی کرد، یعنی ببینیم چه پروژه‌هایی را دنبال می‌کنند؛ رؤیایفروش از دور هم مشخص است.

در حال حاضر بزرگ‌ترین و اصلی‌ترین بازیگر اکوسیستم رمزارزها صرافی‌ها هستند. به نظر شما نقش صرافی‌ها در آموزش چیست؟

قطعاً در این زمینه نقش مهمی دارند و می‌توانند کمک کنند. صرافی‌ها می‌توانند در کانال‌ها و صفحه‌های خود آموزش دهند و پروژه‌های اسکم و کلاهبردارانه را به مردم معرفی کنند. به علاوه می‌توانند پروژه‌های اسکم را فهرست نکنند، یعنی قبل از اضافه کردن توکن‌ها به صرافی، در مورد آنها تحقیق کنند. من احساس خیلی خوبی به صرافی‌های ایرانی دارم. به نظر من فضای خوبی است و نمی‌توان گفت صرافی‌ها مشکلی ایجاد کرده‌اند. با توجه به محدودیت‌ها، ریسک‌ها و فضای خاکستری، صرافی‌ها در ایران خوب کار می‌کنند.

کار تولید محتوا و رسانه‌ای در این حوزه با چه چالش‌هایی مواجه است؟

ما دو چالش اصلی در این حوزه داریم؛ یکی از این چالش‌ها نیروی کارآمد در خصوص تولید محتواست. این حوزه کریپتوکارنسی است و تولید محتوا در آن چندان راحت نیست. متأسفانه نیروی تولید محتوای خوب در این حوزه بسیار کم است. تولید محتوا در این حوزه به فرد کمک می‌کند که به دانش مالی خوبی برسد و بتواند به شکل مناسبی در این حوزه سرمایه‌گذاری کند، اما متأسفانه نیروی کار خوب کم است و آن قدر سرعت رشد این حوزه زیاد است که ما فرصت به روزرسانی مطالب را نداریم. چالش دیگر مربوط به کلاهبرداران است. به سادگی نمی‌توان در ایران با کلاهبرداران مقابله کرد. برخی از کلاهبرداران تهدید و به سایت‌ها حمله می‌کنند



## بحث بر سر صورت های مالی جدال میان دوشرکت رمزآزری رابالاکشاند بیت گوبه دنبال محاکمه گلکسی

شرکت بیت گو با کمک مشاوران حقوقی خود در تلاش است تا گلکسی دیجیتال را برای فسخ قرارداد خرید بیت گو محاکمه کند. بیت گو مدعی است که گلکسی دیجیتال نتوانسته صورت های مالی حسابرسی شده سال ۲۰۲۱ را تا ۳۱ جولای ارائه دهد و به همین خاطر اعلام کرده که از قرارداد خود برای خرید پلتفرم بیت گو صرف نظر کرده است. تنها چند ساعت بعد خبر شکایت بیت گو منتشر شد.

### گلکسی: صورت های مالی ارائه شده بود

بیت گو حرکت اخیر گلکسی را نامناسب توصیف و عنوان کرده که قرار نبوده این قرارداد تا ۳۱ دسامبر منقضی شود. «برایان تیمونز» یکی از وکلای شرکت حقوقی طرف مشورت گفته که بیت گو به تعهدات خود از جمله حسابرسی مالی عمل کرده است. تیمونز گفته که گلکسی یا باید ۱۰۰ میلیون دلار خسارت لغو قرارداد را بپردازد یا با سوءنیت چنین اقدامی کرده و با خسارت بیشتری مواجه خواهد شد.

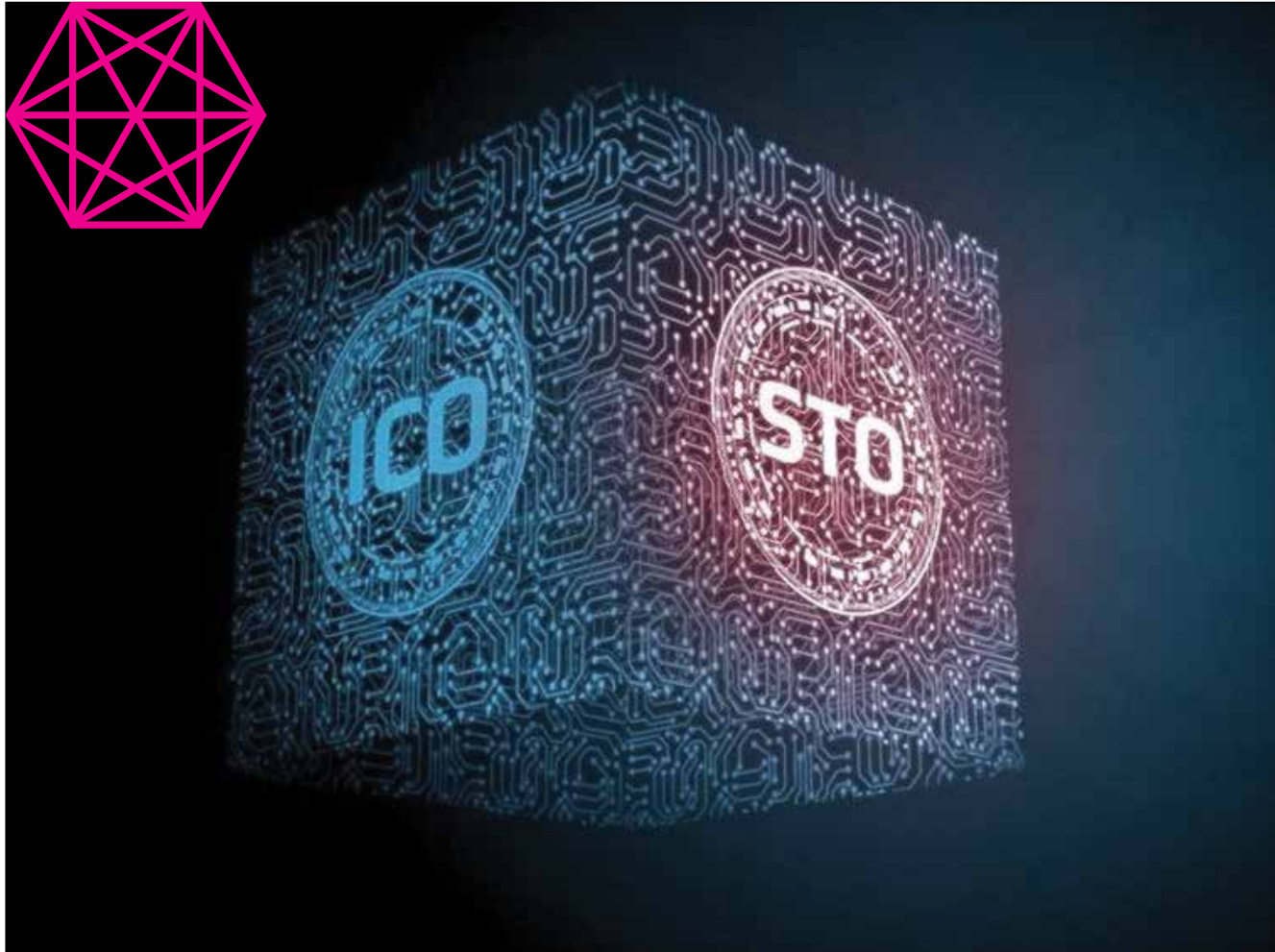
سخنگوی گلکسی گفته که بیت گو صورت های مالی مورد نیاز گلکسی را برای تشکیل پرونده قابل ارائه به شورای بورس تحویل نداد و هیئت مدیره شرکت تصمیم گرفته از حق قراردادی خود استفاده کند. او گفته که ادعای بیت گو بی ارزش است و گلکسی از خود دفاع خواهد کرد.

### رشد سه برابری مشتریان بیت گو

«مایک نووگراتز»، مدیرعامل گلکسی پیش از این گفته بود که شرکتش به دنبال این است که چه چیزی برایش بهتر است. او در عین حال ناراضیانی خود را نسبت به مدت قرارداد اعلام کرده است. «مایک بلشی»، مدیرعامل بیت گو هم در اظهارات خود گفته که رشد مشتریان بیت گو در سال ۲۰۲۱ نسبت به سال قبل، سه برابر شده و این شرکت سال ۲۰۲۱ را با ۶۴ میلیارد دلار دارایی تحت مالکیت به پایان رسانده است.



شماره ۳۲  
مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم



# یک اکوسیستم جهانی!

بررسی ظرفیت توکن های بهادار (STO) بانگاهی به تجربه کشورهای مختلف

عبارت دیگر، آنها هم مزیت تأمین سرمایه آسان و دسترسی ICOها را در خود دارند و هم امنیت و اعتبار عرضه های اولیه مرتبط با بازارهای سنتی را دارا هستند که باعث کاهش خطر کلاهبرداری می شود. طبق قوانین، وجوهی که از طریق STO جمع آوری می شود، در محدوده مقررات نظارتی در هر حوزه قضایی قرار می گیرد.

هر کشور یا منطقه ای معمولاً چهارچوب خاص خود را برای تنظیم و قانون گذاری روی STOها شکل داده است که در

برای تأمین مالی شرکت ها پیش روی خود پیدا کرده بودند. ICOها در واقع راه را برای یک روش جایگزین مناسب برای تأمین سرمایه باز کردند؛ روشی به نام عرضه اولیه توکن های اوراق بهادار (STO).

### عرضه اولیه توکن های اوراق بهادار چه مزایایی دارد؟

STOها در واقع از دو جهت مزیت خیلی بالایی دارند. به

در بازارهای سنتی، دسترسی به سرمایه و جذب آن همیشه چالشی بزرگ برای بازیگران کوچک و متوسط بوده است. ظهور بلاکچین این فضای سنتی را بر هم زده و محیط جدیدی را شکل داده است. علاوه بر این، ظهور ICOها نیز فرصت های بزرگ و بی شماری را برای تأمین سرمایه توسط این مجموعه ها ایجاد کرده است. این یک فرصت عالی بوده است؛ چراکه بازار استارت آپها توانسته رونق مورد نظر خود را پیدا کند. از سوی دیگر، سرمایه گذاران نیز گزینه های مختلفی



## یک قانون گذاری خاص آمریکا و دارایی های توکن شده

در ایالات متحده، دارایی های توکن شده مطابق با آزمون هووی (Howey Test) در چهارچوب های نظارتی قرار می گیرند. این قانون بیان می کند که وجوه جمع آوری شده توسط یک شرکت به عنوان یک قرارداد سرمایه گذاری تلقی می شود، البته در صورتی که شرایط زیر را داشته باشد:

- سرمایه گذاری پول یا دارایی باشد.
- انتظار سود از سرمایه گذاری وجود داشته باشد.
- سرمایه گذاری در یک شرکت مشترک و عمومی انجام شده باشد.
- هرگونه سود از تلاش یک فرد مروج یا یک شخص ثالث



مقررات در ایالات متحده سخت گیرانه در نظر گرفته می شود، با این حال شرایط خاصی در این مقررات وجود دارد که برای STOها مساعد است. برای مثال، هر ناشری می تواند از مقررات تأمین مالی (CF - Crowd Funding) برای فروش حداکثر ۱٫۰۷ میلیون دلار از پیشنهادها و تأمین مالی مورد نظر خود در دوره ۱۲ ماهه به سرمایه گذاران غیررسمی استفاده کند. با این حال، توکن های صادر شده تحت این دسته رانمی توان برای مدت ۱۲ ماه در بازار ثانویه دادوستد کرد.

ادامه به برخی از آنها اشاره می‌شود.

## فرانسه

در ماه مارس سال ۲۰۲۰، سازمان بازارهای مالی فرانسه یک تحلیل رسمی و حقوقی مختص موضوع توکن اوراق بهادار منتشر کرد. در این سند، سازمان AMF فرانسه توکن‌های اوراق بهادار را به‌عنوان همتای نمونه‌های سنتی خود (یعنی اوراق بهادار) معرفی و تأیید کرد. علاوه بر این، نیاز به تمام مجوزهای لازم برای ارائه‌دهندگان خدمات مالی را که در این صنعت فعالیت می‌کنند، اعلام کرد. این موضوع شامل نیاز به مجوز MTF (تسهیلات تجاری چندجانبه یا Multilateral Trading Facility) برای مبادلات ثانویه نیز می‌شود.

## ژاپن

بر اساس تغییرات ایجاد شده در قانون ابزارهای مالی و مبادلات کشور ژاپن (FIEA)، توکن‌های اوراق بهادار به‌عنوان نوعی علاقه‌مندی به برنامه‌های سرمایه‌گذاری جمعی معرفی شد که توسط توکن‌ها نمایش داده می‌شوند. این قانون همچنین توضیح می‌دهد که ارزش‌های دیجیتالی که برای مشارکت در عرضه توکن‌های اوراق بهادار (STO) به کار گرفته می‌شوند نیز نوعی پول در نظر گرفته شده؛ بنابراین سرمایه‌گذاری محسوب می‌شوند. در کشور ژاپن، اصول و قوانین مربوط به اوراق بهادار سنتی در مورد STOها نیز اعمال می‌شود و ناشران ملزم به رعایت الزامات افشایی مانند ارائه اظهارنامه ثبت اوراق بهادار

و گزارش‌های شش‌ماهه اوراق بهادار هستند. البته جزئیاتی که در افشاسازی‌ها باید منتشر شود، هنوز مشخص نشده است. همچنین لازم به توضیح است که STOها در کشور ژاپن تحت معافیت‌های مالیاتی قرار می‌گیرند.

## مالزی

بر اساس دستورات صادر شده، کمیسیون اوراق بهادار کشور مالزی مقاله‌ای را در ماه مارس ۲۰۱۹ منتشر کرده و در آنها قوانینی را برای «عرضه و ارائه توکن‌های دیجیتالی» تشریح می‌کند. این چهارچوب متعاقباً با الزامات انطباقی زیادی همراه است. میزان افزایش و الزامات برای ارائه گزارش‌های سه‌ماهه را می‌توان جزء همین موارد دانست.

## روسیه

داری‌های مالی دیجیتال یا DFAها، نشان‌دهنده حقوق دیجیتال هستند. این حقوق مطالبات پولی، امکان اعمال حقوق ناشی از اوراق بهادار قابل انتشار، حق مشارکت در سرمایه‌یک شرکت سهامی خاص و حق مطالبه انتقال اوراق بهادار قابل انتشار را دربر می‌گیرد. با این حال، صدور این توکن‌های اوراق بهادار مستلزم رعایت دقیق قوانین اوراق بهادار کشور روسیه است که شرکت در آنها برای افرادی با سرمایه‌های کوچک مناسب نیست.

## سنگاپور

قوانین مالی سنگاپور به نحوی است که توکن‌های اوراق بهادار را همانند اوراق سنتی تلقی می‌کنند؛ بنابراین این توکن‌ها نیز باید از تمام مقررات و الزامات مشابه اوراق بهادار سنتی تبعیت کنند. در این شیوه‌نامه همچنین انواع مختلف اپراتورها در بازار، مانند صراف‌ها و مشاوران مالی را شفاف‌سازی و مشخص می‌کند. علاوه بر این، بیان دارد که این سازمان‌ها باید به تأیید مرجع پولی سنگاپور رسیده باشند و تأکید دارد که برخی از مجوزها پیش شرط فعالیت این سازمان‌هاست. این دستورالعمل همه چیز را به‌وضوح بیان کرده و سعی دارد تا تمام سناریوهای متعدد و محتمل را به خوبی پوشش داده و به آنها بپردازد.

## سوئیس

صادرکنندگان توکن‌های اوراق بهادار باید از همان چهارچوب‌ها و قوانین مالی متداول در کشور سوئیس تبعیت کنند. این قوانین شامل تمام ارائه‌دهندگان خدمات مالی می‌شود که برای انجام فعالیت‌های خود به دریافت مجوز نیاز دارند. در این میان، صادرکنندگان می‌توانند از فناوری رجیستری مبتنی بر بلاکچین برای پشتیبانی از ردیابی مالکیت خود استفاده کنند.

## انگلستان

سازمان مدیریت مالی انگلستان بین سه نوع توکن تمایز قائل می‌شود؛ توکن‌های صرافی، توکن‌های کاربردی و توکن‌های اوراق بهادار. همان‌طور که در قانون و دستور تنظیم فعالیت‌های انگلستان و همچنین در دستورالعمل بازار در ابزارهای مالی مشاهده می‌شود، توکن‌های اوراق بهادار به‌عنوان یک ابزار سرمایه‌گذاری شناخته می‌شوند.

## معرفی



## تلاش سلسلتیا برای معرفی بلاکچین‌های شخصی‌سازی شده تقویت حاکمیت فردی در فناوری‌های غیرمتمرکز

شبکه آزمایشی سلسلتیا در ماه می ۲۰۲۲ کار خود را آغاز کرده و قصد دارد در سال ۲۰۲۳، فعالیت اصلی خود را راه بیندازد. البته خوفي امیدوار است برخی موارد لازم برای اصلاح تا قبل از راه‌اندازی نهایی شبکه، انجام شود. با اینکه این شبکه هنوز توکنی عرضه نکرده، اما در همین مدت به اندازه کافی هیاهو به پا کرده و توجهات را به خود جلب کرده است.

حاکمیت ساختاری است که هر کاربر یا مشارکت‌کننده با پیروی از آن موافق است. هر چیزی که استفاده می‌کنیم، تحت نوعی از حاکمیت قرار دارد. هدف اصلی آن رفع نیاز مشارکت‌کنندگان با منابع در دسترس به بهترین نحو ممکن و رسیدن به پایداری بلندمدت در آن ساختار است. چنین تعریفی هم در دنیای مجازی و هم در دنیای حقیقی صدق می‌کند. در نتیجه، برای هر سازمان، مؤسسه یا سرویسی، به‌ویژه وقتی در حال رشد است، حاکمیت اجتناب‌ناپذیر است. استایل حاکمیت باید با نیازهای کنونی مرتبط باشد، اما در عمل رسیدن به چنین نقطه‌ای دشوار است. در ابتدا، هدف از بلاکچین عدم وجود حاکمیت است، اما با افزایش اندازه و پیچیدگی، مدیریت بهتر در گرو حاکمیت صحیح است. درک عملکرد حکمرانی در سیستم‌های نامتمرکز، پیچیدگی‌های خود را دارد. بلاکچین‌های شخصی‌سازی شده تلاش دارند مسئله قدرت گرفتن یک گروه در بلاکچین‌ها را حل کنند. موضوعی پیچیده که فعلاً در ابتدای راه است و باید منتظر ماند و دید نتیجه آنها چیست و چقدر با استقبال کامیونیتی‌های مختلف روبه‌رو می‌شوند.

شبکه سلسلتیا اعلام کرده که قصد دارد بلاکچینی را معرفی کند که به سادگی استقرار قراردادهای هوشمند است. پروژه جدید کریپتو به‌نوعی تلاش برای ارائه حاکمیت به کامیونیتی‌های آنلاین است تا بلاکچین خودشان را با قوانین خود برپا کنند. «اسماعیل خویی»، هم‌بنیان‌گذار سلسلتیا عنوان کرده که توسعه‌دهندگان و کامیونیتی این شبکه به‌زودی قادر خواهند بود حاکمیت و بلاکچین سفارشی خود را داشته باشند. خویی که هفته قبل به مناسبت هفته بلاکچین ۲۰۲۲ با کوین‌تلگراف مصاحبه می‌کرد، این‌طور گفته که هدف پروژه فوق جداسازی لایه‌های اجرای برنامه به‌منظور باز کردن امکانات جدید برای برنامه‌سازان غیرمتمرکز است.

سلسلتیا یک شبکه بلاکچین مینیمال لایه ۱ است که به کاربران ساختاری ارائه می‌دهد تا بلاکچین مورد نظر خود را داشته باشند. هم‌بنیان‌گذار سلسلتیا همچنین عنوان کرده که یکی از اهداف سلسلتیا ساده‌کردن شخصی‌سازی بلاکچین است. او پروژه فوق را به سرویس وب‌آمازون تشبیه کرده که افراد می‌توانند کد خود را بنویسند و کلیک کنند؛ به همین سادگی کار نهایی شده و امکان استفاده افراد دیگر فراهم می‌شود. سلسلتیا در اقدامی مشابه با اتریوم که دو لایه را از هم جدا کرده، قصد دارد همین کار را با ویژگی‌های قابل تنظیم انجام دهد تا امکان انتخاب محیط مطلوب را به کاربران ارائه بدهد. او گفته است: «در سلسلتیا نمی‌توان این کار را روی لایه اصلی انجام داد. به همین خاطر روی دو لایه، برون‌سپاری می‌شود. می‌توان یک لایه توافق (Settlement Layer) داشت، اما به شکل یک لایه مشخص در بالای شبکه.»

هم‌بنیان‌گذار سلسلتیا اضافه کرده که کاربران می‌توانند لایه مورد نظر خود را انتخاب یا رول‌آپ کرده و لایه توافق خود را ایجاد کنند. او به این نکته هم اشاره کرده که اساس کار این شبکه بر مبنای تمایل کاربران به داشتن حاکمیت فردی است و سلسلتیا هم از این مسئله استقبال می‌کند که کاربران بتوانند بدون نیاز به حاکمیت اتریوم، انتخاب خودشان را داشته باشند. خویی عنوان کرده که سازمان غیرمتمرکز خودگردان (DAO) تمایل دارد بلاکچین و قوانین خود را به افراد تحمیل کند، اما در عین حال از امنیت و زیرساخت سلسلتیا هم سود خواهد برد. او گفته است: «کار با شبکه ما ارزان‌تر است و این آزادی را خواهید داشت که کار مورد نظرتان را با زنجیره خودتان انجام دهید.»



شماره ۳۲  
۳۰ مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم





## پلی چین به دنبال بازگشت سرمایه از دست رفته یک معامله نیمه تمام

شرکت پلی چین یک سال بعد از تأمین مالی برای سازنده صرافی‌های غیرمتمرکز، گفته که از باز خرید سهام شیپ یارد سافت‌ور باز مانده است. پلی چین که یک شرکت سرمایه‌گذاری کریپتو و مستقر در سان فرانسیسکو است، قصد دارد تأمین کننده دکس را برای از بین بردن یک فرصت معامله سهام، دادگاهی کند.

شیپ یارد سافت‌ور که تأمین کننده دکس بوده و مانند پلی چین در سان فرانسیسکو مستقر است، در جولای گذشته نزدیک به ۲۱ میلیون دلار جذب سرمایه جدید برای برنامه مرتبط با خدمات بازنشستگی خود به نام کلیپر داشت که بر پایه اتریوم بود.

پلی چین هم بخشی از این افزایش سرمایه به رقم چهار میلیون دلار بوده و ۱۷ میلیون دلار دیگر از سوی تأمین کنندگان دیگر صورت گرفته است. شیپ یارد همچنین ابزارهایی را برای دور زدن تحریم‌های دفتر کنترل سرمایه‌های خارجی آمریکا به کار برده که به پروتکل‌های دیفای و مبادلات رمزنگاری این اجازه را می‌دهد که با مقررات تطبیق پیدا کرده و سرمایه‌گذارانی را جذب کنند.

پلی چین یک سال بعد از این سرمایه‌گذاری، اعلام کرده که هیچ وقت سهام شیپ یارد را دریافت نکرده است. پلی چین به دنبال این است که دارایی‌های دیجیتال خود را بازگرداند. این شرکت در سال ۲۰۱۶ توسط «اولاف کارلسون‌وی» راه اندازی شد که تاکنون ۸۰ دوره تأمین مالی داشته و از ۱۵۸ استارت‌آپ از جمله کامپاند و نوماد پشتیبانی کرده است. پلی چین ماه گذشته با درخواست سرمایه‌گذاری ۵/۵ میلیون دلاری «پانترا» مواجه شد که نام آن در سرمایه‌گذاری بذری پلی چین در سال ۲۰۱۶ هم دیده می‌شود. یک داور به تازگی ادعای مربوط به کارلسون‌وی را در خصوص نقض امانت‌داری با انحراف فرصت‌ها از پانترا تأیید کرده است. آخرین سرمایه‌گذاری پلی چین مربوط به «وسپن انرژی» است تا این شرکت بتواند متان غیر قابل استفاده را به سوختی برای استخراج بیت‌کوین تبدیل کند.



شماره ۳۲  
مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم



# در انتظار انقلاب لایه دوم

### سه پروژه جدید در لایه ۲ اتریوم چه مسیری را می‌روند؟

شما هم متوجه علامت‌هایی از آرام گرفتن جامعه کریپتو شده‌اید؟ انگار حالا چراغ‌سبزه‌های این بازار بیشتر شده و شاید نشانه‌ای دال بر این باشد که سقوط بزرگ بالاخره پایان گرفته است. حتی اتریوم به عنوان یکی از بازیگران بزرگ این حوزه و تا زمان نگارش این مقاله، رشد ۹،۹۱ درصدی را برای هفته گذشته به ثبت رسانده است. (البته اتریوم مجدداً ریزش داشته

است!) شاید همین انگیزه شما را دوباره برای ورود به دنیای کریپتو بیشتر کرده و به این فکر کرده باشید که ارزش این را دارد که پول‌تان را به جای دیگر حوزه‌ها، وارد ارزهای در حال رشد کنید. اگر پاسخ‌تان مثبت است، احتمالاً باید دنبال رمزارز مناسب برای سرمایه‌گذاری باشید. نمی‌توان در این حوزه با قاطعیت صحبت کرد؛ چراکه بازار کریپتو پریسک است و ما هم پیشگو

نیستیم.

◀ **به جای قیمت‌ها به لایه دوم توجه کنید** کاری که می‌توانیم انجام دهیم این است که بینشی به شما بدهیم تا بدانید افراد در دنیای کریپتو بیشتر علاقه‌مند به کدام بخش‌ها هستند. در حال حاضر بیشتر فعالیت‌ها حول پروژه لایه ۲ متمرکز است.

## تصمیم سخت برای دارندگان دای؛ دوری از دلار! فشار خزانه‌داری آمریکا به میکردائو

بعد از آنکه «رون کریستنسن» هم‌بنیان‌گذار میکردائو تصمیم به انتقال از رمزارز یواس‌دی کوین به اتر گرفت، فعالان این حوزه دیدگاه‌های مختلفی بیان کردند. داتو بر خلاف غول‌های استیبل کوین مثل تتر و سیرکل، همان‌طور که از نام آن پیداست، غیرمتمرکز بوده و به همین خاطر تمامی تصمیم‌گیری‌های آن برای عموم آزاد است.

### دومشکل اصلی بر سر میکردائو

از آنجایی که یک سوم تمام رمزارز دای با یواس‌دی کوین پشتیبانی می‌شود و مراکز صدور آن با احتمال فشار از سوی خزانه‌داری آمریکا مواجه هستند، دای در معرض خطر قرار دارد. مقامات میکردائو ابراز نگرانی

کرده‌اند که احتمال تحریم قراردادهای هوشمند مبتنی بر پی‌اس‌جی وجود دارد که می‌تواند ارزش یواس‌دی کوین را پایین بیاورد. اما انتقال یواس‌دی کوین به اتر کار ساده‌ای نیست. برخی فعالان معتقدند که میکردائو برای تبدیل ۳/۵ میلیارد دلار یواس‌دی کوین به اتر با دو مشکل مواجه است. اولین مسئله پروتکل‌ها و دیگری تمایل این مجموعه برای این است که تا حد امکان از دلار آمریکا و مقررات آن به کلی مجزا شود. یکی از فعالان معتقد است که نمی‌توان فهمید اولویت پروتکل‌ها چیست؛ چراکه با دو بخش مجزا مواجه هستیم که با هم قابل مقایسه نیستند. ارزش داتو بیشتر با ارز فیات پشتیبانی می‌شود. بسیاری از سرمایه‌گذاران از داتو برای رسیدن به دلار درون زنجیره‌ای استفاده می‌کنند تا



## بخشی از تغییرات آتی پول به ماهیت و ظهور و رواج رمزارزها گره خورده است

### استیبل کوین‌ها و آینده پول

را دارند، پیچیده بوده و این پرداخت‌ها همواره گند، گران، و دشوار بوده‌اند. این در حالی است که رمزارزها می‌توانند آزادانه مرزها را طی کنند و موانع را از سر راه خود بردارند.

پدیده دلاری شدن (dollarization) که در آن یک ارز خارجی، مورد اعتماد و جایگزین یک ارز محلی می‌شود، می‌تواند با افزایش ارزش‌های دیجیتال تشدید شود. به تازگی در کشورهایمانند ایران و ترکیه می‌بینیم که مردم از رمزارزها برای دور زدن محدودیت‌های مربوط به ریزش سرمایه استفاده می‌کنند.

زمانی که ارزش‌ها ارزش بالایی می‌یابند، آنها می‌توانند پول خود را در جایی امن‌تر در خارج از کشور سرمایه‌گذاری کنند. به نظر می‌رسد استیبل کوین‌هایی که پشتوانه آنها دارایی است، در مقایسه با استیبل کوین‌هایی که توسط دیگر ارزها پشتیبانی می‌شوند، مقبولیت بیشتری دارند، اما ارز دیجیتال رسمی چین رقیبی جدی است و می‌تواند اهمیت دیگر ارزها مانند یورو، پوند، ین و فرانک را کاهش دهد. باید به یاد داشت که فناوری می‌تواند پیامدهایی غیر قابل پیش‌بینی نیز داشته باشد. دیجیتالی شدن ارزها، بیش از حرکت به سمت افزایش ارزش‌های رسمی و خصوصی که در یک سطح به رقابت می‌پردازند، می‌تواند قدرت اقتصادی را بیشتر متمرکز کند.

از سوی دیگر، ارزش‌های دیجیتال منتشرشده توسط شرکت‌های بزرگ که از چیرگی زیست‌بوم رسانه‌های اجتماعی یا تبلیغات استفاده می‌کنند، ممکن است جذابیت پیدا کنند. این ارزها، جز در صورتی که توسط دولت‌ها لغو شوند، می‌توانند روزی جزء ارزهای بدون پشتوانه مستقل شده و به ذخیره ارزشی مستقل بدل شوند. این امر در صورتی که کشورهای مستقل به انتشار چندباره پول در رقابت با ارزهای محلی پایان ندهند، می‌تواند حتی ناپایداری مالی بیشتری ایجاد کند. آنچه قطعی است این است که سامانه پولی بین‌الملل در آستانه تغییر و تحولی ناشی از انقلاب دیجیتال قرار دارد. در ادامه باید دید این پدیده در نگاه کلان برای انسان سودمند خواهد بود یا نابرابری‌های جهانی و محلی موجود را تشدید می‌کند.

تعداد زیادی از ایالت‌های آمریکا قوانینی دارند تا اطمینان پیدا کنند که پول نقد به‌عنوان شکلی از پرداخت پذیرفته شده است، اما به‌طور کلی مصرف‌کنندگان، کسب‌وکارها و دولت‌ها از رواج پرداخت دیجیتال استقبال می‌کنند. اکنون ما در آستانه یک انقلاب هستیم. پول نقد در حال خارج شدن از مسیر است و جایگزین شدن فناوری‌های دیجیتال می‌تواند ماهیت و قابلیت‌های پول را تغییر دهد. در این میان نقش استیبل کوین‌ها در آینده پول احتمالاً نقشی مهم و حیاتی خواهد بود.

به گزارش وب‌سایت راه پرداخت، می‌توانیم دنیایی را تصور کنیم که در آن بسیاری از افراد کیف پول‌های دیجیتال دارند؛ با ترکیبی از پول در حساب‌های بانکی دیجیتال، استیبل کوین‌هایی تحت مدیریت شرکت‌های خصوصی و شاید یک یا چند CBDC. هیچ‌کس نمی‌داند استیبل کوین‌ها و CBDCها چگونه در کنار هم وجود خواهند داشت. برای مثال، شرکت متا قصد داشت استیبل کوین خود را منتشر کند، اما پروژه بر اساس مقررات نظارتی آمریکا لغو شد؛ چراکه این نگرانی وجود داشت که استیبل کوین هم در داخل کشور و هم بین مرزها برای قاچاق مورد استفاده قرار گیرد.

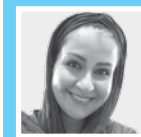
هم‌اکنون به نظر می‌رسد استیبل کوین‌ها راه خود را پیدا کرده‌اند. تا مارس ۲۰۲۲ بیش از ۳۰ گونه استیبل کوین با ارزش کلی نزدیک به ۱۸۵ میلیارد دلار در گردش بود. این امکان وجود دارد که استیبل کوین‌ها بر رأس زیست‌بوم‌های تجاری بزرگ مقیاس مانند آمازون بایستند و جاذبه‌ای کافی به‌عنوان ابزاری برای پرداخت پیدا کنند.

استیبل کوین‌ها در هر نرخی، تا زمانی که پایداری آنها وابسته به ارزهای بدون پشتوانه است، به ارزشی مستقل تبدیل نخواهند شد. به بیان دیگر، آنها بیش از هر چیز به این دلیل که ابزار پرداخت ارزان‌تر و آسان‌تری هستند، مورد استفاده قرار می‌گیرند. تا امروز مشخص شده که انقلاب ارز دیجیتال، پیامدهایی برای سامانه‌های پولی بین‌المللی خواهد داشت. پرداخت‌های بین‌مرزی همواره به دلیل درگیر بودن با چندین ارز و چندین نهاد که هر کدام قوانین و پروتکل‌های خاص خود

مواردی اشاره کنیم که علاقه‌مندان بیشتری دارد.

### سه پروژه امیدبخش لایه دوم

ارز دیجیتال پلی‌گان شناخته شده‌ترین مورد در لایه ۲ و در حال حاضر چهاردهمین رمزارز محبوب است. چرا؟ چون سایدچین یا زنجیره جانبی است؛ به این معنا که می‌تواند نقش پشتیبان را برای اتریوم بازی کند. همچنین ساده و مؤثر است. در عین حال مجموعه‌ای از بلاکچین‌هاست که قابل رقابت با خود اتریوم است. اگر بخواهیم ساده بگوییم، پلی‌گان دارای برد است.



سپیده اشرفی

Sepideh.ashrafi64@gmail.com

### متیس داتو (متیس)

همان‌طور که پیش از این هم اشاره کردیم، رول‌آپ‌های مثبت در لایه ۲ استفاده می‌شود که نقطه منفی آن آهسته‌تر بودن نسبت به رول‌آپ‌های ZK و نقطه مثبت آن، خواندن قراردادها و هوشمند است. زندگی هم ترکیب همه اینها و رسیدن به توازن است. دلیل دیگری که متیس در مرکز توجه قرار گرفته این است که مدیر آن یعنی «ناتالیا آملین»، مادر خالق اتریوم یعنی «ویتالیک بوتورین» است. البته ممکن است به این فکر کنید هیچ پسری نیست که مادرش را وارد پروژه‌ای کند که سود نداشته باشد. با این حال، این استدلال نمی‌تواند تضمینی برای موفقیت باشد. بوتورین نمی‌تواند آینده را پیش‌بینی کند و ممکن است به‌رحال اتریوم شکست بخورد (هرچند بی‌ارتباط با دیگر رمزارزها به نظر می‌رسد). به‌رحال مادر او وارد کار شده و به همین دلیل، توجه مردم جلب شده است. البته هنوز خیلی در مرکز توجه قرار نگرفته و بر اساس ارزش بازار، در رتبه ۲۲۹ قرار دارد.

### لوپرینگ (با نماد اختصاری LRC)

لوپرینگ هم یکی دیگر از بازیگران بحث برانگیز لایه ۲ است. افرادی که در آن سرمایه‌گذاری کرده‌اند، معتقدند این ارز به سود می‌رسد. شاید یکی از دلایل این باشد که یک رول‌آپ ZK است که کاربران معتقدند اگر اتریوم بخواهد موفق شود، می‌تواند یک فناوری ارزشمند و ضروری باشد. دلیل دیگر هم روابطی است که لوپرینگ با شرکت‌هایی مانند گیم‌استاپ دارد. با این حال، به نظر می‌رسد که این ارز اغلب از توجه رسانه‌ها دور بوده و در سایه مانده است. لوپرینگ تا زمان نگارش این مقاله، هفتادوپنجمین رمزارز محبوب و بسیار عقب‌تر از پلی‌گان است. با این حال، هنوز بسیاری عاشق آن هستند و مشخص نیست که اشتباه می‌کنند یا خیر.

این بخش قدری تکنیکال است و بگذارد ابتدا قدری درباره آن توضیح بدهیم. لایه ۲ یک راهکار مقیاس‌پذیر است که بلاکچین برای اتصال به دنیای بزرگ‌تر به آن نیاز دارد. به‌عنوان مثال شبکه اتریوم موجود، تنها قادر به مدیریت ۳۰ معامله در ثانیه است. در مقابل ویزا می‌تواند ۶۵ هزار معامله را در ثانیه انجام دهد. هر دو با تأخیر مواجه هستند، اما قطعاً ۳۰ معامله در قیاس با ۶۵ هزار مورد، خیلی جالب نیست. با ورود لایه ۲ اتریوم (ارتقای اتریوم که شاید شبیه به آپدیت کردن یک نرم‌افزار اما کمی فراتر از آن باشد) امکان انجام ۱۰۰ هزار معامله در ثانیه وجود دارد که تقریباً می‌تواند دوبرابر سریع‌تر از ویزا باشد.

اتریوم برای این کار به راهکاری برای تغییر مقیاس از ۳۰ به ۱۰۰ هزار در ثانیه نیاز دارد. در عین حال به جای مقیاس‌بندی اتریوم به تنهایی (که ریسک امنیتی و عدم تمرکز را به همراه دارد) شاید باید پروسه انجام معامله را برون‌سپاری کرد. کمی شبیه به این است که به جای درست کردن دوش خانه‌تان، کسی را بیاورید تا برایتان تعمیر کند. اسم این تیم برون‌سپاری اتریوم، راهکارهای لایه ۲ است.

### نقش رول‌آپ‌ها

از آنجایی که کارهای مربوط به لایه ۲ متفاوت‌تر است، نیروهای فنی تری هم در این بخش فعالیت می‌کنند. رول‌آپ‌هایی مثل ZK و رول‌آپ مثبت وجود دارد که یک کار را با اندکی تفاوت انجام می‌دهند. رول‌آپ ZK سریع‌تر است، اما قرارداد هوشمند مربوطه را حین انجام معامله نمی‌خواند. رول‌آپ مثبت به شیوه دیگری عمل می‌کند؛ قراردادها و هوشمند را می‌خواند، اما قدری کندتر عمل می‌کند. هر دوی این موارد، گونه‌ای از برون‌سپاری است. در کنار این موارد، زنجیره‌های جانبی، پلاسما و کانال‌های پرداخت هم قرار دارند. توضیح آن مفصل است، اما در مجموع می‌توان گفت هر دو، راه‌های مختلف مقیاس‌پذیری و برون‌سپاری هستند که ابزارهای متفاوتی را برای این مقیاس‌پذیری ارائه می‌دهند.

این فناوری دلیل علاقه دوباره مردم به حلقه‌های رمزنگاری است. افزایش سرعت معاملات، سبب ارزان‌تر شدن آن هم می‌شود و اگر چنین معاملاتی به سرعت، ارزانی، امنیت و ناشناس بودن بیشتر نسبت به ویزا یا هر پول بدون پشتوانه دیگری انجام شود، افراد بیشتری متقاعد می‌شوند که به سمت آن بیایند. در این میان باید مراقب باشید؛ چراکه برخی پروژه‌ها به‌وضوح کلاهبرداری است، اما بگذارد به برخی

بتوانند در دنیای واقعی هم به آن دسترسی داشته باشند.

### هکرها وارد می‌شوند؟

جدا کردن یواس‌دی کوین از دای به معنای خداحافظی با دنیای واقعی است و مشخص نیست این مسئله چه چیزی را برای دارندگان توکن دای به همراه خواهد داشت. موضوع دیگر هم مسائل فنی انتقال حجم زیادی از یواس‌دی کوین به اتر است. برخی فعالان نگران این هستند که خبر تبدیل این ۳/۵ میلیون دلار می‌تواند ریسک به همراه داشته و با حملاتی مواجه شود. گفته می‌شود که راه‌های بسیاری در چنین شرایطی وجود دارد که هکرها می‌توانند در این جابه‌جایی نفوذ کنند. در موارد



شبیه به میکرداتو، همه چشم‌ها به پروتکل مربوطه است تا قدم بعدی آن مشخص شود.



شماره ۳۲  
۳۰ مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم





چشم‌انداز دنیای کریپتو به قوانین جدید شورای بورس آمریکا

## رگولاتورها به دنبال قدرت یا اعمال محدودیت؟

ناظران بازار کریپتو معتقدند شورای بورس آمریکا به تلاش خود برای گسترش قدرتش بر این صنعت - با وجود عدم قطعیت‌هایی که در بخش نظارت وجود دارد - ادامه می‌دهد. طبق گفته مدیران فعال در این صنعت، مقررات احتمالی در غیاب چهارچوب‌های قانونی برای رمزنگاری، ادامه خواهد داشت. در عین حال، رگولاتورها به دنبال توجه به مسائل اخیر حمایت از سرمایه‌گذاران هستند.

با این حال، اقدامات اجرایی متعددی در هفته‌های گذشته در خصوص مسائل مرتبط با دنیای کریپتو صورت گرفته است. شورای بورس آمریکا اخیراً ۱۱ نفر را به ایجاد و ترویج هرم رمزنگاری جعلی و طرح پانزی متهم کرده که گفته شده ۳۰۰ میلیون دلار از سرمایه‌گذاران خرد جمع‌آوری کرده‌اند. این شورا به همراه وزارت دادگستری آمریکا یک کارمند سابق کوین‌بیس را به همراه برادر و دوستش به معاملات غیرقانونی متهم کرده است. شورای بورس مدعی شده که ۹ توکن رمزنگاری در این پرونده، امنیتی بوده است.

فشارها را بیشتر کرده بود و حالا با تلاش این شورا برای گسترش نظارت خود بر این صنعت، به نظر می‌رسد که فشارها بیشتر هم شود. «پاتریک داگرتی»، وکیل سابق فعال در شورای بورس آمریکا به این اظهارات این نکته را اضافه کرد که «پرونده‌های کلاهبرداری پرونده‌های آسانی هستند. از شورای بورس انتظار داریم که به این موارد دسترسی پیدا کند». وزارت دادگستری در ماه فوریه مدیری را برای تیم ارزش‌های دیجیتال خود انتخاب کرد تا تمرکز واحد جدید را به سمت موارد مربوط به توقیف دارایی‌های دیجیتال یا قانون شکنی‌های مبتنی بر بلاکچین ببرد.

ردبورد که قبل از تی‌آرام لیز، دادستان ایالات متحده و یکی از مقامات وزارت دادگستری بوده، گفته که رویدادهای اخیر از جمله سقوط استیبل‌کوین، باعث شده رگولاتورها بیشتر از قبل به سمت روشن کردن مسائل مربوط به این صنعت بروند. او گفته است: «روال قانون‌گذاری از طریق کنگره سخت است، به همین خاطر به نظر نمی‌رسد که به این زودی‌ها چهارچوب قانونی و روشنی ایجاد شود. قوانین را می‌توان از طریق اقدامات اجرایی خوب یا بد دید، چون بدون چهارچوب قانونی روشن، رگولاتورها به تفسیر از قوانین دچار می‌شوند.»

### رانت اطلاعاتی که به معاملات غیرقانونی ختم می‌شود

ردبورد گفته است: «اگرچه دستورالعمل‌ها در فضای مبارزه با پول‌شویی کاملاً واضح است، اما وجود چهارچوبی نظارتی و روشن بسیار اهمیت دارد.» به گفته او، شورای بورس آمریکا بر خلاف وزارت دادگستری که اثبات کلاهبرداری بر عهده‌اش است، باید این را هم نشان دهد که چطور برخی افراد با رانت اطلاعاتی، معاملات را انجام داده‌اند. ناظران دنیای کریپتو با وجود تأکید بر لزوم افزایش اقدامات اجرایی معتقدند که این کار آسان نخواهد بود. به‌عنوان مثال، «فورساز» با وجود دریافت دستور توقف فعالیت‌ها، به فعالیت خود در مارس ۲۰۲۱ ادامه داد. گفته می‌شود که شورای بورس می‌تواند برای برخی افراد دستور منع موقت و مسدود کردن دارایی‌ها را بگیرد تا از اتلاف بیشتر سرمایه‌ها جلوگیری شود. ردبورد عنوان کرده که احضار افرادی مانند «میکائیل سرگیف» و «سرگئی ماسلاکوف» که از بنیان‌گذاران فورساز هستند و آخرین بار در روسیه رؤیت شده‌اند، سخت است. سرگیف و ماسلاکوف دو متهم این پرونده موارد مشکوک دیگری هم داشته‌اند.

### زبان ۱۰۰ میلیون دلاری

وزارت دادگستری آمریکا در ۳۰ ژوئن شش نفر را به کلاهبرداری در رمزنگاری متهم کرده و گفته بود که مسبب یک زیان ۱۰۰ میلیون دلاری بوده‌اند. یکی از آنها مرتبط با شناخته‌شده‌ترین پروژه ان‌اف‌تی بوده که پای «بالر ایپ کلاب» را هم به میان کشیده است. به گفته «آری ردبورد»، رئیس امور دولتی «تی‌آرام لیز»، بسیاری از این فعالیت‌های خرابکارانه مدت‌ها ادامه داشته است.

او گفته است: «اینها لزوماً کلاهبرداری جدید نیستند، بلکه کلاهبرداری‌هایی هستند که اکنون سروکارشان به سیستم اجرایی یا قضایی کیفی افتاده است. به نظر می‌رسد اتفاقات بسیاری در حال وقوع است که برخی از آنها نقطه اوجی برای مسائل است که شش ماه یا یک سال قبل آغاز شده بود.»

### مقررات اجباری در کنار عدم قطعیت در نظارت

شورای بورس آمریکا نام تیم سایبری خود را در بخش اجرایی به «واحد دارایی‌های کریپتو و سایبری» تغییر داد. این شورا در آن زمان گفته بود که ۲۰ نفر را به تیم محافظت از بازار کریپتو اضافه می‌کند تا تعداد کارمندان خود را به ۵۰ نفر برساند.

«آدام پولت»، یکی از شرکای «اورش‌دز ساترلند» گفته است: «شورای بورس قبلاً



شماره ۳۲  
مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم

# پایان افسانه غرب وحشی!

دوئل دولت آمریکا و کریپتو: چطور ماجرای «ایشان واهی» و کوین‌بیس به مقررات‌گذاری بازار رمزارزها کمک می‌کند؟

اگر در سال‌های اخیر پیگیر اخبار کریپتو بوده‌اید، شاید تصور کنید که با یک بازار فناورانه کنترل‌نشده در غرب وحشی روبه‌رو هستید که قوانین مالی سنتی در آن کاربردی ندارد، اما اگر جای «ایشان واهی» بودید، چنین احساسی نداشتید. واهی در کوین‌بیس که یکی از شرکت‌های مهم در حوزه کریپتو است، کار می‌کرد؛ یعنی می‌دانست کدام توکن از سوی شرکت برای معامله انتخاب می‌شود و همین باعث افزایش دارایی‌هایش شد. طبق گفته وزارت دادگستری آمریکا، واهی از این رانت اطلاعاتی برای خرید برخی توکن‌ها، قبل از پذیرش اقدام می‌کرد تا بعدها، آنها را به قیمت‌های گزافی بفروشد. این وزارتخانه در جولای اعلام کرد که ردپایی از واهی به همراه دو همدستش را پیدا کرده که در اولین افشاسازی معاملات داخلی دست داشته‌اند. اگر این اتهام ثابت شود، متهمان باید ده‌ها سال را در زندان فدرال آمریکا بگذرانند.

که وزارت دادگستری این مسئله را اعلام کرد، در تلاش برای پیگیری موضوع و تنظیم شکایتی علیه این سه نفر بودند، اما شورای بورس بر خلاف وزارت دادگستری امکان ورود به موارد مجرمانه را ندارد. با این حال، وکلای شورای بورس در تلاش برای ورود به این پرونده هستند؛ چراکه معتقدند واهی نه تنها در معاملات داخلی دست داشته، بلکه در کلاهبرداری برخی توکن‌ها هم دخیل بوده و ۹ توکن معامله‌شده او جزء توکن‌های اوراق بهادار محسوب می‌شده است. اینکه برخی دارایی‌های کریپتو باید به‌عنوان اوراق بهادار ثبت شود یا خیر، یک مسئله بزرگ در صنعت کریپتو است. قانون بورس و اوراق بهادار در سال ۱۹۳۳، کلیه افرادی را که اوراق صادر می‌کردند، ملزم کرد که با رعایت قوانین شورای بورس ثبت‌نام کنند؛ چراکه در غیر این صورت با عواقب قانونی روبه‌رو خواهد شد.

ممکن است در سال‌های آینده متوجه شویم که بخشی از فعالان کریپتو خود را در معرض این ریسک قانونی قرار داده بودند. با این حال، «گری گنسلر» که جو بایدن او را به ریاست کمیسیون بورس و اوراق بهادار منصوب کرده،

### شورای بورس وارد می‌شود

سازمان امنیت و کمیسیون معاملات در همان روزی



در طول سال‌های متوالی بر این باور بود که بخش اعظم دارایی‌های کریپتو جزء اوراق بهادار هستند. کمیسیون بورس حالا این باور را به مرحله عمل کشانده است. جدای از جدال بر سر معاملات داخلی، شورای بورس در نظر دارد شکایتی را هم علیه مجموعه فعال در معاملات ریپل تنظیم کند. در عین حال، موارد مربوط به کوین بیس و دست داشتن این مجموعه در معاملات داخلی غیرقانونی هم در حال بررسی است. البته دعوی شکایان خصوصی علیه کوین بیس به قوت خود باقی است. در این صورت، دوران معاملات بدون حساب و کتاب پایان خواهد یافت.

#### شفاف نبودن قانون

بد نیست به این مسئله هم اشاره کنیم که قانون بورس و اوراق بهادار در سال ۱۹۳۳ که بعد از

سقوط بازار سهام در ۱۹۲۹ تصویب شد، فهرستی از مواردی را ارائه داد که می‌توانند به‌عنوان اوراق بهادار محسوب شوند. یکی از این موارد، قرارداد سرمایه‌گذاری است. با این حال، به‌صورت جزئی درباره چگونگی این قراردادها صحبت نکرده است. اما در سال ۱۹۴۶ دادگاه عالی ایالات متحده، تعریفی را در این رابطه ارائه داد که مربوط به پرونده شرکتی در فلوریدا بود. این شرکت تلاش کرده بود مردم را به خرید بخشی از زمین خود ترغیب کند.

بسیاری از افرادی که وارد شراکت با این مجموعه شده بودند، قرارداد ۱۰ ساله خدماتی امضا کردند، اما در سال ۱۹۴۰ بود که شورای بورس از این شرکت شکایت کرد و گفت که فروش زمین‌ها و اوراق بهادار مذکور غیرقانونی بوده است. دادگاه عنوان کرده بود که قرارداد سرمایه‌گذاری زمانی وجود دارد که افراد پول را به پروژه‌ای اختصاص

می‌دهند و انتظار دارند افراد مجری، پول را به ارقام بیشتری تبدیل کنند.

#### رویکرد آزمون هووی به سرمایه‌گذاری

با ورود قانون به این پرونده، دادگاه حکم داد که شرکت فوق قراردادها را اصلاح کند؛ چراکه افرادی که زمین خریده بودند، واقعاً مالک نبودند. این پرونده که به دلیل نام شرکت مربوط به «آزمون هووی» معروف شد، رویکردی را برای دادگاه‌های موارد مشابه ایجاد کرد. بر این اساس، چیزی که به‌عنوان قرارداد سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود، باید شامل سرمایه‌گذاری پول باشد، احتمال سود در آن وجود داشته و حاصل تلاش باشد. یعنی دیگر نمی‌توان قانون اوراق بهادار را دور زد و از کلماتی مانند سهم یا سهام سوءاستفاده کرد. حالا به داستان ریپل می‌پردازیم. ریپل یکی از بزرگ‌ترین ارزهای مجازی در جهان است که به گفته مسئولان آن، یک فناوری پیشرفته بوده که به کسب و کارها اجازه می‌دهد پرداخت‌های برون مرزی خود را ساده کنند، اما شورای بورس از ریپل به دادگاه فدرال شکایت کرد و معتقد بود که آنها اوراق بهادار ثبت‌نشده را می‌فروخته‌اند.

اصل ماجرا این است که مجموعه‌ای از رمزارز ریپل، برای مدیران این مجموعه نگه داشته شده و باقی مانده آن به ارزش یک میلیارد دلار به مردم فروخته شده است. شورای بورس ادعا می‌کند که دو نفر از مسئولان شرکت ریپل، شخصاً بیش از ۶۰۰ میلیون دلار از طریق فروش این رمزارز سود برده‌اند. البته ریپل امنیتی بودن برخی توکن‌ها را رد و استدلال کرده بود که توکن‌ها شبیه به یک دسته متفاوت از سرمایه‌گذاری است.

اما آزمون هووی می‌گوید اهمیت در این است که آیا مردم پول می‌گذارند و انتظار دارند از آن پول برای افزایش ارزش سرمایه‌گذاری استفاده کنند یا خیر. ریپل در این رابطه گفته که صعود و سقوط این رمزارز به بازار ارزهای دیجیتال مرتبط است و ربطی به خود شرکت ندارد. این مجموعه همچنین عنوان کرده که شورای بورس به دلیل برخی موارد مبهمی که در قوانین خود دارد، این شکایت را ناعادلانه روانه ریپل کرده است. ریپل و موارد مشابه آن تنها مثالی از چنین مدل‌هایی است که استارت‌آپ‌ها برای کسب و کار خود در نظر می‌گیرند و در همه اینها استفاده از توکن برای افزایش سرمایه اهمیت دارد؛ چراکه انگار بدون وارد کردن رقم جدید، می‌توانند سرمایه جذب کنند.

#### درخواست شرکت‌ها برای شفاف کردن قوانین

شرکت‌ها از جمله کوین بیس از شورای بورس درخواست کرده‌اند تا قوانین جدید و ویژه ارز دیجیتال را وضع کند. بسیاری از مدیران فعال در صنعت کریپتو معتقدند که دولت قوانین روشنی وضع نکرده است. در این میان، سنا هم قصد دارد با دو لایحه، قدرت را از شورای بورس به کمیسیون معاملات آتی منتقل کند. واقعیت این است که فناوری حوزه رمزارز به قوانین و مقررات جدیدی نیاز دارد. البته واقع بینانه این است که هیچ‌یک از لایحه به این زودی‌ها به قانون تبدیل نمی‌شود. کسی نمی‌داند اگر شورای بورس دست بالا را در پرونده‌های این چنینی داشته باشد، چه بر سر دنیای کریپتو خواهد آمد. شاید برخی معتقد باشند که ایجاد یک رژیم نظارتی ضروری است، اما برخی هم معتقدند که اگر این صنعت نتواند زیر بار برخی قوانین برود، ارزش سرمایه‌گذاری را نخواهد داشت.



## کتاب

# متاورس منتشر شد

**جان راسل**، نویسنده کتاب، به‌درستی نیاز و اشتیاق مخاطب را تشخیص داده و در کتاب کم‌دجم و مختصر و مفیدی با عنوان «**متاورس**» با پرتوافکنی‌هایی **ساده‌فهم**، مه‌پیرامون این **فراجهان** را می‌شکند و دیدی نسبتاً خوب برای مخاطب ایجاد می‌کند. راسل اطلاعات خوبی درباره **جستی متاورس**، ویژگی‌ها و نحوه سرمایه‌گذاری در آن ارائه می‌دهد. همچنین در بخش‌های پایانی کتاب، پنج نمونه از **پروژه‌های رمزارزی** موفق در متاورس را معرفی می‌کند.



شماره ۳۲  
۳۰ مرداد ۱۴۰۱  
سال دوم

# رمزارز ۲۰



مکانیسم اجماع	ارزش	نوع	بازدهی (هفته)	ارزش بازار (میلیارد دلار)	قیمت (تومان)	نماد	دارایی	نماد	ردیف
اثبات کار	طلای دیجیتال	ارز	۱۳,۰۶٪	۴۰۶,۴۲	۶۱۶,۲ میلیون	BTC	بیت‌کوین		۱
اثبات کار	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۱۷,۷۳٪	۱۹۸,۹۷	۴۷,۳۷ میلیون	ETH	اتریوم		۲
قابل سفارشی‌سازی	پرداخت	ارز	۱۰,۷۹٪	۱۶,۷۹	۹,۹ هزار	XRP	ریپل		۳
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۱۸,۶٪	۱۵,۳۵	۱۳,۱۸ هزار	ADA	کاردانو		۴
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۲۱,۱۳٪	۱۲,۶۷	۱,۰۵ میلیون	SOL	سولانا		۵
قابل سفارشی‌سازی	پرداخت	ارز	۱۳,۷۱٪	۲,۷۶	۳,۱۷ هزار	XLM	استلار		۶
اثبات کار	میم‌کوین	ارز	۴,۹۶٪	۹,۲	۲,۰۲ هزار	DOGE	دوج‌کوین		۷
اثبات کار	میم‌کوین	ارز	۴,۸۷٪	۷,۲۴	۳۸۳ ریال	SHIB	شیبا اینو		۸
-	شبکه اوراکل	پلتفرم نرم‌افزاری	۲۳,۵۲٪	۳,۲۹	۲۰۳,۵۴ هزار	LINK	چین‌لینک		۹
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۲۳,۰۲٪	۶,۴۶	۶۶۰,۲۳ هزار	AVAX	آوالانچ		۱۰
اثبات سهام مبتنی برای	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۶,۳۲٪	۶,۰۴	۱,۹ هزار	TRX	ترون		۱۱
اثبات سهام	شبکه لایه ۲	توکن کاربردی	۲۱,۱۸٪	۶,۴	۲۳,۱۵ هزار	MATIC	پلی‌گان		۱۲
اثبات سهام	اپلیکیشن‌های بین‌زنجیره‌ای	پلتفرم نرم‌افزاری	۱۱,۷٪	۳,۰۴	۳۰۹,۴۳ هزار	ATOM	کازموس		۱۳
اثبات کار	کوین غیر قابل ردیابی	ارز	۱۲,۸۷٪	۲,۷	۴,۲ میلیون	XMR	مونرو		۱۴
اثبات کار	پول اینترنتی	ارز	۱۹,۵۳٪	۲,۲	۳,۳ میلیون	BCH	بیت‌کوین کش		۱۵
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۱۶,۸۷٪	۲,۱	۸,۹۵ هزار	ALGO	الگورند		۱۶
اثبات سهام مبتنی برای	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	۳,۶۴٪	۱,۳	۳۷,۸ هزار	EOS	ایاس		۱۷
اثبات کار	کوین غیر قابل ردیابی	ارز	۱۷,۳۳٪	۰,۹	۱,۸۳ میلیون	ZEC	زی کش		۱۸
	توکن اپلیکیشن		۱۹,۸۰٪	۰,۵	۵۴ هزار	KAVA	کاوا		۱۹