

ماهnamه

# اقتصاد دیجیتال

[www.digiteco.ir](http://www.digiteco.ir)

شماره پیاپی ۱۱۶ (دوره جدید، شماره ۳)، آبان ماه ۱۳۹۹،  
قیمت: نسخه چاپی ۴۰۰۰ تومان نسخه الکترونیکی ۱۵۰۰۰ تومان

- در این شماره می خوانیم
- یادداشت، گفت و گو، گزارش و مقاله از
- کسب و کار دیجیتال
- فناوری مالی (فین تک): بانکداری دیجیتال و ارز دیجیتال
- دولت الکترونیک
- فناوری هوشمند (بلاک چین، هوش مصنوعی)
- رسانه دیجیتال



  
اقتصاد الکترونیکی  
[www.elececo.ir](http://www.elececo.ir)

 elececo

 elececoir

 elececoir

 elececoir

ما را در شبکه های اجتماعی دنبال کنید



## شناختن نشریه:

دفتر نشریه

تهران- خیابان بهار جنوبی- کوچه منصور ۲، پلاک ۴، واحد ۴

تلفن: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵

تلگرام و واتس‌اپ: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵

ایمیل: Elececo.ir@gmail.com

صاحب امتیاز و مدیر مسئول: مهندس علیرضا خدایی

زیر نظر شورای سردبیری

ویراستار و مترجم: مریم رشیدخانی

گرافیست: اشکان یحیی خو

بازرگانی و تبلیغات:

تلفن: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵

موبایل مستقیم: ۰۹۱۲۲۷۸۹۴۰۶

تلگرام و واتس‌اپ: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵

ایمیل: Elececo.ir@gmail.com

## ۳..... یادداشت

۳..... ■ تامین اجتماعی و کسب وکارهای خرد..... علیرضا خدایی

۸..... ■ رشد اقتصاد دیجیتال را کند نکنید..... نیما نامداری

## ۱۰..... کسب و کار هوشمند

■ موبایل پو لسانترین پلتفرم ساخت بازی در ایران است؛ افزایش درآمد بازی‌سازان در ایام کرونا..... سعیده اسدیان

۱۳..... ■ رونق کسب وکارهای اینترنتی در دوره شیوع کرونا..... زهره دانشمندی

۱۴..... ■ فزیدک به نیمی از بازار تجارت الکترونیک جهان در اختیار ۴ کمپانی چینی قرار دارد..... محمد قریشی

۱۶..... ■ راه حل‌های امنیتی برای شرکت‌هایی که دورکاری می‌کنند.....

۱۷..... ■ پازل رشد پیام رسان‌ها، با همکاری تمام دستگاه‌ها تکمیل می‌شود.....

۱۹..... ■ ابعاد دگرگیسی دیجیتال در کسب وکار؛ انتظارات کارکنان پس از انقلاب دیجیتال..... مهدی نیکوئی

۲۲..... ■ مزایای استفاده از بلاکچین در مدیریت باشگاه مشتریان..... مهدی استوی

۲۴..... ■ چرا هیچ وقت برای دیجیتال‌سازی کسب وکار دیر نیست؟..... راب دنس؛ مترجم: علی آلمی

۲۶..... ■ بازاریابی در دنیای دیجیتال با مدل "آیدا"..... عmad پورشهریاری

۲۸..... ■ انواع تبلیغات موبایلی کدام‌اند و هر کدام چه کاربردی دارند؟.....

۳۰..... ■ میل چیمپ یا میلر لایت؛ انتخاب بهترین سرویس ایمیل مارکتینگ.....

۳۲..... ■ چگونه بیشترین سود ممکن را از استراتژی بازاریابی تجارت الکترونیک کسب کنیم؟.....

## فهرست



## دولت الکترونیک



## ۳۵.....

- لایحه «تراکنش های الکترونیکی» به دولت ارائه شد ..... ۳۵
- آغازی بر پایان دولتهای سنتی؛ بررسی اهمیت دولت الکترونیک در عصر دیجیتال ..... ۳۶
- باید قوانین متناظر را از سر راه حکمرانی فضای مجازی برداریم ..... ۳۸
- فهم پلتفرمها؛ از رسانه تا جمهوری های جدید در نظم نوین سایبری ..... ۴۰
- عباس قبری باستان

## بانکداری دیجیتال



## ۴۵.....

- تأثیر سامانه برنامه ریزی منابع سازمان در استقرار بانکداری دیجیتال ..... ۴۵
- مصطفی راستی فر
- نقش پذیرش دیجیتال در ارتباط توسعه صنعت پرداخت و رشد اقتصادی ..... ۴۸
- بانکها تا ۲ سال دیگر کاملاً مجازی می شوند حذف کارت بانکی فیزیکی ..... ۵۱
- مشکلات و دلایل ناکامی کیف پول الکترونیکی ..... ۵۲
- هانیه تقی زاده

- فین‌تک و پرداخت دیجیتال بانکها را مجبور به پذیرش سریع تر فناوری می‌کنند! ..... ۵۵
- بانکها باید هرچه زودتر زیرساخت های دارایی های رمزارزی را فراهم کنند ..... ۵۷
- ۵ کانال افزایش امنیت بانکداری دیجیتال در دوران کرونا ..... ۵۹

- چرا تحول بانکداری دیجیتال باید حول محور پرداخت مرکز باشد؟ ..... ۶۱
- بانکهای کریپتویی تا ۳ سال دیگر با بانکهای سنتی رقابت خواهند کرد ..... ۶۳

## ۶۵..... ارز دیجیتال

- ورود به عصر فناوری های جدید؛ «دنیای رمز ارزها» را بپذیریم ..... ۶۵
- احسان قاضی زاده
- تا ۵ سال آینده ارزهای دیجیتال جایگزین واحدهای پولی می شوند ..... ۶۶
- پرهام رضایی

- بررسی وضعیت این بودن سرمایه گذاری در بازار ارزهای دیجیتال ..... ۶۷
- آیا رمزارزها سرمایه گذاری اینمی در کشور هستند؟ ..... ۶۹
- ارز دیجیتال از نگاه بانکهای مرکزی دنیا ..... ۷۲

- چرا صرافی های مرکز دنیای ارزهای دیجیتال را به سمت آینده هدایت می کند؟ ..... ۷۶
- مازیار نسیمی

- جنگ تجاری چین و آمریکا در میدان ارزهای دیجیتال ..... ۷۸
- دلایل تأخیر در صدور ارز دیجیتال بانکهای مرکزی ..... ۸۰
- سعیده فتحی مغافلو

- ۶ راه ساده برای حفاظت از ارزهای دیجیتال ..... ۸۲
- محمد سعید بهمنی

## ۸۴..... فناوری هوشمند

- تحول دنیای دیجیتال در ۵ سال آینده ..... ۸۴
- رونق کشاورزی دیجیتال در بحران کرونا ..... ۸۶
- میترا جلیلی

- کوتاه از فناوری هوشمند ..... ۸۹

## ۹۰..... رسانه دیجیتال

- چرا در توبیخ بحث سقراطی ناممکن است؟ ..... ۹۰
- نیکول بیت من ترجمه؛ علیرضا شفیعی نسب



## تامین اجتماعی و کسبوکارهای خرد

■ علیرضا خادمی؛ مدیر مسئول ماهنامه اقتصاد دیجیتال

بخش عمده‌ای از نیروهای شاغل کشور در کسبوکارهای خرد و کمبازده استغال دارند. این بخش بار سنگین بیکاری را از روی دولت برداشته است. با توسعه فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک در چند سال اخیر افرادی که مستقیم یا غیرمستقیم در کسبوکارهای خرد فعالیت دارند روزبه‌روز در حال افزایش است اما متأسفانه قوانین مشخصی برای حمایت از این بخش بخصوص در سازمان تامین اجتماعی گذاشته نشده است. مشکلات و سردرگمی‌هایی در این حوزه وجود دارد که مانع ادامه فعالیت این کسبوکارها می‌شود. دلایل آن در ادامه شرح داده شده است.

با توسعه تجارت الکترونیک، بخش عمده‌ای از مشاغل کوچک و خرد در این حوزه فعال شده‌اند. این امر سبب شده تا مشاغل کوچک و خرد بیشتر مورد توجه باشند و موانع آنها بیشتر به چشم بیاید. اما مشاغل خرد و کمبازده همواره در طول تاریخ وجود داشته‌اند و همیشه به علت عدم توجه دولتمردان با مشکلات روپرور بوده‌اند و پس از مدتی به‌خاطر موانعی هرچند کوچک تعطیل شده‌اند از دلایل اصلی آن می‌توان به بروکراسی اداری و عدم حمایت دولت از کسبوکارهای خرد نام برد. از طرفی خیلی قوانین حمایتی برای این بخش یا وضع نشده است و اگر هم موجود است خیلی اجرا نمی‌شود و معمولاً شاهد موانع در اجرای آنها هستیم.

مراجع معتبر در زمینه کسبوکار به کسبوکارهایی با اشتغال زیر ۵۰۰ نفر کوچک می‌گویند و اما منظور در این یادداشت کسبوکارهایی است که زیر ۵ و حتی ۲ یا ۳ نفر در آن فعالیت دارند می‌باشد لذا آنها را خانگی یا خیلی کوچک یا خرد در اینجا نام‌گذاری نمودم و ترجیح دادم از اصطلاحات رایج کارشناسان استفاده نکنم.

عمده کسبوکارهای خرد چشم‌انداز روشنی از آینده ندارند، بخش اصلی صاحبان این مشاغل با امید به آینده و اهداف بلندمدت، پا در این کارآفرینی گذاشته‌اند که متأسفانه به این اهداف نرسیده‌اند و سودی اندک دارند و باز هم با امید به آینده و یا از روی ناچاری این کسبوکار را ادامه می‌دهند البته گروهی هم پس از دوره‌ای بیکار بودن ترجیح دادند تا کسبوکار شخصی خود را ایجاد کنند. نکته مشترک همه این کسبوکارها، کمبازده بودن و آینده نامشخص است و همیشه منتظر فرصتی هستند تا به بهانه‌های مختلف این کسبوکارها را تعطیل نمایند معمولاً این کسبوکارها در هنگام وقوع بحران‌ها بخصوص اقتصادی تعطیل می‌شوند.

چه بسیار افرادی که زندگی‌نامه بیل گیتس را خوانند و به این امید پا به عرصه تجارت الکترونیک گذاشته‌اند اما آنها نه مالک مایکروسافت شده‌اند و نه آمازون اما درآمد محدودی دارند تا با کسب درآمدی حداقلی، خرج زندگی خود را بدهنند. عمده این کسبوکارها ضررده نیستند اما اگر امکان استخدام در ارگانی دولتی یا یک شرکت معتبر را داشته باشند با دردرس و استرس بسیار کمتری، حقوق بیشتری خواهند داشت ضمن اینکه که ساعات کمتری نیز کار خواهند کرد و از مزایای دیگر هم برخوردار خواهند بود. اما بحران بیکاری در جامعه، امید به آینده و همچنین توجیهاتی نظری من ریس خودم هستم باعث شده است که افراد کار خود را ادامه بدهنند. اما تا چه وقت می‌توانند ادامه بدهنند؟

فشارهای مختلف نظری تورم و سوپر تورمها و از همه مهم تر وقتی با قوانین مختلف دولتی و تبعیض‌های بسیاری که روپرور می‌شوند شاید مصمم به خاتمه کار می‌شوند تا ادامه و برنامه‌ریزی برای آینده بهتر! در اولین فرصت تعطیل می‌کنند و در نتیجه نیروهای کاری بسیاری بیکار می‌شوند. دولت اگر می‌خواهد نرخ بیکاری کم شود باید توجه ویژه و حمایت‌هایی از این کسبوکارها داشته باشد؛ چند وقت پیش در گزارشی خواندم که حدود ۴۰ درصد اشتغال کشور به کسبوکارهای بسیار کوچک اختصاص دارد.

یکی از موارد مهمی که هر کسبوکار و هر فرد شاغل بخصوص کارکنان بدان نیاز دارد امنیت و آینده شغلی است و اگر حمایت‌های منطقی و درست انجام شود تا حداقل چشم‌انداز روشنی در دوران بازنیستگی، بیکاری، بیماری و بحران‌هایی نظری همین بحران اخیر کرونا وجود داشته باشد می‌توان افراد بیشتری را تشویق به خوداشتغالی نمود و معضل بیکاری را کاهش داد و از همه مهم‌تر به پایدار ماندن و توسعه این مشاغل کمک نمود.

در این رسانه و یا رسانه‌های دیگر سعی می‌کنم تا از موانع کسبوکارهای خرد، بخصوص آنها بی که از سمت دولتی ایجاد

می‌شوند بیشتر بنویسم اما در این یادداشت ترجیح می‌دهم به تامین اجتماعی بپردازم چرا که سازمان تامین اجتماعی اولین قدم را می‌تواند در پایدار بودن این کسب و کارها ایجاد نماید. البته این سازمان مشکلات متعددی در مسیر کسب و کارها ایجاد می‌کند که این بحث به خودی خود بسیار طولانی است و در آینده و یادداشت‌های دیگری نیز بدان خواهم پرداخت.

### آیا همه مشاغل می‌توانند فضای کسب و کار مستقل داشته باشند؟

چند سالی است عکس‌هایی از محل‌هایی که ابر شرکت‌های تکنولوژی فعالیت خود را شروع کرده‌اند نظری مايكروسافت، گوگل و آمازون و داستان شروع بکار ebay را دیده و شنیده‌ایم اما آیا در کشور ما به راحتی و در هر مکانی می‌توان کسب و کار خود را شروع کرد؟ آیا سازمان‌های مختلف دولتی و حکومتی به آنها این اجازه را خواهد داد؟

یکی از ساده‌ترین کارها که مورد تایید کارشناسان، این است که دولت بروکراسی اداری را برای این کسب و کارها به حداقل برساند و تعریف مشخصی برای آنها داشته باشد. از همه مهم‌تر با تسهیل شرایط بیمه‌ای بخصوص بیمه تامین اجتماعی که مرجع اصلی در این حوزه است می‌تواند حداقل دلگرمی و تداوم مشاغل خرد را ایجاد نماید.

عمر تجارت الکترونیک در کشور کمتر از ۲۰ سال و فرآگیری آن بین عامه مردم کمتر از ۱۰ سال است و خیلی کارشناسان اقتصاد دیجیتال در یادداشت‌ها و گزارش‌های مختلف به بازنگری در قانون تامین اجتماعی برای این مشاغل اشاره کرده‌اند هرچند که اعتقاد دارم که پیش از اینکه سازمان تامین اجتماعی و هرگونه سازمان بیمه‌ای تشکیل شده باشد کسب و کارهای بسیار کوچک و خانگی وجود داشته است. پس قانون‌گذاران قوانین تامین اجتماعی چرا این گروه از کسب و کارها را خیلی در نظر نگرفته‌اند جای تفکر دارد؟!

اما چرا حداقل در این ۱۰ سالی که تجارت‌های خانگی و کوچک الکترونیک فرآگیر شده است از طرف دولت و نهادهای قانون‌گذاری نظری مجلس بدان نپرداخته و جهت رفع آن اقدامی نشده است جای سوال دارد.

پس از دولت دوازدهم و با روی کار آمدن آقای شریعتمداری در راس وزارت کار، رفاه و تامین اجتماعی ایشان یکی از اهداف خود را قانونمند کردن این سازمان اعلام کرده‌اند البته قانونی که فقط دامن کسب و کارهای خرد را گرفته است. معتقدم عملکرد ایشان ثابت کرده است که به درد یک وزارت و سازمان بازگانی می‌خورند نه یک وزارت‌تخانه حمایتی بنام وزارت خانه کار، رفاه و تامین اجتماعی و اینکه وظیفه این وزارت‌تخانه رفع بیکاری و قرار دادن حداقل کارگان و کارگران زیرپوشش بیمه است. اما ایشان و آقای سالاری مدیرکل تامین اجتماعی تمام تمرکز خود را بر روی شستا گذاشته‌اند.

حتی اعتقاد دارم پس از روی کار آمدن ایشان شستا به عنوان یکی از بزرگ‌ترین هلدینگ‌های دولتی، خود مستقیم یا غیرمستقیم باعث بیکار شدن چندین هزار نفر و ارجاع آنها به بیمه بیکاری شده است که باید از ایشان پرسید شاید سود شستا افزایش یافته است اما بهتر نیست یک آمار از بیمه بیکاری هم اعلام نمایند که خود شرکت‌های تابعه شستا غیرمستقیم یا غیرمستقیم باعث بیکاری آنها شده‌اند و سود شستا را با مبلغ بیمه بیکاری که به آنها پرداخت شده است برآورد و سپس اعلام کنند.

یکی از قوانینی که همواره وجود داشته است و پس از روی کار آمدن جناب شریعتمداری با جدیت اجرا شد گویا هر کد پستی فقط اجازه ثبت یک کارگاه تامین اجتماعی را دارد و بسیاری از کارگاه‌ها توسط بازرسان در این دوره تعطیل شده‌اند و وقتی پیگیری انجام شد گفتند این خلاف بوده است و مافظ کردیم کارگاه را تعطیل کردیم و اگر ادامه بدھید به ضرر خود شما می‌شود و گذشته کاری تان هم زیر سوال می‌رود؟! ما الان لطف می‌کنیم که بدون دردس کارگاه را تعطیل می‌کنیم و مشکلی برای شما به وجود نمی‌آید باید سپاسگزار باشید و اگر پیگیری کنید به ضرر خودتان است!

این قانون در حالی اجرا می‌شود که امروزه بسیاری از کسب و کارها در ایران و دنیا بدون دفتر فعالیت دارند و حتی نیروی استخدامی هم دارند. در کشور ما هم در طول تاریخ معضل مکان کسب و کار و اجاره‌های سراسام‌آور بخصوص در واحدهای تجاری و اداری مانع از ادامه فعالیت کسب و کارها بوده و همواره وجود داشته است و بسیاری از کسب و کارها مجبور به استفاده از دفاتر و فضای اشتراکی شده‌اند.

در ادامه به چند تناقض و اینکه چه ضربه‌ای این قانون به کارگران و بخصوص کسب و کارها وارد کرده است می‌پردازم و تناقض‌های موجود آن را ترجیح می‌دهم کامل شرح بدhem.

همان طور که گفته شد طبق قانون تامین اجتماعی هر کد کارگاه به یک کد پستی اختصاص داده می‌شود. اما چرا برای یک مکان تجاری و یا حتی غیرتجاری با یک کد پستی، برای چندین کد ملی یا شناسه ملی حقوقی پرونده‌های مختلف مالیاتی تشکیل شود و اصلاح مهم نیست؟

## تامین اجتماعی و موافعه تراشی

داستان سازمان تامین اجتماعی و اداره کار بسیار طولانی است که معتقدم چندین شماره باید بدان پرداخته شود و رسانه‌ها باید توجه ویژه به آن داشته باشند که تعدادی از آنها در زیر بیان می‌شود:

### وضع قوانین برای پرسنل مشاغل

بارها بازرسان به دفاتر کسب‌وکارها مراجعه کرده‌اند و وقتی پرسنل حضور نداشته‌اند طلب برگ ماموریت یا مرخصی کرده‌اند و وقتی به آنها مثلاً برای شغل خود ما اعلام شده است که اینجا دفتر نشریه است و عمله پرسنل (خبرنگار، عکاس و حتی گرافیست) دورکار هستند را خلاف قانون اعلام کرده‌اند و گفته‌اند که پرسنل ملزم هستند تا در محل کار حضور داشته باشند و گویا بازرسان این سازمان تشخیص می‌دهند که خبرنگار ما در این ترافیک و آلودگی باید به دفتر بیاید یا مستقیم به محل تهیه گزارش یا خبر خود رجوع کند و خروجی را با ایمیل یا پیام‌رسان ارسال نماید؟!

وقتی هم که می‌گوییم شیوه کار ما حتی پیش از شیوع کرونا این‌گونه بوده است می‌گویند اشتباه است و این فرد کارمند محسوب نمی‌شود و نوع قرارداد فرق دارد و شما نمی‌توانید او را بیمه کنید و خودش باید خود را بیمه کند پس جریان این‌همه تبلیغ دورکاری از چندین سال پیش چیست؟

اما تنافق با این گفته هم بسیار پیش آمده است برای نمونه؛ چند وقت پیش همکار یکی از نشریات که به صورت پژوهشی با این نشریه همکاری می‌کرده و اسمش در نشریه درج می‌شده است گویا به اداره کار (دیگر سازمان زیرمجموعه وزارت‌تخانه کار رفاه و تامین اجتماعی) مراجعه و به صرف اینکه اسمش در نشریه بوده است شکایت نموده که این نشریه وی را بیمه نکرده است و این همکار مشمول جبران خسارت و جریمه شده بود!

پاسخ‌گو این تنافق در دو سازمان یک وزارت‌تخانه چیست؟ وقتی بازرس می‌گوید این شخص که در دفتر حضور ندارد پرسنل شما نیست و نوع قرارداد متفاوت است چرا وزارت کار کسی که آزاد فعالیت داشته است تنها به صرف اینکه اسمش داخل مجله بوده است را نیروی کار این مجموعه حساب کرده است؟ چرا بازرسان تامین اجتماعی به حضور افراد در محل دفتر تاکید دارند؟ مگر استراتژی همه کسب‌وکارها باید ثابت و مورد تایید آقایان باشد؟

### عدم درگ شرایط کسب‌وکارهای گوچک توسط دولتی‌ها

گویا دولتمردان، قانون‌گذاران و مسئولانی که قوانین و دستورالعمل‌های سازمان تامین اجتماعی را تعیین کرده‌اند اصلاً در بطن جامعه و کسب‌وکارها قرار ندارند و از اوضاع کشور بخصوص در چند سال اخیر و اجاره‌ها آن هم واحدهای تجاری اطلاع ندارند و ایشان ندیده‌اند که چندین کسب مختلف در یک دفتر واحد فعالیت دارند و چه بسیار کسب‌وکارها که توان پرداخت اجاره را نداشته‌اند تعطیل شده‌اند.

بعضاً شاهد هستیم در یک دفتر ۵۰ متری بیش از دو کسب‌وکار مختلف با پرسنل خود فعالیت دارند و صاحبان این کسب‌وکارهای بسیار کوچک نهایت تلاش را در کم کردن هزینه دارند.

حال چگونه با یک کد پستی باید پرسنل خود را بیمه کنند؟ اگر مشکل قانونی دارد چگونه همگی این کسب‌وکارها به صورت حقوقی در این محل ثبت و یا به صورت حقیقی از یکی از ارگان‌های رسمی مجوز فعالیت دارند؟ اگر هم خلاف است و این عزیزان خلاف انجام می‌دهند پس لطفاً وزارت‌تخانه کار رفاه و تامین اجتماعی به عنوان مسئول و نماینده دولت محترم ترتیب اتخاذ فرماید تا این افراد در یک سازمان دولتی یا شرکت معتبر که دفتر مستقل دارند استخدام شوند. البته شاید هم مدیران به درآمد خود نگاه کرده‌اند و مبلغ اجاره واحدهای تجاری برایشان ناچیز است و خبر ندارند که اکثر این کسب‌وکارها سودی در حد همان حداقل حقوق تعیینی قانون وزارت کار دارند!

### چرا تامین اجتماعی در بیمه مانع تراشی می‌کند؟

کارشناسان سازمان تامین اجتماعی اعلام می‌کنند باید دفتر مستقل داشته باشید و هر کد پستی یک کارگاه، جز این است که این افراد می‌خواهند حداقل حق بیمه تعیین شده (۳۰ درصد) را پرداخت نمایند؟

### کسب‌وکارهای مجازی که بدون دفتر فعالیت دارند و نیروهایی نیز استخدام کرده‌اند چگونه باید پرسنل خود را بیمه کنند؟

با رشد تجارت الکترونیک شاهد هستیم که بخش عمده‌ای از افراد در خانه فعالیت دارند و با یک یا دو پرسنل که عموماً دورکار هستند یا بیرون فعالیت دارند مثل کارپردازها یا پیکارها همکاری دارند حال چگونه آنها را بیمه کنند؟

وقتی یک فروشگاه کوچک الکترونیکی یک اتاق در یک واحد تجاری جهت فعالیتش کافی است و نیروهایی نظیر ادمین، برنامه‌نویس‌ها یا پشتیبان‌ها به راحتی بدون حضور به دفتر می‌توانند کار را انجام بدند چگونه باید نیروهای خود را بیمه کند که

مشمول جریمه وزارت کار نشوند و از همه مهم‌تر بتواند انگیزه حداقلی نیروی کار را حفظ کنند؟ وقتی یک نیرو رسما کارمند یک مجموعه است و ناچارا به صورت خویش فرما بیمه شود از مزایای مختلف بیمه نظری بیمه بیکاری محروم شود با چه امیدی کار خود را در این مجموعه ادامه می‌دهد؟

عدم پشتوانه و مشکلات متعدد باعث می‌شود تا کارکنان به دنبال کار در واحد معتبرتری باشند پس به راحتی نیروهای کاری کسب‌وکارهای بسیار کوچک پس از مدتی که حرفه‌ای تر شدند جذب شرکت‌های بزرگتر می‌شوند تا در یک محیط مطمئن‌تر استخدام شوند، وقتی آموزش و استخدام پرسنل کارآمد برای شرکت‌های بزرگ‌تر و سودده هم بسیار هزینه‌بر است آیا جز این است که خود می‌تواند عاملی در تعطیلی واحدهای کسب‌وکار باشد؟

شاید بگویید قانون تجارت است. قبول، اما به یاد داشته باشید که صاحبان این کسب‌وکارهای خرد هم علاقه‌ای به ادامه با این شرایط کار را ندارند و از ناچاری است. اتفاقاً ترجیح می‌دهند تا کسب‌وکار را تعطیل کنند و در یک واحد کسبی معتبر استخدام شوند و دقیقاً چنین درخواستی از دولت دارند تا از دردرس‌های مختلف هم راحت شوند.

### بخش عظیمی از کسب‌وکارهای مشترک فعالیت‌دارند تکلیف آنها چیست؟

محل کسب‌وکار مشترک نظیر مغازه یا دفاتر نه شامل تهران که کل کشور هست.

این متن طولانی است اما برای اینکه مسئولانی که گویا اصلاً شرایط کسب‌وکارهای کوچک را در نظر ندارند تا حد زیادی در جریان امور قرار بگیرند ترجیح می‌دهم تا چند مثال با شرح کامل بنام: این نمونه‌ها برای اکثر دولتانی که در جامعه هستند تکراری است ولی احتمالاً مدیران و قانون‌گذاران، بخصوص در وزارت کار، رفاه و تامین اجتماعی با شرایط آشنا نیستند پس لازم است تا بیشتر آشنا شوند تا تمهداتی در نظر بگیرند:

۱- خود من با چند نشیره دیگر دفتری اجاره کردیم ضمن اینکه فعالیت‌های ما مستقل از هم بود علاوه بر اینکه از فضای مناسب بهره‌مند بودیم (می‌دانیم که قیمت اجاره یک واحد کوچک با بزرگ چند درصد تفاوت دارد). منافع دیگری هم برای هم داشتیم و آن هم خدماتی بود که به هم ارایه می‌دادیم مثلاً ما ترجیح می‌دادیم گروه تحریریه کامل در استخدام داشته باشیم و همکار دیگر آتیه طراحی را ترجیح می‌داد و ما خدماتی را با هم تهاتر می‌کردیم هم اجاره و هم هزینه‌ها کاسته می‌شد.

حتی دکتر انتظامی معاونت ساقی مطبوعاتی در مراسم افتخاری سال ۹۶ مدیران مسئول هم موضوع دفتر اشتراکی را نشریات پیشنهاد دادند (دفتر مشترک و استفاده از نیروها و خدمات یکدیگر) هرچند ما چندین سال قبل از پیشنهاد ایشان این کار را انجام داده بودیم. البته ایشان پیشنهاد داده بودند که این مجلات با هم یک موسسه فرهنگی رسانه‌ای ثبت نمایند که شاید خیلی مورد قبول اکثر این نشریات نباشد.

اما از وقتی قانون یک کد پستی برای یک کد کارگاه در سازمان تامین اجتماعی اجرا شد عملاً باعث مشکلاتی شد. طبق قانون همه پرسنل شاغل در دفتر باید در یک کد کارگاه بیمه می‌شدند. اما با مشکلاتی که این روزها اداره کار برای کسب‌وکارها ایجاد می‌کند صاحبان مشاغل نمی‌توانند پاسخگو نیروهای کاری خود باشد، آیا کسی حاضر است پاسخگو نیروی فرد دیگری باشد؟ اجرای این قانون باعث شد تا این مجموعه از هم پاشید و حتی یکی از نشریات همکار تعطیل و ۳ پرسنل بیکار شدند که اتفاقاً به بیمه بیکاری معرفی شدند.

۲- چند وقت پیش وقتی یک وسیله برقی بنده خراب شده بود به یکی از دفاتر تعمیر مراجعه کردم متوجه شدم هر اتاق و حتی فضای پذیرایی به یک کسب‌وکار مستقل با حداقل سه پرسنل برای هر کسب‌وکار اختصاص دارد و وقتی جریان بیمه را پرسیدم اتفاقاً معضل این افراد هم بود از یک طرف به خاطر بورس بودن کار خود ناچار بودند تا در یکی از برج‌های معروف در زمینه تعمیرات لوازم برقی فعالیت کنند و از طرف دیگر اجاره مستقل هر کدام از واحدها حدود حقوق ۱۰ نفر از پرسنل بود حال آیا این کسب‌وکارها با درآمدهای پایینی که دارند و نهایت تلاشی که در جهت صرفه‌جویی و حفظ و ادامه کسب‌وکار خود دارند آیا می‌توانند مستقل یک واحد از این برج را اجاره کنند؟ در همین حادثه پلاسکو دیدیم که چند کارگاه مستقل تولیدی پوشک در یک واحد فعالیت داشتند.

۳- این روزها برنامه‌ریزی و برکارسی اداری و تجاری به نحوی شده است که کارگاه‌ها و واحدهای تولیدی حتی کسب‌وکارهای مستقر در شهرهای دیگر ناچار هستند یک دفتر کاری در تهران داشته باشند. برای نمونه یکی از دولتان که فعالیت آزمایشگاه صنعتی انجام می‌دادند و محل اصلی کسب‌وکار در اطراف تهران بود برای بخش بازرگانی دفتر مشترکی با یک واحد تولیدی دیگر اجاره کرده بودند و نیروهای شاغل در دفتر تهران را در کد کارگاهی واحد تولیدی بیمه کرده بودند که مورد نارضایتی پرسنل بود (به این علت که در شهر دیگر بیمه شده بودند).

جالب‌تر اینکه یکی از نیروهای اخراج شده به وزارت کار شکایت کرده بود که من شاغل در دفتر تهران بودم و در شهر دیگر

بیمه‌ام کرده‌اند که این شرکت مشمول جریمه و تخلف شده بود و موظف شده بودند تا کد کارگاهی برای دفتر خود بگیرند حال دو کسبوکار مستقل که نیاز به فضای محدود در تهران دارند چرا باید دو دفتر اجاره کنند؟ یا چرا باید نیروی کسبوکار دیگر را بیمه کنند؟! نکته‌ای که جالب است اینجا ذکر شود هلدینگ سیمان تامین یکی از شرکت‌های زیر مجموع شستا (وابسته به سازمان تامین اجتماعی) دفاتر شرکت‌های سیمانی زیر مجموع خود در تهران را تعطیل و شرکت‌های زیر مجموعه این هلدینگ، مجبور به استفاده از دفاتر اشتراکی شدند!

۴- طبق قانون هر فردی می‌تواند مدیر عامل یک شرکت ثبت شده باشد و کد کارگاه تامین اجتماعی هم بنام مدیر عامل ایجاد می‌شود. اما مدیر عامل می‌تواند مجوزهای کسبوکار حقیقی دیگری بگیرد مثلاً یک فرد مدیر عامل یک شرکت کامپیوتراست و مجوز یک نشریه هم به صورت حقیقی دارد حال وقی یک دفتر کسبوکار دارد و در دفتر خود می‌تواند هر دو کسبوکار را مدیریت نماید چرا باید دفتر دوم اجاره کند؟

برفرض اینکه با یک کد کارگاهی تامین اجتماعی شرکت یا نشریه پرسنل گروه کاری دیگر را بیمه کند. آیا این تداخل و ابهامی در وضعیت مالیاتی و دیگر ارگان‌های دولتی ایجاد نمی‌کند؟ آیا خبرنگار و پیراستار ارتباطی با یک شرکت کامپیوترا دارد؟ بخصوص اگر این پرسنل بخواهد رزومه خود را برای آینده تکمیل کند! یا بر عکس برنامه‌نویس علاقه دارد بیمه‌اش در یک کارگاه نشریه ثبت شود؟ شاید بگویید این کار اصلاً خلاف است، جز این است که دولت برای رفع بحران بیکاری بهتر نیست تا افراد حقیقی و حقوقی که امکان توسعه در هر کسبوکاری را دارند را تشویق نماید تا افراد بیشتر شاغل شوند؟

۵- کافی است سری به همین بازار تهران و بورس‌های مختلف بزنید برای نمونه همین خیابان جمهوری یا میدان امام خمینی تهران هر مغازه لوازم خانگی یا موبایل به چند نفر اجاره شده است؟ چند نفر از عهده اجاره کامل یک واحد برمی‌اید؟ در آخرین سوال مطرح است کدام کسبوکاری به جز از ناچاری، دوست دارد از محل کار اشتراکی استفاده نماید؟

### آیا سازمان تامین اجتماعی زیر مجموعه دولت است؟!

از مهرماه جاری سازمان تامین اجتماعی به هیچ عنوان کارگاه‌های کوچک تحت حمایت را ثبت نمی‌کند به این دلیل که دولت به سازمان بدهی سنگین دارد. احتمالاً این وزارت‌خانه خارج از مجموعه دولت است و وزیر توسط فرد دیگری به غیر از دولت تعیین شده است آن هم در شرایطی که حتی کسبوکارهای بزرگ در دوران کرونا از دولت در خواست دارند تا به خاطر شرایط کرونا به آنها تخفیف داده شود!

### نکته پایانی

اکنون که دورکاری در حال نهادینه شدن است و بسیاری از مشاغل نیازی به دفتر ندارند یا در یک دفتر اشتراکی می‌توانند فعالیت کنند و تجارت خانگی الکترونیکی توسعه بسیاری داشته است و در درآمدزایی و کاهش بیکاری تاثیر خوبی داشته است سازمان تامین اجتماعی بپذیرد که ثبت کد کارگاه فقط برای یک کد پستی معضل زیادی برای مشاغل ایجاد می‌کند.

البته این قانون برای کارگاه‌هایی که از هیچ حمایتی استفاده نمی‌کنند و ۳۰ درصد حق این سازمان را کامل پرداخت می‌کنند بیشتر جای سوال دارد که چرا اجازه ندارند.

حتی در کارگاه‌های تحت حمایت هم می‌تواند اعلام کنند که هر تعداد کارگاه مشمول هم که در یک کد پستی فعالیت دارند هر کد پستی حداقل ۵ نفر می‌تواند از بخسودگی حق کارفرما استفاده کند و فکر نمی‌کنم تشخیص آن هم کار سختی در برنامه‌نویسی و توسعه سامانه باشد!

لازم است که تاکید کنم این قراردادهای خویش فرمایی ۱۸ درصد و ۱۴ درصد اصلاح برای پرسنل جذاب نیست و آنها ترجیح می‌دهند تا به صورت کارگری بیمه شوند تا خویش فرما، پس معضل اساسی در حفظ و ادامه حیات و حتی توسعه کسبوکارهای خرد ایجاد می‌کند و باعث می‌شود بعد از مدتی پرسنل خود را از دست و چه بسیاری به همین دلیل ساده تعطیل شوند.

تامین اجتماعی می‌تواند یک پشتونه برای آینده شاغلین بخصوص در دوران بیکاری باشد و چنانچه این سازمان کمک نماید تا افراد زیر پوشش بیمه باشند استرس پرسنل و در نتیجه کسبوکارها کاسته خواهد شد و می‌تواند نقشی اساسی در امنیت مشاغل و افراد، کاهش بیکاری و از همه مهم‌تر افزایش روحیه کارآفرینی داشته باشد.

دولت و ارگان‌های حکومتی هم در این روزگار پر رقابت حداقل کاری که می‌توانند انجام بدهند سازمان تامین اجتماعی را تبدیل به پشتونه‌ای برای کسبوکارها نمایند.

ادame دارد ...



## رشد اقتصاد دیجیتال را کند نکنید

■ نیما نامداری

در سال‌های اخیر که کشور گرفتار رکود اقتصادی بوده تنها بخش فناوری اطلاعات رشد پایدار دور قمی داشته است. سهم این بخش از تولید ناخالص داخلی پنج سال پیش کمی بیشتر از ۲ درصد بود، اما این نسبت در سال گذشته به ۵/۶ درصد رسیده و پیش‌بینی می‌شود در سال جاری به ۶/۵ درصد افزایش پیدا کند. اعداد و ارقام نشان می‌دهد ارزش افزوده این بخش در پنج سال گذشته تقریباً دو برابر شده است.

اگرچه این رشد منحصر به فرد جای خوشحالی دارد، اما باید توجه داشت هنوز هم سهم فناوری اطلاعات از تولید ناخالص داخلی کشور در قیاس با کشورهای دیگر کم است. این نسبت در کشورهای توسعه یافته حدود ۳۰ درصد و متوسط دنیا در حدود ۱۵ درصد است.

این وضعیت را در رشد بنگاه‌ها هم می‌توان دید. هم‌اکنون از ۱۰ شرکت اول بزرگ دنیا ۸ شرکت به این صنعت تعلق دارند؛ در حالی که ۲۰ سال پیش حتی یک شرکت فناوری اطلاعات هم در جمع ۱۰ شرکت اول دنیا نبود. یکی از مهم‌ترین دلایل رشد سریع این صنعت همین سهولت رشد بنگاه‌های فناوری اطلاعات است. مثلاً در صنایعی نظیر نفت و گاز و معدن که متکی به منابع طبیعی هستند معمولاً دولتها نقش مهمی در توسعه بنگاه‌ها دارند؛ چون دسترسی و بهره‌برداری از منابع طبیعی عموماً در کنترل دولتهاست یا در صنایعی نظیر بانکداری و سلامت دولتها به شدت تعاملی به مقررات گذاری (Regulation) دارند و این کار بنگاه‌ها را سخت می‌کند.

اما در صنعت فناوری اطلاعات مهم‌ترین منبع ایجاد ارزش افزوده، نیروی انسانی است که خوشبختانه دولتها در اغلب کشورها هنوز آن را تصاحب نکرده‌اند. مقررات گذاری هم در این صنعت به نسبت کمتر و منعطف‌تر است. پس طبیعی است که بنگاه‌ها رشد سریع‌تری نسبت به صنایع دیگر داشته باشند.

تغییر سبک زندگی آدم‌ها و افزایش تقاضا برای خدمات دیجیتال هم باعث شده همواره در بازار مازاد تقاضا وجود داشته و بنگاه‌های دیجیتال در صورتی که خدمات نوآورانه و باکیفیت ارائه دهند، مشکل چندانی در فروش نداشته باشند. مشخص است که رشد در این صنعت بیش از آنکه نیاز به مداخله و سرمایه‌گذاری دولت داشته باشد نیازمند مداخله کمتر و حکمرانی

هوشمندانه (Smart Governance) است.

دولت‌ها معمولاً به بهانه حمایت از مصرف‌کننده، جلوگیری از انحصار، پیشگیری از شکست بازار و این‌گونه عناوین عام پسند شروع به مداخله در صنایع کرده و در نهایت نه تنها هیچ‌کدام از این اهداف را محقق نمی‌کنند بلکه کارایی بازار و بنگاه‌ها را هم کاهش داده و در نهایت حق انتخاب مشتری را هم محدود می‌کنند. صنایعی نظیر بانکداری، انرژی، سلامت، حمل و نقل، کشاورزی و بسیاری دیگر در همین مملکت خود ما مثال‌های روش‌ان گونه مداخلات مضر دولت هستند.

خوشبختانه بدلیل نوظهور بودن صنعت فناوری اطلاعات هنوز بسیاری از دولت‌ها و از جمله دولت ما اعتماد به نفس لازم برای مداخلات عمیق در آن را پیدا نکرده و بوروکراسی دولتی مداخله‌جو در این بخش بزرگ نشده است. اما می‌توان نشانه‌های جدی از رشد این‌گونه مداخلات و شکل‌گیری انحصار دولتی را در کشور دید.

به عنوان مثال در گزارشی که اخیراً وزارت ارتباطات درخصوص وضعیت زیرساخت ارتباطی و اینترنت کشور منتشر کرده در بازار اینترنت ثابت، شرکت مخابرات با ۴۷ درصد سهم از بازار رتبه اول و اپراتور متعلق به بنیاد مستضعفان با ۱۰ درصد رتبه دوم هستند. دو شرکت خصوصی هم با ۹ و ۸ درصد سهم رتبه‌های سوم و چهارم را دارند، ۲۶ درصد باقی مانده بازار هم بین ۱۳ شرکت دیگر که عمدتاً خصوصی هستند تقسیم شده است. البته از سه سال پیش یکی از نهادهای عمومی کشور شروع به خرید سهام تعدادی از شرکت‌های خصوصی این بازار که بین ۵ تا ۹ درصد سهم دارند کرده و عملاً در پشت صحنه رتبه سوم این بازار به این نهاد عمومی می‌رسد. وضعیت در بازار اینترنت سیار از این هم بدتر است، ۵۰ درصد بازار به اپراتور متعلق به مخابرات، ۶ درصد به اپراتور متعلق به بنیاد و ۴ درصد هم به اپراتور متعلق به تامین اجتماعی اختصاص دارد. بهوضوح کاهش رقابت‌پذیری را در این صنعت می‌شود مشاهده کرد.

جالب اینجاست در حالی که سرتاپی اقتصاد مملکت را انحصار دولتی‌ها و خصوصی‌ها فراگرفته و کسی همکاری به کار آنها ندارد ناگهان کمیسیون تنظیم مقررات شورای عالی فضای مجازی مصوبه‌ای می‌گذراند که جلوی انحصار کسب‌وکارهای آنلاین را بگیرد؛ یعنی شورایی که در آن حتی یک نماینده از بخش خصوصی حضور ندارد اولویت خود را جلوگیری از انحصار استارت‌آپ‌ها می‌داند.

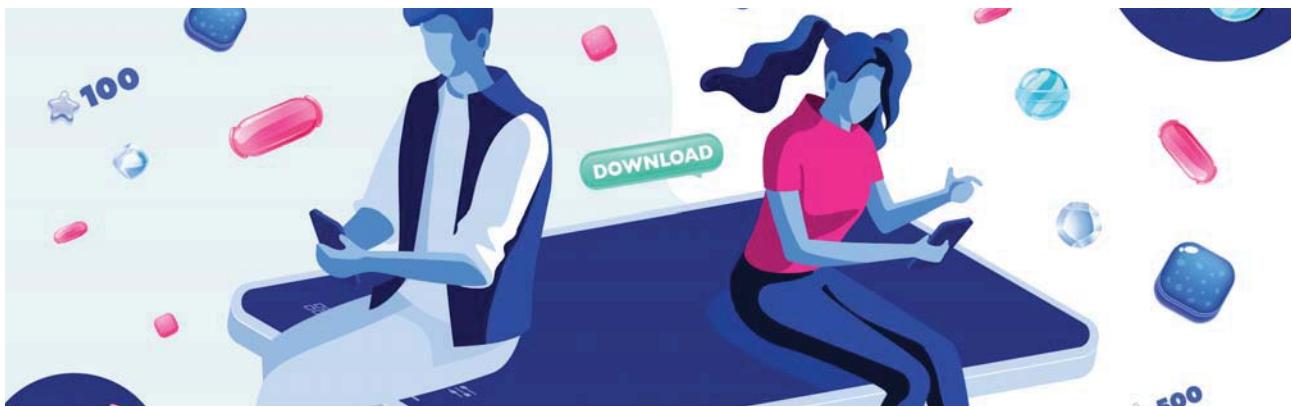
استناد این مصوبه به قانونی است که کمتر از ۱۰ سال پیش در ایران تصویب شده و بر اساس آن قرار است سخت‌گیرانه‌ترین کنترل‌ها بر استارت‌آپ‌های جوان ایرانی وضع شود؛ اما مثلاً در آمریکا که ۱۶۰ سال پیش قانون ضدانحصار داشته (قانون شرمن) هنوز درباره میزان کنترل و سخت‌گیری بر شرکت‌های بزرگی مثل گوگل و آمازون و اپل به جمع‌بندي نرسیده‌اند. ظاهراً حداقل در این یک مورد دولت‌های ما چاپکی دارند!

به عنوان مثالی دیگر، در حالی که ده‌ها زیرساخت آموزش آنلاین در کشور وجود دارد که بعضی از آنها در بازارهای خارجی هم مشتری دارند ناگهان وزارت آموزش و پرورش سامانه‌ای به نام «شاد» را رو می‌کند که با اغلب معیارهای فنی سامانه‌ای با کیفیت پایین ارزیابی می‌شود. با این حال قریب به ۱۵ میلیون دانش‌آموز کشور وادار می‌شوند فقط از این سامانه استفاده کنند. از طرف دیگر در حالی که برای استفاده از این سامانه باید تبلت و گوشی هوشمند داشت دولت تصمیم می‌گیرد این کالاهای را لوكس تلقی کند و ارز یارانه‌دار به آنها اختصاص ندهد. طبیعی است که این کالاهای گران و نایاب می‌شوند و بسیاری از خانواده‌ها ناگهان با هزینه سنگینی روبرو می‌شوند که تا چند ماه پیش اصلاً فکرش را نمی‌کردند.

اینها نمونه‌هایی است از مداخلات دولت که رشد اقتصادی فناوری اطلاعات را کند خواهد کرد. اگر دولت واقعاً قصد دارد رشد این بخش تداوم پیدا کند باید به جای مداخلات غیرمفید به سمت تعامل هوشمندانه با صنعت برود. مثلاً به جای مداخله در هر چیز به بهانه رگولاتوری و تنظیم‌گری تلاش کند الگوی خود تنظیم‌گری درون صنعت و تقویت نهادهای مدنی واقعی بخش خصوصی را دنبال کند. ترویج رقابت‌پذیری (Competitiveness) درون صنعت از طریق کاهش انحصار دولتی، شفاف کردن سرمایه‌گذاری‌ها و هزینه‌های دستگاه‌های دولتی در این بخش، جلوگیری از رانت‌های اطلاعاتی و سیاسی خصوصی‌ها و به خصوص توسعه نهادهای قضایی و داوری تخصصی در زمینه فناوری اطلاعات نمونه‌هایی از مهم‌ترین کارهایی است که دولت برای رشد فناوری اطلاعات می‌تواند انجام دهد.

رشد این صنعت به سرمایه‌گذاری دولتی احتیاج ندارد و به همین دلیل در شرایط فعلی که دولت با کسری بودجه بزرگی روبرو است به نظر می‌رسد فناوری اطلاعات تنها بخشی باشد که بتواند به کمک دولت آمده و رشد اقتصادی منفی فعلی را مثبت کند؛ مشروط به آنکه دولت موفق شود هوس مداخله و فساد انحصار در بدنه بوروکراتیک خود را مهار کند.

منبع: دنیای اقتصاد



## موبایل پول‌سازترین پلتفرم ساخت بازی در ایران است افزایش درآمد بازی سازان در ایام کرونا

■ سعیده اسدیان

معاون پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای گفت: ساخت بازی‌های کنسولی به زیرساخت‌های قانونی دقیق، شرکت‌های بزرگ و نیروی انسانی ماهر نیاز دارد. علاوه بر این تحریم‌های ظالمانه باعث شده تا چرخه انتشار بازی‌ها با چالش مواجه شود.

شده (Corona Proof) کاملاً درباره صنعت گیم صدق می‌کند. این اتفاق یعنی رونق صنعت بازی‌های رایانه‌ای در ایام شیوع کرونا، حالا که این روزها با ایام اوقات فراغت تابستانی کودکان و نوجوانان و لزوم دسترسی آنها به سرگرمی‌های دیجیتال سالم نیز همراه شده بازی‌های موبایلی می‌توانند گزینه خوبی برای سرگرمی باشند.

**افزایش ۳۸ درصدی سهم بازیکنان زن در بازار بازی ایران**  
هفتم مهرماه سال جاری بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای تازه‌ترین پیمایش کشوری خود را در مورد الگوی مصرف بازی‌های دیجیتال در ایران منتشر کرد.

پیمایشی که نشان می‌داد تعداد بازیکنان ایرانی تا پایان سال ۱۳۹۸ به ۳۲ میلیون نفر افزایش پیدا کرده و کماکان «موبایل» با درصد ضریب نفوذ در میان بازیکنان، پر طرف‌دارترین پلتفرم بازی در ایران است، نکته جالب توجه دیگر در این پیمایش، افزایش سهم بازیکنان زن است. در پیمایش سال ۱۳۹۶ سهم بازیکنان زن در بازار بازی ایران ۳۵ درصد بود که در تازه‌ترین پیمایش دایرک این سهم به ۳۸ درصد افزایش پیدا کرده است.

نتایج استخراج شده از این پیمایش همچنین نشان از افزایش میانگین سنی بازیکنان ایرانی می‌دهد و متوسط سنی بازیکنان از ۱۹ سال در سال ۱۳۹۶ به ۲۲ سال در سال ۱۳۹۸ افزایش پیدا کرده و بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۳ دقیقه در روز بازی می‌کنند. این در حالی است که بر اساس نتایج این پژوهش سرانه مصرف بازی‌های دیجیتال در ایران، روزانه ۳۵ دقیقه است.

بر اساس آمار سازمان بهداشت جهانی، بیماری کرونا به مرحله همه‌گیری رسیده است و این مسئله را نباید دست کم گرفت و باید درک کرد که این روزها بیماری کرونا از هر زمان دیگری به ما نزدیکتر شده و امن‌ترین جا برای ما، ماندن در خانه است.

از زمان شیوع ویروس کرونا در دنیا علاوه بر رعایت اصول بهداشتی، اقدام مهم دیگری که به منظور حفظ سلامت و جلوگیری از گسترش بیشتر بیماری بارها به آن تأکید شده، دوری از اجتماعات است. این کار احتمال قرارگیری افراد در معرض ویروس را کاهش می‌دهد و از بار سنجینی که در شرایط حاضر بر دوش نیروهای درمانی جامعه وجود دارد می‌کاهد.

ماندن در خانه باعث شد هر کس راهی برای گذران اوقات فراغت طولانی روزهای قرنطینه انتخاب کند. در این میان بازی کردن، انتخاب اول طرف‌داران بازی‌های موبایلی بود و بسیاری از مردم بخش زیادی از زمان فراغت خود را به بازی کردن اختصاص دادند، در واقع همه‌گیری ویروس کرونا و برنامه‌ریزی دولت‌ها برای نگه داشتن افراد در خانه، باعث محبوبیت و رشد صنعت بازی‌های دیجیتال در دنیا شد.

ایران هم از این قاعده مستثنی نبود تا جایی که معاون حمایت بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای با بیان اینکه در ایام شیوع کرونا اکثر فعالیت‌های اقتصادی با ضرر مواجه بوده، گفت: خوشبختانه در این ایام بازی‌های موبایلی ایرانی وضعیت خوبی پیدا کردن و استفاده از گیم در ایام شیوع کرونا نه تنها در ایران بلکه در کل دنیا افزایش پیدا کرد و همین موضوع باعث جذب مخاطب بیشتر و درآمدزایی بیشتری برای بازی‌سازان شد به نحوی که اصطلاح بیان

## کسب و کار هوشمند



### پیمایش بازی‌های یک دید کلی نگر از وضعیت و سازوکار صرف بازی در کشور می‌دهد

وی افروز: در واقع با اندکی تغییرات با نمونه‌گیری تصادفی با افراد تماس گرفتیم و اطلاعات کلی در مورد خانواده را دریافت کردیم و در مورد بازیکنان اطلاعات دقیق‌تری در مورد الگوی صرف بازی می‌گرفتیم. در نهایت ما با ۹۲۰۰ خانواده مصاحبه کردیم که از این تعداد ۳ هزار نفر بازیکن بودند.

نصیری مدت‌زمان این پیمایش را بیش از ۶ ماه عنوان کرد و گفت: البته بخش گردآوری داده‌ها تقریباً ۴۰ روز کاری زمان بردا اما به طور کلی طراحی پیمایش و تحلیل آن بیش از ۶ ماه زمان بردا. معاون پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در پاسخ به این سؤال که این اکوسیستمی که بازی در آن تولید می‌شود در عنوان کرد: در این اکوسیستمی که بازی در سمت بازی‌سازها و هم از سوی فروشگاه‌های توزیع این محصولات ارائه اطلاعات ترویج پیدا کرد و مشخص شد که مثلاً در سطح فنی یک محصول چگونه می‌تواند جذاب باشد یا در چه زانری می‌تواند جذب مخاطب کرد؛ اما پیمایش ما یک دید کلی نگر از وضعیت و سازوکار صرف بازی در کشور می‌دهد که این اطلاعات را از جای دیگری نمی‌توان به دست آورد.

### محتوای بازی‌های موبایلی سالم‌تر است

نصیری گفت: اما واقعیت این است که بازیکنان کنسولی پول بیشتری خرج می‌کنند بنابراین نیم‌نگاهی به این بازار اهمیت دارد. از سوی دیگر این پیمایش نشان می‌دهد که سهم بانوی بازیکن افزایش پیدا کرده و یا هزینه کرد در بازی‌ها بیشتر از گذشته شده است. در واقع با انتشار این پیمایش هم بازی‌سازی‌ها چشم‌انداز کلی از این صنعت پیدا می‌کنند و هم صنایع مکمل توجه می‌کنند که چه نیازهایی در کنار بازی وجود دارد که بتوانند آنها را برآورده کنند، ضمن اینکه دستگاه‌های حاکمیتی می‌توانند با توجه به وضعیت بازار برای آینده آن برنامه‌ریزی داشته باشند.

یافته‌های این پیمایش در خصوص مجموع هزینه کرد بازیکنان پلتفرم موبایل نیز نشان از تغییرات مهمی در حوزه اقتصاد بازی دارد. بر اساس برآوردهای پژوهش، مجموع هزینه کرد بازیکنان پلتفرم موبایل در سال ۱۳۹۸ رقمی در حدود ۲۹۰ میلیارد تومان بوده که از این مبلغ ۲۸ درصد سهم بازی‌های موبایلی بومی (بازی‌های توسعه‌یافته یا بومی سازی شده در ایران) است. اگرچه رشد اعداد و ارقام هزینه کرد در پلتفرم کنسول به شکل چشم‌گیری افزایش یافته است.

به همین بهانه با حامد نصیری معاون پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای به گفت‌وگو نشستیم تا بیشتر در مورد جزئیات این پیمایش بدانیم.

### در برخی کشورها شفاقت اطلاعات بیشتر است

وی گفت در خصوص آغاز پیمایش بازی‌ها اظهار داشت: تقریباً از سال ۸۹ هر ۲ سال یکبار این پیمایش انجام می‌شود تا وضعیت صرف بازی در ایران مشخص و با سایر پژوهش‌های صورت گرفته در بحث کالاهای فرهنگی مقایسه شود تا بینیم وضعیت حاکم بر این محصولات چگونه است.

وی با بیان اینکه مشابه این کار در آمریکا، آلمان و سایر کشورهای دنیا انجام می‌شود، گفت: اتحادیه اروپا مؤسسه‌ای به نام ISFE دارد که بنیادی در حوزه بازی‌های ویدیویی در اروپاست و روش‌های تحقیق آنها نسبتاً با روش‌های ما مشابه است، البته در برخی کشورها شفاقت اطلاعات بیشتر است اما متأسفانه در ایران خیلی از بازیکنان در شرایطی بازی می‌کنند که قابلیت ثبت رسمی آن وجود ندارد و همین موضوع گردآوری اطلاعات را دشوارتر می‌کند.

نصیری تصریح کرد: برای فهم کلی از شرایط بازار راه دیگری به غیراز پیمایش حضوری یا تلفنی وجود ندارد، البته در برخی کشورها مثلاً اطلاعات دستگاه‌های پُز مغازه‌ها و فروشگاه‌هایی که بازی یا سخت‌افزار بازی را می‌فروشند را به صورت شفاف در اختیار دارند اما در کشور ما این زیرساخت‌ها وجود ندارد.

معاون پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای با بیان اینکه تا سال ۹۶ تمامی پیمایش‌ها به صورت حضوری بود، گفت: ما تا آن زمان بلوک به بلوک در شهرها و روستاهای ایران می‌گشیم و با سازوکار نمونه‌گیری علمی در هر استانی در مورد صرف بازی سوال می‌کردیم، مثل کاری که مرکز آمار در پیمایش‌های خود انجام می‌دهد. امسال هم بنابراین بود که به همین روش کار را انجام دهیم اما متأسفانه شیوع کرونا این اجازه را به ما نداد و کار به صورت تلفنی پیش رفت.

## ساخت بازی‌های کنسولی در ایران سخت است

معاون پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در پاسخ به این سؤال که چرا علی‌رغم نتیجه پیمایش مبنی بر اینکه بازی‌سازی در ایران روبرشد است اما هنوز بازی‌های خارجی طرف‌دار بیشتری دارد، اظهار داشت: کشورهای پیشرو در این حوزه چندین برابر ما تجربه تولید بازی‌های رایانه‌ای و کنسولی دارند. ساخت چنین بازی‌هایی به زیرساخت‌های قانونی دقیق، شرکت‌های بزرگ و نیروی انسانی ماهر نیاز دارد. علاوه بر این تحریم‌های ظالمانه باعث شده تا چرخه انتشار بازی‌ها با چالش مواجه شود.

وی ادامه داد: سازوکار بازی‌های موبایلی ساده است و به فرض هم که اپ‌استور و گوگل متوجه شوند که بازی ایرانی است و آن را تحریم کنند فروشگاه‌هایی مثل کافه بازار هستند که می‌توانند آن جای خالی را پر کنند اما در مورد بازی‌های رایانه‌ای یا کنسولی این موضوع سخت‌تر است. بازارهای خارجی محدودتر هستند و بازارهای داخلی هم به دلیل عدم وجود قانون‌های مناسب برای کپی‌رایت بازار غیرمنصفانه‌ای برای بازی‌های داخلی محسوب می‌شوند. شاید همیشه در ذهن ما این باشد که رعایت کپی‌رایت به نفع محصولات خارجی است اما واقعیت این است که کمک‌هایی را به بازی‌های داخلی می‌رساند.

نصیری گفت: چرا که مثلاً یک بازی جنگی و تیراندازی در ایران ساخته می‌شود و قیمت تمام‌شده‌اش برای مشتری مثلاً ۳۰ هزار تومان می‌شود، بعد یک بازی با کیفیت بالاتر خارجی هم تولید می‌شود که با دلار ۳۰ هزار تومانی مثلاً یک میلیون تومان تمام می‌شود. مسلماً اینجا ترجیح یک بازیکن برای بازی به پوشش بستگی دارد. اگر قانون کپی‌رایت وجود داشته باشد باید برای بازی خارجی یک میلیون تومان پول بدهد و برای بازی داخلی ۳۰ هزار تومان؛ خوب خیلی‌ها تمایل پیدا می‌کنند یک بازی هرچند با کیفیت پایین‌تر اما با هزینه کمتر داشته باشند و همین موضوع منجر به رقابت بیشتر، افزایش کیفیت بازی و در نهایت رشد درآمدها می‌شود.

وی افروزد: با توجه به تلاش‌هایی که استودیوهای بازی‌سازی در این حوزه کرده‌اند، با فراهم شدن شرایط برای ساخت این بازی‌ها، با آینده روشنی برای بازی‌های رایانه‌ای و کنسولی ایرانی مواجه خواهیم شد.

## موبایل پول‌ساز‌ترین پلتفرم ساخت بازی در ایران است

نصیری در پاسخ به این سؤال که آیا می‌توانیم بگوییم موبایل پول‌ساز‌ترین پلتفرم بازی است، عنوان کرد: سؤال شما ابعاد مختلفی دارد. می‌توانیم بگوییم موبایل پول‌ساز‌ترین پلتفرم ساخت بازی در ایران است چرا که اگر بخواهیم کل صنعت بازی را در نظر بگیریم

با توجه به اینکه بازی‌ها و ساخت‌افزارهای کنسولی به طور کامل با قیمت دلار تهیه می‌شوند بیشترین گرددش مالی را دارند اما برای بازی‌سازان داخلی موبایل پول‌ساز‌ترین پلتفرم است.

## افزایش درآمد بازی‌سازان در ایام کرونا

معاون پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در پاسخ به این سؤال که کرونا چه تأثیری در وضعیت بازی‌ها گذاشت، گفت: بر اساس پیمایشی که صورت گرفت بسیاری از شرکت‌های بازی‌سازی در ایران عنوان کردند که تعداد یوزرها و همچنین درآمد آنها در دوران کرونا بیشتر شده اما جالب است که بدانید میزان استفاده از بازی‌هایی که ما در رفت‌وآمد بین محیط کار و منزل از آن استفاده می‌کردیم کاهش داشته و به جای آن بازی‌هایی با ژانر اجتماعی و خانوادگی بیشتر شده است. بر اساس این پیمایش تولید بازی کاهش داشته چرا که بحث دورکاری و بعض‌ا کاهش بهره‌وری تیم‌ها مطرح بود؛ اما میزان درآمد از بازی‌هایی که قبل از ساخته شده بود افزایش داشته است.

نصیری درباره اینکه چرا سهم استفاده از بازی در کودکان و کهن‌سالان کاهش زیادی داشته به‌طوری که بر اساس این پیمایش سهم کودکان ۲۵ درصد و سهم کهن‌سالان تها یک درصد بوده، گفت: در بحث کهن‌سالان به شکل خاص در دنیا بحث توسعه بازی‌های جدی مطرح است که فراتر از سرگرمی هستند و جنبه توانبخشی، آموزشی و درمان دارد. ما برنامه‌های متنوعی داریم که دستگاه‌های مختلف را در این زمینه درگیر کنیم که برای تولید بازی‌های جدی حمایت‌های مادی و معنوی داشته باشند. ضمن اینکه رویداد جایزه بازی‌های جدی هر ساله برگزار می‌شود و امسال هم چهارمین دوره آن به دلیل کرونا به صورت آنلاین برگزار خواهد شد.

## افزایش نرخ نفوذ بازی‌بین‌بزرگ‌سالان و جوانان

وی با اشاره به سهم ۲۵ درصدی کودکان اظهار داشت: نرخ نفوذ بازی بین کودکان کم نیست و سهم ۲۵ درصدی معنی دیگری می‌دهد و آن این است که نرخ نفوذ بازی بین بزرگ‌سالان و جوانان در حال افزایش است. بچه‌ها کمایش درگیر بازی هستند و ما هم برای اینکه بازی‌های سالم را به دست آنها برسانیم تفاهمی با وزارت آموزش و پرورش امضا کردیم که در قالب شبکه شاد بازی‌هایی را که محتوای آموزشی دارند در اختیار کودکان قرار دهیم. در واقع تعداد کودکان بازیکن کم نشده؛ اما به تعداد بزرگ‌سالان اضافه شده است.

منبع: فارس

## رونق کسب و کارهای اینترنتی در دوره شیوع کرونا

■ زهره دانشمندی؛ پژوهشگر اداره پژوهش خبری

**به رغم مشکلات و تبعات زیاد این ویروس، در این بین برخی کسب و کارها نوین و اینترنتی رونق گرفته و رشد تجارت الکترونیکی در کشور نیز فراهم شده است؛ بدین معنی که حجم تجارت الکترونیکی روبه رشدی ایجاد شده است.**

محدودیت های کرونایی مبادرت کرد.

از سوی دیگر به عقیده برخی کارشناسان این میزان افزایش و رشد خرید آنلاین مردم در این روزها و ماهها رفتاری است که شاید حداقل ۲۰ سال زمان نیاز داشت که به این میزان رشد و رونق کسب و کارها اینترنتی برسد، اما شیوع گسترده ویروس کرونا باعث شده تا امروزه حدود ۷۰ تا ۸۰ درصد خریدها در جهان به این سمت کشانده شود که کشور ما نیز از این امر مستثنی نبوده است.

اما یک سؤال در اینجا مطرح می شود:

با توجه به رونق خریدهای آنلاین، برای توسعه و رونق روزافزون کسب و کارهای اینترنتی در دوره پساکرونا چه باید کرد؟ به نظر می رسد از یک سو باید به توسعه فرهنگ سازی و نحوه استفاده از ظرفیت فروشگاه های اینترنتی و فراهم کردن زیر ساخت های آن پرداخت که این موضوعی فرابخشی و بر عهده نهاده های مسئول است. از سوی دیگر با حمایت و توجه به بخش خصوصی و با استفاده حداکثری از فرصت ایجاد شده باید به سمت و سوی عرضه آنلاین کالاها و خدمات قدم برداشت تا کشور گامی جدی در جهت تجارت الکترونیک بردارد.

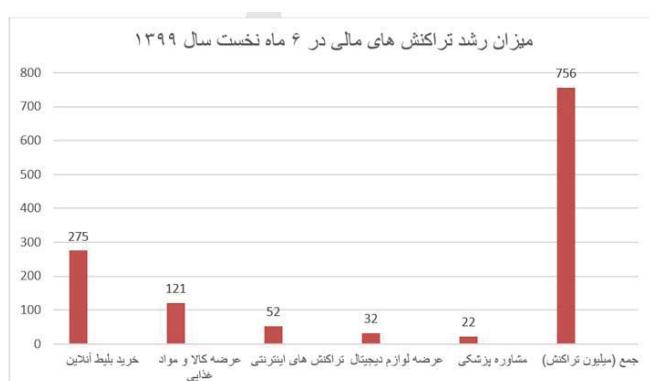
همچنین دفتر توسعه تجارت الکترونیکی وزارت صمت هم باید دریافت مجوزهای مربوطه به تجارت الکترونیک را تسهیل کرده و اقدامات مناسبی را در جهت حمایت و تغییر مردم به این کسب و کارهای اینترنتی فراهم کند؛ هر چند که این مسئله نیاز به اعتمادسازی و برنامه ریزی میان مدت دارد. اما به گفته رئیس مرکز اصناف وزارت صمت تاکنون ۱۳۳۰ پروانه کسب اینترنتی از سوی اتحادیه کسب و کارهای اینترنتی صادر شده است که این خود نویدبخش و جای بسی امیدواری است؛ و در نهایت این رونق و رشد خرید و فروش آنلاین و کسب و کارهای اینترنتی به دلیل تجربه جدید آن برای قشرهای مختلف جامعه می تواند حتی در دوران پساکرونا هم امتداد یابد؛ چرا که تا به امروز بسیاری از افراد که به فکر خرید اینترنتی نبودند به مرور زمان، به دلیل راحتی، مفرونه بصره بودن، صرفه جویی در انرژی وقت و بدون نیاز به حضور فیزیکی در مراکز خرید، می توانند خریدهای خود را این گونه انجام دهند که این خود یکی از آثار کرونا بر مشاغل اینترنتی و خریدهای آنلاین محسوب می شود.

منبع: خبرگزاری صداوسیما

قریب به یک سال است که شیوع ویروس کرونا جهان را درگیر کرده است. در کشور ما هم این ویروس بیش از ۱۰ ماه است که زندگی روزمره آحاد جامعه و حتی اقتصاد جامعه را تحت تاثیر قرار داده است. تأثیری که موجب تغییر در برخی از کسب و کارها به دلیل رکود در بازار و تعطیلی آنها شده است. اما به رغم مشکلات و تبعات زیاد این ویروس، در این بین برخی کسب و کارها نوین و اینترنتی رونق گرفته و رشد تجارت الکترونیکی در کشور نیز فراهم شده است؛ بدین معنی که حجم تجارت الکترونیکی روبه رشدی ایجاد شده است.

بر اساس اعلام فرانک ابوالمعصوم مدیر پایش تجارت، حجم اسامی گردش مالی تجارت الکترونیک بعد از شیوع ویروس کرونا از اسفند سال ۹۸ در ایران بیشتر شده و تراکنش های اینترنتی رشد چشمگیری را رقم زده است که در بازه زمانی اسفند ۹۸ تا اردیبهشت ۹۹ نسبت به مدت مشابه در سال قبل از آن، به طور میانگین افزایش ۲۸.۳ درصدی (بیست و هشت و سه درصدی) را تجربه کرده است. همچنین آمارها نشان می دهد که در ۶ ماه نخست سال ۹۹ تعداد تراکنش های اینترنتی ۷۶۵ میلیون تراکنش بوده که این عدد در مدت مشابه سال قبل، ۵۰۴ میلیون تراکنش را تجربه کرده بود و بر همین اساس در نیمه نخست امسال رشد تراکنش های اینترنتی ۵٪ درصد ثبت شده است که در خرید آنلاین بلیت ۲۷۵ درصد، عرضه کالا و مواد غذایی ۱۲۱ درصد، عرضه لوازم دیجیتال ۳۲ درصد و مشاوره بیشکی ۲۲ درصد رشد تقاضا را شاهد بودیم.

وقتی بیشتر به این آمارها دقت می کنیم ظرفیت تقاضا در تجارت الکترونیک و خرید آنلاین در کشور را مشاهده می کنیم که از این پتانسیل می توان به تشویق کسب و کارهای سنتی و ورود آنها به استفاده از بستر آنلاین محصولات و خدمات خود در این





## نزدیک به نیمی از بازار تجارت الکترونیک جهان در اختیار ۴ کمپانی چینی قرار دارد

■ محمد قریشی، دیجایتو

در حال حاضر ۵۸ درصد بازار تجارت الکترونیک جهان در اختیار ۶ شرکت قرار دارد و سهم ۴ کمپانی چینی در آن به ۴۴ درصد می‌رسد.

• آمازون: سهم ۱۳ درصدی  
 • JD.com: سهم ۹ درصدی  
 • Pinduoduo: سهم ۴ درصدی  
 • eBay: سهم ۳ درصدی  
 نکته قابل توجه در گزارش اخیر این است که اکثر درآمد آنها مربوط به فروش مارکت پلیس (Marketplace) می‌شود. به بیان دیگر، با فروشگاه‌های سنتی که کمپانی‌ها جنس خود را انبار کرده، می‌فروشنند و در اختیار مشتریان قرار می‌دهند، رو به رو نیستیم. مارکت پلیس خریداران و فروشنندگان را به یکدیگر وصل می‌کند و امکان تراکنش‌ها میان آن‌ها را بدون ارتباط فیزیکی فراهم می‌کند.

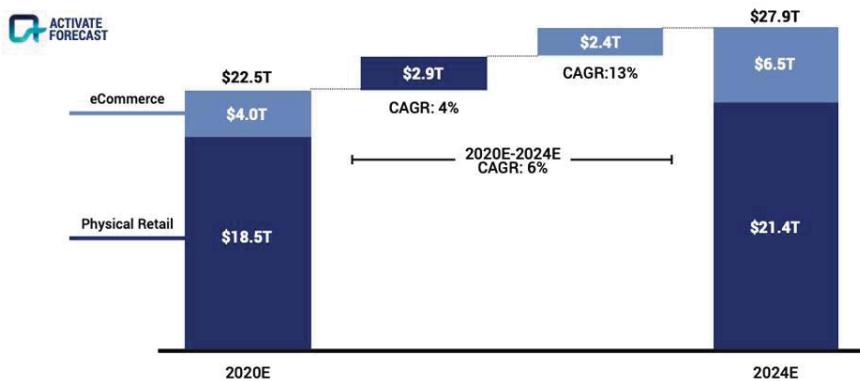
میزان درآمد تجارت الکترونیک جهانی سال گذشته میلادی ۳.۴ تریلیون دلار رسید که هزاران برنده و فروشگاه در مجموع سهمی ۳۷ درصدی از این بازار دارند. در این میان بیش از نیمی از بازار تنها در اختیار ۶ غول قرار گرفته و اکثر آن‌ها چینی هستند چرا که در این کشور خرده‌فروش بیشتر از ایالات متحده آمریکا و اروپا به صورت دیجیتالی صورت می‌گیرد.

بزرگ‌ترین شرکت‌های تجارت الکترونیک بر اساس سهم در بازار به ترتیب زیر هستند:

• Taobao.com: سهم ۱۵ درصدی  
 • TMall.com: سهم ۱۴ درصدی



## کسب و کار هوشمند



دیجیتال سرعت رشد بالاتری نسبت به فروشگاههای فیزیکی دارد، این فروشگاهها نیز با رشد همراه هستند.

طبق پیش‌بینی فعالان بازار، میزان فروش فروشگاههای فیزیکی تا پایان ۲۰۲۰ به ۱۸.۵ تریلیون دلار می‌رسد که تا سال ۲۰۲۴ این رقم به ۲۱.۴ تریلیون دلار افزایش پیدا می‌کند. سهم تجارت الکترونیک از کل فروش بازار در سال جاری میلادی به ۱۸ درصد می‌رسد و در تاسال ۲۰۲۴ شاهد سهم ۲۳ درصدی آن خواهد بود. میزان فروش فروشگاههای فیزیکی تا پایان ۲۰۲۰ به ۱۸.۵ تریلیون دلار می‌رسد که تا سال ۲۰۲۴ این رقم به ۲۱.۴ تریلیون دلار افزایش پیدا می‌کند

دلیل این رشد بالا مربوط به افرادی می‌شود که از فروشگاههای آنلاین خرید نکرده‌اند. نزدیک به یک‌چهارم مردم جهان تا به امروز از فروشگاههای دیجیتال با استفاده از کامپیوتر، تبلت یا گوشی‌های هوشمند اجتناسی مانند لباس، کفش و محصولات خانگی را خریداری نکرده‌اند. به لطف ویروس کرونا، ۴۳ درصد افراد برای اولین بار مواد غذایی را به صورت آنلاین تهیه کرده‌اند.

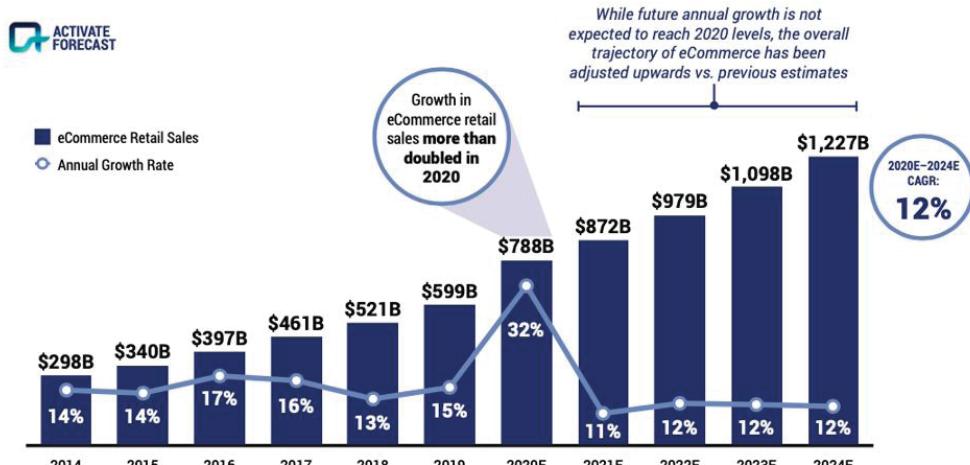
نزدیک به ۵ درصد بازار تجارت الکترونیک جهانی در اختیار گروه کوچکی از شرکت‌های بزرگ قرار دارد:

- Rakuten
- والمارت
- VIP.com
- Sunning.com
- اپل
- Shopee

همان‌طور که در گذشته مشاهده کردہ بودیم، شروع ویروس کرونا باعث شده سرعت رشد این بخش از صنعت افزایش چشمگیری پیدا کند. میانگین رشد سالانه تجارت الکترونیک در ایالات متحده آمریکا در چندین سال پیش برابر ۱۵ درصد بوده که انتظار می‌رود با وجود افزایش کلی سهم آن در جهان، این میزان رشد در سال‌های آینده کمتر شود.

در سال جاری میلادی میزان فروش تجارت الکترونیک رشدی دوبرابر را تجربه کرده و در حالی که در سال ۲۰۱۹ این کسب و کارها در ایالات متحده آمریکا رشدی ۱۵ درصدی را تجربه کرده بودند، در سال ۲۰۲۰ این رشد به ۳۲ درصد رسیده و ادامه نیز دارد.

انتظار می‌رود ارزش بازار تجارت الکترونیک تا سال ۲۰۲۴ دوباره شود و به ۶.۵ تریلیون دلار برسد. در حالی که فروشگاههای



## راه حل های امنیتی برای شرکت های که دور کاری می کنند

شیوع کرونا، دور کاری را در میان سازمان ها و شرکت ها در سراسر جهان افزایش داد و این در حالی است که همچنان بسیاری از شرکت ها روش های امنیتی درستی برای مقابله با باج افزارها و بدافزارها ندارند، هرچند نشانه هایی از پیشرفت وجود دارد، زیرا اکنون برخی سازمان ها به طور فزاینده ای از راه حل های مبتنی بر ابر مدرن نسبت به راه حل های قدیمی منسخ پیروی می کنند.

### راه حل های امنیتی و کار از راه دور

۳۳ درصد از پاسخ دهنده گان گفتند که رمز عبور تنها راه تأیید اعتبار خود برای دسترسی به سیستم ها است؛ در حالی که ۶۲ درصد از مدیران فناوری اطلاعات گفته اند از راه حل های امنیتی مبتنی بر ابر برای دسترسی امن از راه دور استفاده می کنند، ۴۹ درصد گفته اند هنوز از دیوار آتش و ۴۱ درصد از VPN سخت افزاری استفاده می کنند. اما نشانه هایی از پیشرفت وجود دارد، زیرا سازمان ها به طور فزاینده ای از راه حل های مبتنی بر ابر مدرن نسبت به راه حل های قدیمی منسخ پیروی می کنند.

به دنبال همه گیری بیماری و تغییر در شیوه کار، ۷۲ درصد از پاسخ دهنده گان گفتند که به احتمال زیاد یا به طور کامل راه حل های امنیتی مبتنی بر ابر را افزایش می دهند، ۳۸ درصد بیشتر از قبل از همه گیری.

مدیر عامل شرکت Amit Bareket گفت: با نیروی کار توزیع شده و متحرک امروز، مدل شبکه سنتی و مبتنی بر محیط دیگر منطقی نیست. جای تعجب نیست که شرکت ها به طور فزاینده ای به سیستم عامل های سایبری و شبکه مبتنی بر ابر منتقل شوند. ازان چایی که شرکت های تجاری در هر اندازه برای مدیریت مشاغل خود به ابر تکیه می کنند، به روش های جدیدی برای برقراری امنیت نیاز دارند تا بدون در نظر گرفتن موقعیت مکانی یا شبکه از حملات سایبری به طور مؤثری جلوگیری کنند.

۷۴ درصد از پاسخ دهنده گان به دلیل نگرانی های امنیتی، راه حل های امنیتی مبتنی بر ابر را از طریق سخت افزار استفاده می کنند، ۴۴ درصد با کمک روش مقیاس پذیری مقابله می کنند و ۴۳ درصد ملاحظات صرفه جویی در وقت را ذکر می کنند. ۶۱ درصد از سازمان ها معتقدند محافظت از دستگاه های جدید بیشترین نگرانی امنیتی با توجه به کار از راه دور است، در حالی که ۵۶ درصد اظهار کردند بیشترین نگرانی آن ها عدم دید کاربران از راه دور است. ۳۹ درصد از پاسخ دهنده گان اظهار کردند مقیاس پذیری بزرگ ترین چالش آن ها در تأمین نیروی کار از راه دور است، در حالی که ۳۸ درصد گفته اند تخصیص بودجه بزرگ ترین چالش آن ها است.

منبع: ایسنا

هم زمان با شیوع گسترده و بحران پاندمی ویروس کرونا که منجر به اعلام وضعیت اضطراری قرنطینه و دور کاری کارکنان در بخش های مختلف از سوی دولت کشورهای جهان شد، استفاده از سرویس های مبتنی بر فضای ابری و اینترنت نیز توسط کاربران افزایش قابل توجهی یافت که در کنار آن حملات سایبری به این سرویس ها نیز رکورد زده است.

در سال های گذشته باج افزار، بدافزار و ویروس های رایانه ای بسیاری در سراسر جهان، اطلاعات محترمانه، خصوصی و مالی میلیون ها نفر را به سرقت بردن و میلیاردها دلار به شرکت های مربوطه و دولت ها خسارت وارد کرده اند. خطر حملات سایبری در کمین تمامی افراد، کاربران و شرکت های کوچک و بزرگ در جهان است و دیگر نمی توان ادعا کرد که کسی از گزند و خطرات حملات سایبری در امان است. از سوی دیگر کار از راه دور باعث شده است که بسیاری از سازمان ها به دلیل راه حل های دسترسی از راه دور، در بهره وری و درآمد عقب بمانند.

در گزارش پلیس فتا، رهیان ۱۷ مورد بررسی قرار گرفته اند و ۱۹ درصد از آنها بیان کرده اند که هنگام استفاده از راه حل های دسترسی از راه دور قدیمی، اغلب یا همیشه مشکلات شبکه و تأخیر را تجربه می کنند و ۴۳ درصد دیگر نیز می گویند که بعضی اوقات این مشکلات را دارند. ارزیابی ۸۱ مورد گزارش حاکی از آن است که این مسائل منجر به کاهش بهره وری برای ۶۸ درصد از پاسخ دهنده گان و از دست دادن درآمد برای ۴۳ درصد شده است. بر اساس این گزارش، سازمان ها هنگام کار از راه دور به روش های مختلف به طور ایمن به شبکه های داخلی متصل می شوند. حدود ۶۶ درصد از آن ها از VPN استفاده کرده اند، ۵۸ درصد بیان کرده اند که از سرویس ابری از طریق مرورگر وب استفاده می کنند، ۴۸ درصد از راه حل دسترسی از راه دور و ۳۴ درصد از دیوار آتش استفاده می کنند. بسیاری از سازمان ها هنوز از راه حل های قدیمی مانند VPN و دیواره های آتش استفاده می کنند تا مقیاس بندی کنند و با تنگناه های پیشرو و دید کم شبکه مبارزه کنند.



### پازل رشد پیامرسان‌ها، با همکاری تمام دستگاه‌ها تکمیل می‌شود

توسعه و رشد پیامرسان بومی از جمله موارد مهمی است که در سیاست‌گذاری‌های فضای مجازی بر آن تاکید شده و برای دستیابی به این هدف، تمام دستگاه‌ها باید پای کار بیایند.

پیامرسان‌هاست که مانع از جذب کاربران می‌شود. چنانچه مسئله رشد نیافتن پیامرسان‌ها مربوط به زیرساخت بود، دیگر پلتفرم‌هایی که کاربر میلیونی دارند، نیز نمی‌توانستند رشد کنند. کافه بازار، دیجی‌کالا و بسیاری از پلتفرم‌های دیگر بر بستر همین شبکه زیرساختی کشور خدمات ارائه می‌دهند و در جذب کاربر هم به موفقیت خوبی دست پیدا کرده‌اند.

#### آغاز حمایت و رشد ۱۰ برابر

پیامرسان‌های بومی با تمام انتقاداتی که ممکن است در لایه خدمات به آنها وارد باشد، اما توانسته‌اند از حدود چهار سال قبل تاکنون کاربران خود را چندین برابر کنند. بنا بر آمارها، ابتدای سال ۹۶ تعداد کاربران پیامرسان‌ها حدود یک و نیم میلیون نفر بوده که اکنون آنها در مجموع روی هم به عدد ۲۰ میلیون کاربر می‌رسند. آمار نشان می‌دهد حرکت روبه‌جلو بوده و پیامرسان‌های بومی در مرحله رشد طبیعی خود قرار داند. هرچند که برخی اعتقاد دارند این مسیر باید با سرعت بیشتری پشت سر گذاشته شود. اما سرعت بیشتر نیاز به همکاری دستگاه‌هایی دارد که پیامرسان‌ها می‌توانند با کمک آنها به کاربرانشان خدمات ارائه دهنند.

#### این پازل چطور تکمیل می‌شود؟

نرم‌افزار، معماری پیامرسان و دانشی که برای توسعه آن وجود دارد، بر عهده صاحبان پلتفرم است. نبود خدمت بر بستر پیامرسان‌ها

طرح حمایت از پیامرسان‌ها تقریباً از پنج سال قبل آغاز شد و از سال ۹۶ به مرحله اجرا درآمد. حمایت‌هایی که بیشتر شامل مهیا کردن زیرساخت‌ها و حمایت مالی (پنج میلیارد تومان) بود. حمایت‌هایی که به جذب کاربر میلیونی آن‌طور که انتظار می‌رفت منجر نشد.

اکنون در مرحله دوم حمایت از پیامرسان‌های بومی، مسیری که تاکنون برای حمایت از پیامرسان‌ها طی شده مورد ارزیابی قرار گرفته و مشکلاتی که با حل شدن آنها رشد پیامرسان‌ها را با سرعت بیشتری همراه می‌کند.

#### چرا وزارت ارتباطات در مظلان اتهام است؟

سنده مصوب شورای عالی فضای مجازی، در زمینه حمایت از پیامرسان‌های داخلی برای همه دستگاه‌ها تکالیفی را تعیین کرده است؛ اما فارغ از اینکه هر دستگاهی به چه میزان به تکالیف خود عمل کرده، همه انتظارات از وزارت ارتباطات است، زیرا این وزارت‌خانه مسئول مهیا کردن زیرساخت فنی و شبکه‌ای فضای مجازی بوده و هر زمان که کمبودی به چشم می‌آید، سریع به این وزارت‌خانه می‌تازند. درحالی که رشد پیامرسان، تابع متغیرهای زیادی از جمله ارائه خدمات است که می‌توان آن را ضعف اصلی پیامرسان‌ها دانست.

به اعتقاد کارشناسان و کاربران، علت رشد نیافتن پیامرسان‌های بومی، موارد زیرساختی نیست. مشکل اصلی، نبود خدمت بر بستر

گرفته بود.

### ضرورت داشتن یک پیامرسان بومی چیست؟

سیاست‌گذاری‌های کلان درباره فضای مجازی کشور، بر استفاده حداکثری از منافع و مزایای فناوری اطلاعات تأکید دارد. «آورده اقتصادی» نیز در این میان مسئله بسیار مهمی است. همان‌طور که پشت پلتفرم‌هایی که امروز مردم از آن استفاده می‌کنند، تجارت خوشی وجود دارد، این آورده اقتصادی می‌تواند در زمینه پیامرسان‌ها نیز وجود داشته باشد.

### تشريح حمایت‌های فاز اول و دوم

واقعیت اینکه در اختیار قراردادن فضای هم مکانی، ارتباطات موردنیاز برای اتصال به شبکه داخل کشور، پنهانی باند موردنظر، یک‌سوم شدن تعریف و ارائه وام پنج میلیاردی خدماتی بود که در مرحله نخست حمایت از پیامرسان‌های بومی در اختیار آنها قرار گرفت. در این مرحله سه پیامرسان که در ارزیابی‌ها عملکرد بهتری داشتند، مورد حمایت ویژه قرار گرفتند.

آذربایجان سال گذشته کارهای مربوط به سند «معماری و طرح کلان شبکه ملی اطلاعات» که مکمل سند «تبیین الزامات» است به پایان رسید و به دستگاه‌ها ابلاغ شد؛ بنابراین سند حمایت‌های زیرساختی از خدمات پایه کاملاً بر عهده وزارت ارتباطات است. مرحله دوم حمایت‌ها با همان سه پیامرسان قبلی دنبال می‌شود و در این مرحله تسهیلات مالی به پیامرسان‌ها ارائه نمی‌شود. توسعه مرکز داده مادر شبکه ملی اطلاعات برای خدمت‌دهی به پیامرسان‌ها، موتور جستجو، رایانامه و نقشه از جمله نخستین قدم‌هایی بود که از سوی وزارت ارتباطات برای حمایت از پیامرسان‌ها برداشته شد. مورد دیگر پرداخت سهم درآمدی به تولیدکننده محتواست که برای نخستین مرتبه انجام می‌گیرد. این کار باعث می‌شود رغبت تولیدکننده برای بالا بردن سهم ترافیک خود بیشتر شود. اتصال به شبکه ارتباطی کشور برای ارائه خدمات بهتر نیز از کارهایی است که در مرحله دوم انجام شده تا نظر کاربر برای استفاده از پیامرسان بومی را جلب کند.

بنا بر اعلام مرکز ملی فضای مجازی، اتصال پیامرسان‌های داخلی به اپراتورها، کسب سهمی از درآمد ترافیک، اختصاص مرکز داده رایگان، تسهیل در اعطای مجوز، ارائه خدمات دولت الکترونیک، ایجاد شرایط مناسب تبلیغ در رسانه‌ها، رفع مشکلات قضایی و حقوقی و در نهایت همکاری در تمدید بازپرداخت تسهیلات مالی دریافتی از جمله حمایت‌های کشور در مرحله دوم این طرح است.

منبع: ایرنا

دلیل اصلی است که موفق به جذب مخاطب نشده‌اند. البته قرار بود ارائه خدمات دولت همراه بر بستر پیامرسان‌ها مهیا شود و مردم برای استفاده از خدمات دولتی، نصب پیامرسان‌های بومی را آغاز کنند و این سرآغازی برای آشتی با این محصول بومی باشد، اما تاکنون این اتفاق رخ نداده است. چنانچه همه مراکز مانند ثبات‌حوال و بانک مرکزی امکان ارائه خدمت بر بستر پیامرسان‌ها فراهم کنند، آنها می‌توانند پروسه جذب کاربر را سریع‌تر پشت سر گذارند.

حمایت از پیامرسان بومی برای جذب کاربر و رشدی که از آن‌ها انتظار می‌رود، مانند پازلی است که قطعات مختلفی دارد. یکی از مهم‌ترین مباحثی که باعث می‌شود مردم برای استفاده از آن مردد باشند، صیانت از حریم خصوصی افراد است.

قطعه دیگر این پازل، حمایت صداوسیما برای تبلیغ آنهاست. در برنامه‌های مختلف تلویزیونی شاهد استفاده از اپلیکیشن‌ها و شبکه‌های اجتماعی خارجی برای قرعه‌کشی هستیم. برنامه‌های مختلف صداوسیما از این شبکه‌ها نام می‌برند و به نوعی آن را تبلیغ می‌کنند، اما زمانی که صحبت از پیامرسان بومی به میان می‌آید سریع حواس همه به سمت بازرگانی و چرتکه انداختن برای هزینه تبلیغ می‌رود.

وزارت ارتباطات در حوزه تأمین زیرساخت‌ها، وزارت ارشاد در حوزه تولید و تأمین محتوا، صداوسیما در حوزه ترویج، تبلیغات و موضوعات تجاری، قوه قضائیه در حوزه حریم خصوصی و صیانت از داده‌های کاربران مهم‌ترین دستگاه‌هایی به شمار می‌روند که در رشد پیامرسان‌ها نقش اصلی دارند.

### خشش اول کج بود؟

مردم بنا به دلایل مختلف احساس می‌کنند در صورت استفاده از پیامرسان‌ها ممکن است حریم خصوصی شان رصد شود. وزارت ارتباطات برای حل کردن این مسئله، مدت زیادی است لایحه‌ای را به دولت ارائه داده، اما هنوز به تصویب نرسیده، شاید چنانچه این لایحه تصویب شود، مردم با خاطری آسوده به سمت استفاده از این اپلیکیشن‌ها بروند.

دلیل اصلی این بدگمانی همزمانی فیلترینگ تلگرام با آغاز به کار پیامرسان‌های بومی بود. پیامرسانی که برای افزاد زیادی شرایط کسب و کار آنلاین را ایجاد کرده بود و به واسطه فیلتر شدن مشکلاتی را برای آنها رقم زد.

صاحبان پلتفرم‌های پیامرسان داخلی، نیز اعتقاد دارند، همزمانی فیلترینگ تلگرام با آغاز به کارشان، باعث شده جلوی رشد طبیعی آنها گرفته شود. شاید چنانچه این همزمانی رخ نمی‌داد، اکنون پیامرسان‌ها نیز مانند دیگر پلتفرم‌ها کاملاً در بین کاربران جای



# ابعاد دگردیسی دیجیتال در کسب و کار؛ انتظارات کارکنان پس از انقلاب دیجیتال

■ مهدی نیکوئی

دنیای اقتصاد از European Business Review

انقلاب دیجیتال یکی از مهم‌ترین پدیده‌هایی است که در عصر کنونی با آن مواجه هستیم. این پدیده که از آن با عنوان دگردیسی دیجیتال هم یاد می‌شود به معنای اقتباس فناوری‌های دیجیتال و بکار بردن آن در بخش‌های مختلف کسب و کار تان است. کسب و کاری که این دگردیسی را پشت سر بگذارد، به مزایای فراوانی دست می‌یابد؛ فرایندها کارایی بیشتری پیدا می‌کنند، بهره‌وری تقویت می‌شود، هزینه‌های سربار پایین می‌آیند و ریسک‌های کسب و کار (مانند نارضایتی مشتریان) مدیریت می‌شوند. با این حال، نباید دیگر عامل مهم در موفقیت هر کسب و کار را فراموش کرد؛ انتظارات کارکنان.

### بازنگری در رویه‌های استخدامی

شما نباید منتظر نخستین روز کاری افراد باشید تا آنها را تحت تاثیر قرار دهید. افراد پیش از ورود به شرکت شما و از همان نخستین بروخوردها احساساتی نسبت به شما و شرکت به دست می‌آورند. از زمان درخواست کار، آزمون‌های استخدامی، مصاحبه و سایر رویه‌های انتخاب و استخدام کارکنان، احساسات و نگرش‌های افراد شروع به شکل‌گیری می‌کنند. از این‌رو، لازم است اطمینان یابید که تجربیات آنها در همین مراحل ابتدایی، مثبت هستند.

به لطف فناوری‌های دیجیتال، امروزه راحت‌تر می‌توان به بهترین استعدادهای بازار دست پیدا کرد. افزایش سطح انتظارات از کارکنان می‌تواند غربال خوبی در انتخاب بهترین کارکنان ممکن باشد و با ساده‌سازی و افزایش کارایی رویه‌های استخدامی، زمینه‌ساز جذب بهترین نیروهای انسانی به شرکت باشید. همچنین

پژوهش‌های شرکت زیرساخت‌های کسب و کار ایمپکت (IMPACT) نشان‌دهنده آن است که اگر کارکنان به هر دلیلی از شغل خود رضایت نداشته باشند و شرکت را ترک کنند، هزینه‌های شرکت به شدت افزایش خواهد یافت (برابر با ۵۰ تا ۶۰ درصد حقوق سالانه آن فرد). با توجه به این مسئله می‌توان دریافت که چرا عمل کردن طبق انتظارات کارکنان باید یکی از مهم‌ترین اولویت‌های مدیران باشد. البته اصلاح رویه‌های اداری و وقت‌گیر شرکت از طریق دگردیسی دیجیتال، تاحدی این مشکل را حل می‌کند و فضایی جذاب برای کارکنان ایجاد می‌سازد.

با این حال، حرکت به سمت فضای دیجیتال کار ساده‌ای نیست و چالش‌های خود را دارد. به همین دلیل نیاز است که تمام کارکنان با روی گشاده از آن استقبال کرده و زمینه‌ساز اجرای موفقیت‌آمیز برنامه‌ها شوند.

# DIGITAL REVOLUTION



قلقهای شغل جدید آشنا شوند. علاوه بر این موارد، در گذشته بسیار رایج بود که یکی از کارکنان باسابقه مسؤولیت آموزش و آشناسازی تازهواردان را با شرکت و شغل هایشان بر عهده بگیرد. این وضعیت علاوه بر دشواری و هزینه های فراوان، این احتمال را تقویت می کرد که مواردی در آموزش از قلم بیفتند.

اما امروزه به عنوان مثال با استفاده از روبات های مجازی می توان آموزشی جامع و یکسان برای تمام افراد طراحی کرد. حتی می توان ضمن اطمینان یافتن از جامع بودن آموزش ها، برای هر شغل محتوای آموزشی خاصی در نظر گرفت. اما احتمالاً مهم ترین ویژگی آن است که کارکنان جدید می توانند با سرعت دلخواه خود و در اوقات فراغت شان این آموزش ها را پشت سر بگذارند.

این سخن به معنای آن است که آنها مجبور نیستند جلسات آموزشی خود را با واحد منابع انسانی همانهنج کرده یا خود را به ساعات کاری محدود سازند. افراد تازهوارد به هر شرکت، در روزهای نخست حضور خود بمبان اطلاعاتی می شوند. این موضوع می تواند برای آنها استرس زا و طاقت فرسا باشد؛ به ویژه آنکه نمی توانند تمام اطلاعات را به حافظه بسپارند. اما به لطف بستر های آموزش دیجیتال، آنها می توانند به تمام اطلاعات لازم در یک بسته جامع دسترسی داشته باشند و برای انجام وظایف شغلی خود کمبودی نداشته باشند. مزیت دیگر این شیوه آموزش و آشناسازی افراد با شغل و شرکت جدید شان آن است که تمام اطلاعات ثبت و ضبط شده اند و در آینده هم می توانند در صورت نیاز به آنها مراجعه کنند.

## بهره گیری از منافع دیجیتال

از بین انتظارات کارکنان، دور کاری و ساعت کاری انعطاف پذیر در رده های نخست هستند. به لطف اینترنت سریع، پردازش و ذخیره سازی ابری و ابزارهای همکاری آنلاین، این درخواست ها امکان پذیر شده اند. بسیاری از شرکت ها هم در سال جاری و به

می توان معیارها و فرایندهای استخدامی را شفاف تر از همیشه کرد و مانع از ابهام شد.

اما همین ویژگی ها باعث افزایش رقابت شرکت ها برای استخدام نیروهای توانمند بازار کار شده است و دیگر رقابت فقط بر سر مشتریان نیست. متضایان شغل، اغلب چند پیشنهاد کاری دریافت می کنند و براساس تجربیات و شناختی که در رویه های استخدامی از شرکت های مختلف به دست می آورند، اقدام به انتخاب محل کار آینده خود خواهند کرد؛ بنابراین، اگر فرایندهای استخدامی شما، پاسخگویانه، سازگارانه و شهودی باشند، مزیتی رقابتی نسبت به سایر کارفرمایان به دست آورده و شانس بیشتری در جذب کارکنان توانمند خواهد داشت.

در این مرحله می توان از فناوری های مختلفی برای افزایش رضایت متقاضیان از نخستین برخورد با شرکت شما بهره برد. به عنوان مثال، می توان این امکان را فراهم ساخت که افراد با استفاده از موبایل خود، اطلاعات شان را برای شما ارسال یا تایید کنند.

علاوه بر آن، اطلاع رسانی های آنی از وضعیت پیشرفت در خواست استخدام یا امضای دیجیتالی فرم قرارداد می تواند باعث صرفه جویی زمان آنها و بهبود تجربه استخدام شان شود (به ویژه در این ماهها که شرایط کرونا، ارتباطات حضوری را دشوارتر ساخته است). درنتیجه استفاده از این فناوری های دیجیتال، شانس شما برای استخدام و به کارگیری بهترین کارکنان افزایش خواهد یافت. انعطاف پذیری، کارایی و سرعت فرایندهای استخدامی شما (از طریق دگر دیسی دیجیتال) نشان از آن خواهد داشت که متعهد به ایجاد یک فرهنگ و محیط کاری مطلوب برای افراد هستید.

## شروع بکار افراد

پس از آنکه بهترین افراد را برای پست های شغلی انتخاب کردید، زمان شروع بکار و آموزش مناسب آنها است. دگر دیسی دیجیتال در این زمینه نیز کمک می کند.

در گذشته، فرایند شروع بکار تجربه ای دشوار برای افراد بود؛ چرا که آنها باید موارد بسیاری را می آموختند و خود را برای نقش جدید در شرکت شما آماده می ساختند. لازم به ذکر است که اگر کارکنان نتوانند به خوبی با شغل خود آشنا شوند و ارتباطی عاطفی با آن پیدا نکنند، احتمال استغفار دادن شان افزایش می یابد. در پی آن، هزینه هایی که تا آن زمان برای انتخاب و شروع بکارشان صورت گرفته، تلف خواهد شد.

روش های نوین آموزش با استفاده از فناوری های پیشرفته دیجیتال این فرایند را تسهیل می کند. به این صورت، افراد تازه استخدام شده با سرعت و سهولت بیشتری می توانند با سیاست های شرکت، رویه های کاری، نقش ها و مسؤولیت های خود و همچنین

## کسب و کار هوشمند

(اتوماسیون) و ماشینی کردن مشاغل، بخش مهمی از دگر دیسی دیجیتال است و بسیاری از کارکنان نگران‌اند که روبات‌ها و ماشین‌ها جای آنها را بگیرند.

این نگرانی منطقی است؛ چرا که برآوردها نشان می‌دهند احتمالاً طی یک دهه آینده، ۲۰ میلیون از مشاغل جهان به دلیل خودکارسازی از دست برond. با این شرایط، تردیدها و نگرانی‌های کارکنان از هرگونه تغییرات دیجیتال قابل درک است؛ حتی اگر از مفید بودن این تغییرات اطلاع داشته باشند. از دیگر مسائلی که در زمان معرفی راهکارهای جدید و پیشرفتی باید مدنظر داشت، انتظارات واقع‌بینانه است. نمی‌توان انتظار داشت که با معرفی یک فناوری دیجیتال جدید، بهره‌وری کارکنان در همان روز نخست افزایش یابد. تغییر همواره برای دو طرف دشوار است و باید توجه ویژه‌ای به آموزش کارکنان کرد تا این فرایند تسهیل شود. در این صورت می‌توان انتظار داشت که بیشترین منافع از اقتباس فناوری جدید به دست آید.

### گوش‌دادن به کارکنان

با خورد جاده‌ای دوطرفه است. شما باید به طور منظم ارزیابی عملکرد کارکنان را به آنها اطلاع دهید تا بتوانند کارشان را بهبود دهند. همچنین تشویق و قدردانی از عملکرد خوب، انگیزه آنها را بالا می‌برد. اما در طرف مقابل، همواره باید خواستار نظرات و بازخورد کارکنان خود باشید. در این صورت، ضمن آنکه نشان می‌دهید نظرات آنها برایتان مهم است (و به این صورت باعث افزایش انگیزه‌شان خواهد شد)، ممکن است جوانی از موضوع برایتان روشن شود که به آن توجه نداشته‌اید. گاهی اوقات کارکنان خواستار انتقال یک پیام یا حتی یک انتقاد هستند اما راه آن را نمی‌دانند. خوشبختانه اکنون می‌توان با روبات‌های مجازی بهصورت بی‌نام نظرات افراد را جمع‌آوری کرد.

دبیال بحران کرونا، تجربه قابل قبولی از این روش‌های جدید کار به دست آورده و انتظار می‌رود که روند آغاز شده، سرعت بیشتری پیدا کند.

البته کار از خانه، صرفاً واقعیتی مربوط با کرونا نیست. حقیقت آن است که بسیاری از شرکت‌های موفق این روند را سال‌ها قبل در تلاش برای دیجیتال‌سازی محیط کارشان آغاز کرده بودند. زمانی که یک شرکت چنین شرایطی برای همکاری افراد فراهم می‌آورد، شانس بیشتری در جذب کارکنان مدنظر خود خواهد داشت؛ به‌ویژه در جذب آن دسته از کارکنان توانمندی که به دلیل شرایط خاص خود (مانند نگهداری از کودک یا سالمند) قادر به حضور فیزیکی یا تمام وقت در محل کار نیستند.

این مدل کار نه تنها تعادل بهتری بین زندگی و کار ایجاد می‌کند، بلکه بهره‌وری را هم افزایش می‌دهد (چرا که کارکنان زمان خود را در رفت‌وآمد به دفتر کار از دست نمی‌دهند). آنها همچنین می‌توانند برنامه‌ریزی‌های خود را به صورتی انجام دهند که منطبق با بهترین ساعت‌بهره‌وری و تمرکزشان باشد. در همین حال، شرکت شما هم می‌تواند در بخشی از هزینه‌های خود مانند اجاره، نظافت و حتی حقوق صرفه‌جویی کند. آمارها حاکی از آن هستند که یک‌سوم از کارکنان دورکاری را به افزایش حقوق ترجیح می‌دهند. این سخن به معنای آن است که می‌توانید بدون پرداخت حقوق‌های بالاتر، میزان رضایت شغلی و بهره‌وری کارکنان را افزایش دهید.

### توجه به نگرانی‌های کارکنان

با تمام مزایای یاد شده، باید به این موضوع توجه داشته باشید که ممکن است کارکنان از به کارگیری میزان بالای فناوری‌های جدید و تحولات محیط کار هراس داشته باشند. خودکارسازی

## از تحول دیجیتال در

## کسب و کارها

### بخوانیم و باخبر باشیم



جهت ارسال مقاله، گزارش و خبر:

تلگرام و واتساب: ۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵  
شماره مستقیم سردبیر: ۹۲۱۲۷۸۹۴۰۶

دفتر نشریه: ۶۶۵۲۱۲۸۳

ایمیل: elececo.ir@gmail.com

پایگاه خبری و اطلاع رسانی  
**elececo**

اقتصاد الکترونیکی  
[www.elececo.ir](http://www.elececo.ir)

مادر شبکه‌های اجتماعی دبیال کنید



**elececo**  
اقتصاد الکترونیکی  
[www.elececo.ir](http://www.elececo.ir)



مزایای استفاده از بلاک چین در مدیریت پاشگاه مشتریان

■ مهندس مهدی استوی مدیر پیشکش داده بود که شرکت

باشگاه مشتریان برنامه‌ای است که در ازای وفاداری مشتری به شرکت (که در خرید آشکار می‌شود) به گروه خاصی از مشتریان فعلی شرکت مزایایی می‌بخشد. تصادفی نیست که در ایالات متحده این برنامه‌ها را Loyalty Programs (برنامه‌های وفاداری) می‌نامند. مزايا را می‌توان به صورت کوین، محصولات رایگان، منافع قابل دریافت در شرکت‌های دیگر و ... ارائه داد. یک باشگاه مشتریان، مشتریان شما را به ادامه خرید از مشاغل شما (حال چه یک کسب و کار فیزیکی، و چه یک وب‌سایت تجارت الکترونیکی)، تغییر می‌کند.

مانند Amazon و Costco عضویت سالانه مشتریان را ترجیح می‌دهند. programs اسـتفاده می‌کنند، اما همچنان برخی از خردفروشان

## چگونگی عملکرد یک Loyalty Program

- اول به مشتریان برای وفاداری به برنز پاداش می دهند و اطلاعات بسیاری راجع به مصرف کننده در اختیار شرکت ها قرار مم دهند.

- دوم اینکه در عین حال که شرکت‌ها می‌توانند خریدهای ناشناس را ارزیابی کنند، استفاده از یک Loyalty program جزئیات بیشتری درباره نوع محصولاتی که ممکن است باهم خریداری شوند و اینکه کدام کوپن‌های تخفیف مؤثرترند ارائه می‌دهد.
  - زمانی که Reward Programs (برنامه‌های پاداش) در لیست کارهای روزمره مشتری قرار گیرد (مانند سر زدن و خرید کردن از یک فروشگاه خاص)، می‌تواند به معنای واقعی کلمه، پرورش دهنده وفاداری به برنده باشد. هنگامی که مشتری به خرید از یک برنده عادت کند، معنی اش آن است که در هر بار مراجعته اطمینان دارد که محصولی با کیفیت همیشگی دریافت خواهد کرد.

جسس Loyalty Program

Loyalty Programs خریداران را ترغیب می‌کنند تا به فروشگاه‌هایی که مرتبا از آن خرید می‌کنند بازگردند. برخی از مشوق‌ها ممکن است شامل دسترسی پیشرفته به محصولات جدید، تخفیف‌های اضافی یا گاهی اوقات کالاهای رایگان باشند. مشتریان عموماً اطلاعات شخصی خود را در شرکت ثبت می‌کنند و به آن‌ها یک شناسه منحصر به فرد مانند شناسه عددی یا کارت عضویت داده می‌شود که هنگام خرید از این شناسه استفاده می‌کنند.

## نکات کلیدی Loyalty Programs

**Loyalty Programs** توسعه خرده فروشان و سایر شرکت‌ها به عنوان راهی جذب و حفظ مشتری ارائه می‌شوند. Loyalty Programs پاداش، تخفیف یا سایر مشوق‌های ویژه را ارائه داده و به منظور جذب وفاداری و خرید مجدد مشتری از یک برنده خاص طراحی می‌شوند. این برنامه‌ها نه تنها با توسعه وفاداری مشتری بلکه با ارائه اطلاعات مهم در مورد چگونگی هزینه کرد مشتریان و تحلیل آماری آن‌ها (بازه سنی مشتریان، بازه خرید، منطقه سکونت و ...) برای شرکت‌ها سودمند هستند. اگرچه شرکت‌هایی مانند استارباکس و دلتا و شرکت‌های هواپیمایی مختلف از loyalty

## کسب و کار هوشمند

بلاکچین به یک شرکت محدود نمی‌شود. این فناوری شامل تعدادی شرکت مختلف است که پیرامون یک تراکنش باهم همکاری می‌کنند. درنتیجه، loyalty programs مبتنی بر بلاکچین به مشتری این امکان را می‌دهند تا از طرف همه اعضای زنجیره و در یک کیف پول واحد بتواند تمام پاداش‌های وفاداری را جمع کند (به صورت رمزارزهای وفاداری جهانی). پاداش‌های رمزگاری شده انباشت شده را می‌توان از هر یک از شرکت‌های شریک در آن زنجیره بلاکچین دریافت کرد.

در حوزه B2B-Business-to-Business- شرکت‌ها می‌توانند به مشتریان خود خدمات بالارزش افزوده ارائه دهند. به عنوان مثال، یک بانک می‌تواند به مشتریان مشاغل کوچک خود دسترسی به پاداش‌های بهم پیوسته بدهد که این دسترسی باعث بهبود شناخت بrnd می‌شود.

یکی دیگر از مزایا برای شرکت‌ها می‌تواند کاهش هزینه‌های مدیریت باشد. به عنوان مثال، مشارکت مبتنی بر بلاکچین می‌تواند بین دو شرکت ایجاد شود تا مبادلات مشتری بدون مدیریت مرکزی امکان‌پذیر شود.

برنامه نرم‌افزاری پاداش بلاکچین جایگزینی برای loyalty programs سنتی نیست بلکه هدفش این است که "تسهیل کننده سیستم" باشد تا هزینه‌ها کاهش یابند. برای مثال، فناوری بلاکچین به عنوان یک سیستم شفاف خسارات ناشی از تقلب و خطا را کاهش می‌دهد موضوعی که البته مشکل اصلی برنامه‌های وفاداری امروزی است. مزیت دیگر کاربرد بلاکچین این است که با امتیازات وفاداری انباشته شده در یک کیف پول چند شرکتی، مشتریان می‌توانند امتیازات خود را سریع تر و کارآمدتر به پول تبدیل کنند (از گرو در آورند) و هزینه‌های هر تراکنش را کاهش دهند تا نهایتاً از مشکلات مرتبط با بدھی کاسته شود. از آنجاکه loyalty programs مبتنی بر بلاکچین در شبکه‌های اجتماعی فعال هستند، هزینه‌های جذب مشتری یک شرکت نیز کاهش می‌یابد.

به طور خلاصه، فناوری بلاکچین می‌تواند ناکارآمدی‌های پرهزینه در برنامه‌های وفاداری سنتی را از بین برده و در عین حال با فراهم آوردن فرصت‌های خرید از شرکت‌های مختلف، ارزش و اعتبار بیشتری در اختیار مشتریان قرار دهد.

لازم به ذکر است که فناوری بلاکچین هنوز در حال پیشرفت می‌باشد. برای مثال اکنون هزینه‌های شروع به کار برای اجرا و پیاده‌سازی برنامه‌های نرم‌افزاری پاداش بلاکچین بسیار زیاد است. همچنین این چالش وجود دارد که شرکت‌ها کنترل داده‌های خود را از دست بدھند. (برخلاف برنامه‌های وفاداری سنتی که در آن‌ها داده‌ها از نزدیک محافظت می‌شوند). با این وجود، پلتفرم‌های جدیدی برای حل این مسائل و مشکلات در حال توسعه هستند.

در این مرحله آن برنده توانسته اعتماد بی‌چون و چرای مشتری را جلب کند و خریدار به مشتری ثابت آن فروشگاه یا هتل یا رستوران و ... تبدیل شده است. اصلی‌ترین عامل این اعتماد مشتری، همان کوین‌ها و امتیازات و تخفیف‌هایی است که در برنامه وفاداری شرکت ارائه می‌شود.

### مزایای استفاده از بلاکچین در Loyalty Programs

مروری بر انواع مختلف loyalty programs سنتی، چالش‌های مرتبط با آن‌ها و مزایای بالقوه برنامه‌های وفاداری مبتنی بر بلاکچین، برتری به کارگیری فناوری بلاکچین در loyalty programs را نشان می‌دهد.

فناوری بلاکچین یک پایگاه داده غیرمت مرکز است که تراکنش‌ها را هنگام حرکت از مبدأ تا رسیدن به مقصد رديابي می‌کند (در هر مرحله از اين مسیر، شخص ثالث يك بلوک داده به زنجيره بلاک‌ها می‌افزاید). فناوری بلاکچین که هنوز در حال پیشرفت است در حوزه‌های بسیار متنوعی مورد استفاده قرار می‌گیرد. تحقیق صورت گرفته توسط تیمی از محققان دانشکده بازرگانی Schulich یورک در تورنتو، توانایی بالقوه فناوری بلاکچین را جهت افزایش Reward Programs برای مصرف‌کنندگان و شرکت‌ها نشان می‌دهد.

انواع مختلف loyalty programs سنتی، از کارت‌های پانچ گرفته تا loyalty programs مبتنی بر امتیاز و برنامه‌های بازپرداخت پول، در بین مشاغل و مشتریان کاملاً جاافتاده است. با این حال، loyalty programs سنتی چالش‌هایی را برای شرکت‌ها و مشتریان آن‌ها به وجود می‌آورد.

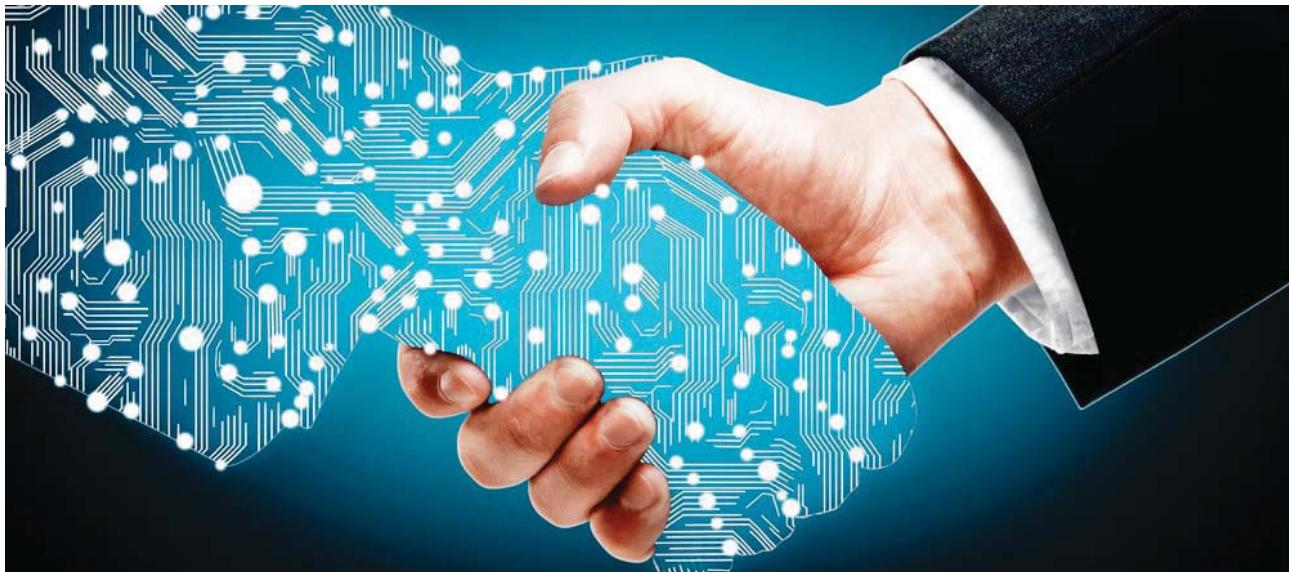
#### این چالش‌ها از دیدگاه شرکت‌ها عبارت‌اند از:

- ۱- دشواری در تخمین بدھی (برای مثال زمانی که امتیاز‌های انباشته شده از گرو در نیامده باشند) و بازگشت سرمایه.
- ۲- شخصی‌سازی loyalty programs به منظور تأمین نیازهای فردی مشتریان
- ۳- اطمینان از نرخ تبدیل یکنواخت مشتریان دارای امتیاز‌های وفاداری به مشتریان وفادار
- ۴- عدم یکپارچه‌سازی و عدم یکنواختی کانال‌های مورداستفاده برای loyalty programs

#### چالش‌ها از دیدگاه مشتریان عبارت‌اند از:

- ۱- نیاز به ایجاد حساب و ثبت نام
- ۲- محدودیت‌ها و قوانین
- ۳- آپشن‌های محدود برای جوایز
- ۴- گم کردن حساب امتیازات.

فناوری بلاکچین می‌تواند به حل یا کاهش برخی از این چالش‌ها کمک کند. یک دلیل عمده آن است که اکوسیستم



## چرا هیچ وقت برای دیجیتال‌سازی کسب‌وکار دیر نیست؟

■ راب دنس؛ مترجم: علی آل علی از smallbusinessbonfire

امروزه اغلب سرمایه‌گذارها و سهامداران کسب‌وکار تمايل بالايي برای اخذ شيوه‌های ديجيتال‌سازی از سوي برندها دارند. اين امر به نوعی ضرورت برای کسب‌وکارهای مختلف بدل شده است. توسعه فناوری‌های کاربردی در عرصه کسب‌وکار با سرعت بسیار زيادی جريان دارد. همین امر توجه به ديجيتال ساختن فرائيندهای شركت‌ها را ضروري می‌سازد.

برخی از کارآفرینان همیشه دید منفی نسبت به ديجيتال‌سازی فرائيند کسب‌وکارشان دارند. اين امر به اجتناب مداوم از خودکارسازی یا دست‌کم ديجيتال‌سازی بخش‌های مختلف کسب‌وکار منجر می‌شود. برخی دیگر نیز زمان کنوبي را بسیار دیر ارزیابی می‌کنند. بر این اساس اگر يك کسب‌وکار در اوایل يك يا دو دهه قبل اقدام به ديجيتال‌سازی فرائيندهایش می‌کرد، زمان مناسبی بود، اما اکنون شرایط به طور کلی متفاوت شده است. هدف اصلی در اين مقاله بررسی برخی از دلایل اساسی و مهم برای ديجيتال‌سازی کسب‌وکار در هر زمان و شرایطی است. استدلال اصلی در ادامه امکان ديجيتال‌سازی کسب‌وکار تحت هر شرایطی است.

زمان زيادي از کسب‌وکارها خواهد گرفت. نكته مهم در اين ميان بررسی سرعت عمل کسب‌وکار است. يكى از بهترین معيارها در اين ميان ميزان تخصص هر کسب‌وکار در زمينه استفاده از ترندهای تازه است. برخی از برندها در طول زمان به طور پلکاني سرعت عمل آنها در مقابل رويدادهای مختلف بهبود پيدا می‌کند. يكى از نکات مهم در اين ميان استفاده از فناوری‌های ديجيتال برای افزایش سرعت فعالیت برند است.

دسترسی به اطلاعات مهم پيرامون مشتريان همیشه يكى از دغدغه‌های مهم کسب‌وکارها محسوب می‌شود. برخی از برندها در اين مسیر بر روی شيوه‌های سنتي تمرکز دارند. مسئله اصلی در اين ميان عدم کارايي شيوه‌های سنتي برای جلب نظر مخاطب هدف است. با اين حساب هرچه توانايي يك برند برای اخذ شيوه‌های ديجيتال در زمينه توسعه کسب‌وکار بيشتر باشد، تعامل دقیق و نزدیک‌تری با مخاطب هدف خواهد داشت.

### افزایش چابکی سازمانی

جهان در حال تحول نيازمند کسب‌وکارهای تازه و جدید است. بسياری از کسب‌وکارها به طور مداوم در تلاش برای تاثيرگذاري بر روی مخاطب هدف با شکست مواجه می‌شوند. يكى از دلایل اصلی در اين ميان سرعت عمل پايان کسب‌وکارهاست. استفاده از ترندهای تازه در زمينه مدیرiyت کسب‌وکار همیشه دارای اهمیت بالايي است. با اين حساب اگر يك برند در زمينه استفاده از ترندهای تازه در حوزه مدیرiyت و توسعه بخش‌های گسترهای از سازمانش اقدام نسبت به ديجيتال‌سازی بخش‌های گسترهای از سازمانش اقدام کند.

چابکی سازمان يكى از معيارهای مهم برای تاثيرگذاري بر روی مخاطب هدف است. بسياری از برندها در طول زمان اقدام به تاثيرگذاري بر روی مخاطب هدف بر اساس شيوه‌های مختلف می‌کنند. اين امر در صورت عدم توجه به چابک‌سازی سازمان

## کاهش هزینه‌های تولید

درهای ورود کارمندان به عرصه‌های تازه را باز خواهد گذاشت. تقویت انگیزه کارمندان برای فعالیت بهتر و تاثیرگذارتر بر اساس این الگو امکان پذیر خواهد بود. در غیر این صورت کسب و کارها به طور مداوم با چرخه‌های کاهش انگیزه مخاطب هدف مواجه خواهند شد.

## استفاده از داده‌های کوچک

مفهوم ابرداده‌ها در عرصه کسب و کار برای بسیاری از افراد جذاب است. نکته مهم در این میان استفاده از داده‌های مختلف بر اساس سطح نیاز و وضعیت کلی شرکت است. ابرداده‌ها الزامات بسیار زیادی برای پردازش طلب می‌کنند. این الزامات به جز برندهای بزرگ در دسترس دیگر کسب و کارها نیست. گوگل به عنوان یک شرکت بزرگ توانایی پردازش ابرداده‌ها را دارد، با این حال یک کسب و کار محلی نه توان و نه نیازی برای پردازش ابرداده‌ها خواهد داشت.

بهره‌گیری از فناوری دیجیتال در عرصه کسب و کار امکان به کارگیری داده‌های کوچک را افزایش می‌دهد. امروزه غالب کسب و کارهای کوچک و میان‌رده به داده‌های خرد نیاز دارند. پردازش چنین داده‌هایی بسیار ساده و سریع روی می‌دهد. نتیجه نهایی نیز تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف خواهد بود.

## افزایش کارایی سازمان

میزان کارایی کارمندان و به طور کلی شرکت بستگی به ابزار و امکانات در دسترس دارد. استفاده از فناوری‌های نوین امکان ایجاد تحول در کارایی کارمندان و شرکت را فراهم می‌سازد. بسیاری از کسب و کارها همچنان بر اساس فناوری و ابزارهای قدمی اقدام به مدیریت کسب و کار می‌کنند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندهای به همراه دارد. برخلاف تصور عمومی نسبت به هزینه‌های بالای اخذ فناوری‌های نوین، اغلب اوقات این فرایند بسیار ساده و سریع روی می‌دهد. مهم‌ترین مسئله شناسایی نقاط ضعف شرکت و تلاش برای رفع آنها بر اساس فناوری‌های دیجیتال در دسترس است. این امر تاثیر قابل ملاحظه‌ای بر روی وضعیت کسب و کار خواهد داشت.

منبع: فرست امروز

هزینه‌های کسب و کار در طول سال‌های اخیر به طور مداوم افزایش یافته است. بسیاری از استارت‌آپ‌ها به دلیل نگرانی نسبت به هزینه‌های راهاندازی کسب و کار به طور مداوم شروع به کارشان را موكول به آینده می‌کنند. این امر همیشه همراه با ریسک ورود سریع‌تر رقبا به بازار خواهد بود. اگر کسب و کار شما به دنبال کاهش هزینه‌های تولید و به طور کلی مدیریت سازمان است، باید به استفاده از فناوری‌های دیجیتال به عنوان گزینه‌ای ضروری فکر نمایید. بر اساس گزارش موسسه دایکرت دایو، استفاده از فناوری‌های دیجیتال در عرصه مدیریت کسب و کار موجب کاهش ۳۶ درصدی هزینه‌های تولید می‌شود. این امر به معنای امکان سرمایه‌گذاری بر روی بخش‌های دیگر کسب و کار و بهره‌گیری از مزیت‌های این حوزه خواهد بود.

استفاده از سازوکارهای دیجیتال برای تولید و بازاریابی محصولات موجب تحول در هزینه‌ها می‌شود. یکی از نکات جالب در این میان مربوط به هزینه‌های بخش خدمات مشتریان است و این بخش به طور معمول یکی از مهم‌ترین حوزه‌های کسب و کار را شکل می‌دهد. هزینه‌های این بخش همیشه برای کسب و کارها ایجاد دغدغه می‌کنند. با استفاده از فناوری‌های دیجیتال امکان کاهش هزینه‌های این بخش و تعامل آنلاین با مخاطب هدف وجود دارد.

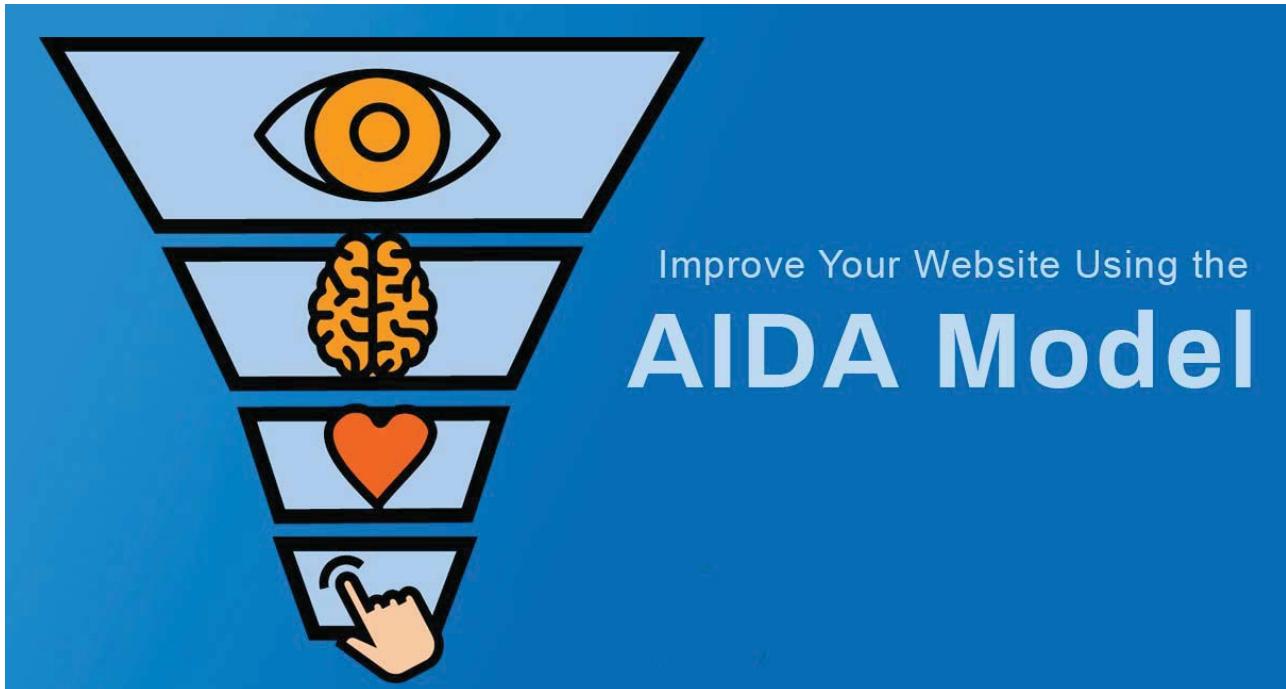
تقویت انگیزه کارمندان

پیش از ورود فناوری دیجیتال به عرصه کسب و کار برخی از کارها مانند بازاریابی، برنده‌سازی و مدیریت سایت وجهه بسیار حرفه‌ای داشت. امروزه به لطف توسعه فناوری‌های مختلف ورود به عرصه‌های گوناگون کسب و کار بسیار ساده شده است. همین امر موجب افزایش انگیزه کارمندان در شرکت‌های مختلف برای پیگیری سلیقه شخصی‌شان در حوزه کسب و کار می‌شود. امروزه بسیاری از برندهای در فرایند تقویت انگیزه کارمندانشان ناکام می‌مانند. این امر ناشی از ناتوانی آنها برای تقویت انگیزه کارمندان بر اساس انتظارات جدید آنهاست. کارمندان همیشه تمایل به ارتقای سازمانی دارند. اگر مسیر ارتقای سازمانی برای آنها باز باشد، امکان تحول در وضعیت کسب و کار فراهم خواهد شد. در غیر این صورت کسب و کارها به طور مداوم با مشکلاتی در زمینه تقویت انگیزه کارمندان برای بهره‌وری بهتر مواجه خواهند بود.

استفاده از شیوه‌های دیجیتال برای مدیریت کسب و کار همیشه

دانش خوب و اخلاق و مال

به روزترین مقالات و گزارش‌ها و آخرین اخبار



## بازاریابی در دنیای دیجیتال با مدل "آیدا"

عماد پور شهریاری ■

برای ورود به بازار یا موفقیت در آن باید به دنبال راهی باشید که در فضای مجازی نقشه راه شما باشد. مدل بازاریابی آیدا یا AIDA Model می‌تواند در این مسیر چراغ راه باشد.

بالقوه شمامست تا از ماهیت برنده شما آگاه باشند. A بتدای interest است و به معنی فراهم کردن فرصتی که مشتریان را به استفاده از محصول یا خدمات شما علاقمند کند. D بتدای desire و به معنی ایجاد تمایل در مشتری با ارائه ویژگی‌های خاص برنده شمامست. A بتدای action است و به معنی ترغیب کردن مشتری برای اقدام به خرید یا تعامل با برنده.

این روزها کمتر کسب‌وکاری را پیدا خواهید کرد که رقیبی نداشته باشد. در هر صنعتی هم فعال باشید، هراندازه مزیت‌های رقابتی متمایزی داشته باشید، باز هم برندها و مجموعه‌هایی هستند که مجبور خواهید بود مشتریان بالقوه خود را با آن‌ها شریک شوید. برای ورود به بازار یا موفقیت در آن باید به دنبال راهی باشید که در فضای مجازی نقشه راه شما باشد. مدل بازاریابی آیدا یا AIDA Model می‌تواند در این مسیر چراغ راه باشد.

### جلب‌توجه

اگر جای پای کسب‌وکار خود را در فضای مجازی محکم نکرده‌اید گویی هرگز وجود نداشته‌اید. بسیاری از مشتریان فرایند خرید خود را از میان شبکه‌های اجتماعی و موتورهای جست‌جو آغاز می‌کنند. به همین دلیل، مرحله اول آیدا، یعنی جلب‌توجه، از حضور قدرمند در دنیای دیجیتال آغاز می‌شود.

فرض کنید فردی قصد دارد بخاری خود را تعمیر کند و شما هم درست همین خدمات را ارائه می‌دهید. احتمال اینکه عبارت "تعمیر کار بخاری" در شهر خود را گوگل کند بسیار خواهد بود. به همین دلیل، باید به طور ویژه روی بهبود وضعیت خود در

### مدل آیدا چیست؟

اصول بازاریابی در مفاهیم کلی تفاوت چندانی میان آنلاین یا آفلاین بودن نخواهد داشت. آیدا یکی از مدل‌های طولانی مدت بازاریابی است که فعالیت‌های شما برای دستیابی به مشتری را مشخص می‌کند. آیدا به‌طور ویژه مراحلی را توصیف می‌کند که یک مشتری یا خریدار در آن تصمیم می‌گیرد خریدی را انجام دهد یا از کنار آن عبور کند.

آیدا در واقع سروژه‌های انگلیسی همین واژه یعنی AIDA است. A بتدای attention است و به معنی جلب‌توجه مشتریان



اگر در وب سایت خود شماره تماس یا ایمیلی از مخاطب دریافت کرده اید، محتوای مرتبط و صدرصد غیراسپم برای او ارسال کنید. انتشار نظرات کاربران و بررسی موردي خدمات شما هم می تواند در همین مرحله شکل بگیرد.

## اقدام

مرحلهنهایی در مدل آیدا خرید یا اقدام است. برای تبدیل مخاطب متمایل به محصول خود، می توانید از CTA یا جملات واژگانی استفاده کنید که مخاطب را به مرحلهنهایی وارد کند. کدهای تخفیف، خریدهای گروهی و مواردی از این دست مخاطب شما را به اقدامنهایی نزدیکتر خواهد کرد.

این مرحله را برای مخاطب خود به شدت ساده کنید. همه چیز باید مشخص و مستقیم باشد. برای نمونه، در فرم های خرید، سوالات را بدون ابهام و ایهام وارد کنید و بکوشید در کمال سادگی، همه اطلاعات موردنیاز را دریافت کنید. مدل آیدا از قدیمی ترین مدل های بازاریابی است که البته در بازاریابی های نوین هم کاربرد دارد، اما بسیاری از بازاریابان بخش هایی به آن اضافه یا از آن کم کرده اند.

برای نمونه، رها کردن مشتری پس از مرحله خرید یکی از اشتباہات فاحش در هر کسب و کار است. سیستم های مدیریت مشتری یا CRM و روش های دیگر باید مشتری را به خرید دوباره و دوباره ترغیب کنند. به همین دلیل، AIDA به AIDAR تبدیل می شود که R حرف نخست retention است. در نهایت، مدل آیدا همان قیف فروش شما خواهد بود. یعنی مخاطب در مرحله نخست در بیشترین وضعیت کمی خود است، اما در مراحل بعدی به تدریج از تعداد آنها کاسته خواهد شد.

منبع: شهر آر انیوز

موتورهای جستجو یا سئوی خود سرمایه گذاری کرده باشد. علاوه بر این، ریویوهای گوگل و امتیازات آنجا و همین طور ساعت کاری و شماره تماس شما می تواند خوبی سریع توجه مخاطب را جلب کند. روش دیگر برای افزایش جلب توجه، استفاده از تبلیغات کلیکی است. شبکه های اجتماعی یا روابط عمومی دیجیتال هم می توانند در مرحله اول مدل آیدا به شما کمک کنند. به طور خلاصه جلب توجه مخاطب آنلاین به معنی دیده شدن در مکان درست و زمان درست است.

## علاقه

بعد از اینکه نظر مخاطب به شما جلب شد، باید با معرفی خدمات مفید و جذاب، علاقه او را به خود جذب کنید. در این مرحله، شما هم چنان در حال اعتمادسازی هستید و هنوز زمان فروش فرانسیسه است.

در مرحله دوم مدل آیدا باید تلاش کنید راه حل خود را برای رفع نیاز مخاطب به طور کامل شرح دهید. برای این کار، باید نیازهای او را بشناسید و به او توضیح دهید چرا محصول یا خدمات شما از دیگران متمایز است. تولید محتوا بهترین روش برای عبور موفقیت آمیز در مرحله دوم است. این تولید محتوا می تواند به صورت مقالات مفید در وب سایت شما منتشر یا در پست های اینستاگرام گنجانده شود.

## تمایل

پس اینکه مخاطب به برنده و فعالیت های شما علاقه مند شد، باید این علاقه را به تمایل به خرید تبدیل کنید. اگر توانسته اید مشتری بالقوه را به دنبال کردن صفحات اجتماعی خود ترغیب کنید، اکنون باید با انتشار محتواهای کاربر محور یا UGC نتیجه استفاده از خدمات خود در میان کاربران دیگر را به رخ بکشید یا



## انواع تبلیغات موبایلی کدام‌اند و هر کدام چه کاربردی دارند؟

تبلیغات موبایلی که بخشی از مبحث دیجیتال مارکتینگ است مزایای بی‌شماری دارد که صاحبان کسب‌وکارها می‌توانند از آن‌ها بهره ببرند.

نوع محتوای تبلیغاتی می‌تواند متنی، صوتی، ویدئویی و... باشد. یکی از مهم‌ترین بسترهای تبلیغاتی موبایل، اپلیکیشن‌های گوناگون هستند که به این بازار رونقی دوچندان می‌بخشند. اپلیکیشن‌هایی که تعداد بی‌شماری به‌طور روزانه از آن‌ها استفاده می‌کنند و می‌توانند تبلیغات مختلفی را پیش چشمان مخاطبان قرار دهند.

یکی از صنایعی که می‌توان تبلیغات دیجیتال را در آن به شکل گسترشده ارائه داد، صنعت بازی‌های موبایل است. تبلیغات بازی موبایل می‌تواند مخاطبان زیادی را جذب کند زیرا سیار طرف‌دار است. منظور آن است که علاوه بر امکان نمایش تبلیغات در اپلیکیشن‌های بازی می‌توان از شیوه ساخت بازی‌های تبلیغاتی استفاده نمود.

تبلیغات قابل بازی که مناسب استفاده در موبایل هستند، هم می‌توانند برای کاربر جنبه سرگرمی داشته باشند و هم برای تبلیغ‌دهنده بالاترین بهره‌وری را حاصل کنند. تعامل و مشارکت، عنصر مهم تبلیغات و بازاریابی است و تبلیغات بازی موبایل می‌تواند بزرگ‌ترین نرخ مشارکت طبیعی را در بین تبلیغ‌دهنده و مخاطبانش برقرار نماید.

در جهانی که هر روز کاربرد ابزار هوشمندی چون موبایل بیشتر از قبل می‌شود، دیگر اهمیت تبلیغات موبایلی بر کسی پوشیده نمی‌ماند. کافی است ساعات استفاده خود از موبایل یا تبلت را با میزان استفاده از رسانه‌هایی مثل تلویزیون مقایسه کنید تا ضرورت و اهمیت دیجیتال مارکتینگ پی ببرید.

تبلیغات موبایلی که بخشی از مبحث دیجیتال مارکتینگ است مزایای بی‌شماری دارد که صاحبان کسب‌وکارها می‌توانند از آن‌ها بهره ببرند. به عنوان مثال با استفاده از امکان مشخص کردن محدوده جغرافیایی، برندها می‌توانند جامعه هدف خود را آسان‌تر پیدا کنند و بودجه تبلیغاتی خود را صرف مشتریان بالقوه در محیط اطراف خود کنند. برای آنکه بتوانید بهترین استفاده را از تبلیغات در دنیای فناوری داشته باشید، آموزش دیجیتال مارکتینگ را در برنامه خود قرار دهید تا بتوانید استراتژی‌های تبلیغات دیجیتال را به کارآمدترین و حساب‌شده‌ترین شیوه بچینید.

### تبلیغات موبایلی

هرگونه تبلیغات دیجیتال که مخصوص نمایش در موبایل‌ها و تبلت‌ها و ابزار مشابه باشد، در دسته تبلیغات موبایلی قرار می‌گیرد.

## کسب و کار هوشمند

تبلیغات ویدئویی مبتنی بر پاداش مناسب‌اند. در این اپلیکیشن‌ها، کاربر با میل و اراده خود به منظور دریافت جایزه، ویدئوی تبلیغاتی را تماشا می‌کند. جایزه را ناشرین از پیش تعیین می‌کنند. این سیاست تشویقی باعث شده در تبلیغات ویدئویی مبتنی بر پاداش، نرخ تماشای کامل ویدئو رقمی قابل اعتنا باشد.

### تبلیغات بینابینی (Interstitial)

تبلیغات بینابینی به دو صورت وجود دارد و بدون انتخاب کاربر به او نمایش داده می‌شوند و کاربر پس از گذشت چند ثانیه می‌تواند نمایش آن را متوقف کند. به این مدل، ویدئوی گذرپذیر گفته می‌شود. شکل دیگر این نوع تبلیغات، شکل بنری تمام صفحه است. این‌که ناشرین برای نمایش این نوع تبلیغ تصمیم می‌گیرند و کاربر در آن نقشی ندارد، معمولاً نرخ تماشای کامل ویدئو را پایین می‌آورد. اما می‌توان آن را مدیریت کرد.

در نهایت همان‌طور که گفته شد، مزایای بی‌شمار تبلیغات موبایل و به‌طور کلی تبلیغات دیجیتال برای هیچ فرد و یا صاحب کسب و کاری قابل چشم‌پوشی نیست. شما می‌توانید با انتخاب درست یک بستر تبلیغاتی مناسب و با تجربه در زمینه دیجیتال مارکتینگ و به‌منظور اجرا و نمایش انواع تبلیغات هوشمند، با هدف جذب کاربران موبایل و ابزار مشابه آن، نیازهای خود را در حوزه تبلیغات دیجیتال برآورده کنید و همچنین در جهت کسب درآمدی پایدار و قابل توجه برای خود گام بردارید.

منبع: برنا

### انواع تبلیغات موبایلی

#### تبلیغات همسان (Native)

تبلیغ Native یا همسان از رایج‌ترین انواع تبلیغات دیجیتال است. این نوع تبلیغ از نظر ظاهری با محتوای پلتفرمی که در آن قرار داده شده است، سازگاری دارد. ویژگی تبلیغات همسان این است که به دلیل شباهت ظاهری به محتوای اصلی، برای مخاطب آزاردهنده نیستند. حفظ یکپارچگی و هویت بصری در تبلیغات همسان تجربه کاربر را حفظ می‌کند. تبلیغات همسان از یکسو باعث جلب اعتماد مخاطبان می‌شوند و از سوی دیگر انتظارات تبلیغ‌دهنده را برآورده می‌کنند.

#### تبلیغات پیش‌نمایشی (Pre-roll)

تبلیغات پیش‌نمایشی در دسته تبلیغات ویدئویی قرار دارد و در ابتدای نمایش ویدئوها به مخاطب نشان داده می‌شوند. مشتریان بالقوه اغلب وقتی محصول موردنظر خود را در ویدئو می‌بینند بیشتر به سمت خرید ترغیب می‌شوند زیرا اعتمادشان به چیزی که می‌بینند راحت‌تر جلب می‌شود. البته تبلیغات پیش‌نمایشی ممکن است به صورت بنری باشد که پیش از شروع ویدئو به نمایش درمی‌آید و یا به شکل ویدئویی باشد که معمولاً در حدود ۵ ثانیه اول آن به نمایش در می‌آید و پس از آن، کاربر قادر خواهد بود در صورت عدم تمایل به تماشای ادامه آن، متوقف کند.

#### تبلیغات ویدئویی مبتنی بر پاداش (Rewarded Video Ad)

اپلیکیشن‌هایی که دارای پرداخت درون برنامه‌ای هستند، برای

## تکامل تحول دیجیتال



© marketoonist.com



## میل چیمپ یا میلر لایت؟ انتخاب بهترین سرویس ایمیل مارکتینگ

ایمیل مارکتینگ، ابزاری مهم و تاثیرگذار در بازاریابی دیجیتال است که می‌تواند از طریق افزایش فروش، افزایش ترافیک وب‌سایت، جلب مشتریان بالقوه و ارتباط مستمر با مشتریان فعلی به برندها و کسب‌وکارها کمک کند. از ابزار ایمیل می‌توان برای اطلاع‌رسانی، انتشار محتوا، تعامل با مشتریان و خلق ارزش برای آن‌ها استفاده کرد.

### ارتباط‌شخصی‌سازی شده

یکی از مهم‌ترین اصول در ارتباط و تعامل با مشتریان این است که از ارسال پیام‌های عمومی پرهیز کنید. در سال‌های اخیر تمایل مشتریان به دریافت چنین پیام‌هایی کمتر و کمتر شده و در عوض هر نوع شخصی‌سازی به شکل قابل توجهی واکنش و بازخورد کاربران را بهبود می‌بخشد. ایمیل مارکتینگ یکی از ابزارهایی است که به سادگی به شما اجازه می‌دهد پیام‌های این‌بوه را به صورت شخصی‌سازی و سفارشی شده ارسال کنید.

### میل چیمپ

میل چیمپ یکی از ابزارهای اجرای ایمیل مارکتینگ است که در ایران نیز به خوبی شناخته شده است. این سرویس به عنوان یک پلتفرم چندجانبه بازاریابی و ابزار ایمیل مارکتینگ و اتوماسیون بازاریابی شناخته می‌شود. میل چیمپ در سال ۲۰۰۱ آغاز به کار کرده و در آتلانتای آمریکا مستقر است.

### مزایای میل چیمپ

اگرچه میان مزایا و فوایدی که سرویس‌های گوناگون ایمیل مارکتینگ به مشتریان ارائه می‌دهند، اشتراکات زیادی وجود دارد، به طور نسبی به برخی مزایای میل چیمپ اشاره می‌کنیم:

- سازگاری با پلتفرم‌های مختلف:** میل چیمپ می‌تواند با سیستم‌های مدیریت محتوا مانند وردپرس، ووکامرس، جوملا، سامانه‌های مدیریت ارتباط با مشتری CRM سازگار و هماهنگ شود.

**• تولید فرم:** میل چیمپ به شما این امکان را می‌دهد که فرم

این روزها شرکت‌های مختلفی در دنیا سرویس ایمیل مارکتینگ و اتوماسیون بازاریابی را به کسب‌وکارها ارائه می‌کنند. برخی از این سرویس‌ها مانند میل چیمپ و میلر لایت در ایران نیز شناخته شده هستند و مدتی است که سرویس‌های ایرانی نیز برای کمک به کسب‌وکارهای ایرانی و رفع موانع پیشروی آن‌ها وارد بازار شده‌اند.

### چرا ایمیل مارکتینگ؟

استفاده از ایمیل مارکتینگ این روزها به یک جزء ضروری از استراتژی و برنامه بازاریابی کسب‌وکارها تبدیل شده است که هم برای شرکت‌های بزرگ و هم برای کسب‌وکارهای کوچک فواید و مزایای بسیاری به همراه دارد. برخی مزایای استفاده از ایمیل مارکتینگ عبارت‌اند از:

#### هزینه کم و مقرر و به صرفه

یکی از عوامل مهم در تعیین استراتژی بازاریابی و انتخاب کانال‌های مارکتینگ برای هر مدیری هزینه و بودجه‌ای است که باید به یک کانال اختصاص پیدا کند. ایمیل مارکتینگ یکی از کم‌هزینه‌ترین ابزارهای بازاریابی دیجیتال است که نرخ بازگشت سرمایه بسیار بالایی دارد. به علاوه این ابزار در عین مقرر و به صرفه بودن امکاناتی برای برقراری ارتباط مستمر و تعامل با کاربران به شما می‌دهد که به هیچ وجه قابل چشم‌پوشی نیست.

### اجرای ساده و سریع

ابزارهای ایمیل مارکتینگ اجرای کمپین را بسیار ساده‌تر از قبل کرده‌اند و با کمک آن‌ها حتی بدون دانش فنی نیز می‌توانید ایمیل‌هایی جذاب بفرستید و کمپین‌های اثرگذار طراحی کنید.

## کسب و کار هوشمند

کمپین ایمیل مارکتینگ هستند و میلر لایت نیز این امکان را برای کاربران خود فراهم کرده است.

• **ارزیابی و تحلیل نتایج کمپین‌ها:** یک جزو لاینفک هر کمپین دیجیتال مارکتینگی توجه به نتایج و آمارهای حاصل از اجرای آن است و سرویس‌های ایمیل مارکتینگ مانند میلر لایت گزارش‌های دقیق و کاملی به دست می‌دهند که می‌تواند در بهبود کمپین‌های بعدی بسیار راهگشا باشد.

### معایب میلر لایت

میلر لایت نیز مانند میل چیمپ مشکلات و محدودیت‌هایی برای کسب و کارهای ایرانی که کاربر این پلتفرم هستند، ایجاد کرده است. در ادامه به برخی از این محدودیت‌ها اشاره می‌کنیم:

• **نیاز به دریافت تاییدیه برای ثبت‌نام:** برای ثبت‌نام در میلر لایت لازم است حتماً دعوت‌نامه داشته باشید. دریافت دعوت‌نامه عموماً حدود یک هفته زمان می‌برد و ممکن است ارسال آن با مشکل نیز مواجه شود و تاییدیه‌ای دریافت نکنید.

• **تایید مالکیت دامنه:** میلر لایت در این مرحله نیز فرایند پیچیده و زمان‌بری را برای مشتریان ایجاد می‌کند که ممکن است زمان زیادی از شما صرف کند.

• **نبوذ دسترسی به پشتیبانی مناسب:** متأسفانه در استفاده از سرویس میلر لایت کاربران ایرانی نمی‌توانند به پشتیبانی خوب و کارآمدی دسترسی داشته باشند.

• **افزایش هزینه‌های ایمیل مارکتینگ:** برای خرید بسته‌های پولی میلر لایت نیاز دارید پرداخت ارزی انجام دهید و این کار علاوه بر دشواری‌های خود ممکن است هزینه‌هایی اضافی بابت درگاه‌ها و حساب‌های بانکی واسطه به شما تحمیل کند.

### سخن پایانی

در این مقاله ۲ پلتفرم ایمیل مارکتینگ را بررسی کردیم و معایب و مزایای آن‌ها را بر شمردیم. سرویس‌های میل چیمپ و میلر لایت که برای چندین سال نزد کاربران ایرانی نیز محبوب بودند، با اعمال تحریم‌ها و مشکلات مربوط به پرداخت محدودیت‌های زیادی بر سر راه کاربران ایرانی خود قرار دادند.

سرویس‌های ایمیل مارکتینگ ایرانی نه تنها این مشکلات را از مقابل کاربران ایرانی ایمیل مارکتینگ برداشته بلکه با ارائه خدمات کم‌نظری پشتیبانی و حمایت از مشتریان موفق شده اعتماد بخش بزرگی از کارشناسان دیجیتال مارکتینگ و صاحبان کسب و کارها را جلب کند.

منبع: نجوا

ثبت‌نام بسازید و در سایت یا شبکه‌های اجتماعی خود به صورت مستقیم از آن استفاده کنید و از کاربرانتان لید جمع‌آوری کنید.

• **اتوماسیون بازاریابی:** در میل چیمپ می‌توانید از قابلیت‌های ویژه اتوماسیون بازاریابی مانند خودکارسازی فرایندها، بخش‌بندی مشتریان، شخصی‌سازی و ... بهره‌مند شوید و کمپین‌های خود را هدفمندتر کنید.

### معایب میل چیمپ

سرویس میل چیمپ محدودیت‌هایی نیز مقابله کاربرانش قرار می‌دهد و در سال‌های اخیر استفاده از آن برای کاربران ایرانی به طور ویژه با موانع و دشواری‌هایی همراه بوده است. برخی از این محدودیت‌ها عبارت‌اند از:

• **مشکلات پرداخت ارزی:** با توجه به نرخ ارز استفاده از سرویس میل چیمپ برای کاربران ایرانی به لحاظ اقتصادی به صرفه نیست.

• **محدودیت دسترسی از ایران:** میل چیمپ دسترسی کاربران ایرانی و آی‌پی ایران را برای سرویس خود محدود کرده و دشواری‌های بسیاری را بر سر راه کسب و کارهای ایرانی مشتری این سرویس ایجاد کرده است.

• **نبوذ پشتیبانی مناسب:** متأسفانه استفاده از سرویس میل چیمپ در ایران به این معناست که دسترسی مناسبی به پشتیبانی برای شما پیش‌بینی نشده است و در صورت بروز سوال یا مشکل در استفاده از سرویس، حل مشکلات دشوار و زمان‌بر خواهد بود.

### میلر لایت

میلر لایت نیز یک ابزار شناخته شده در ایمیل مارکتینگ است که کاربران ایرانی نیز داشته است. این پلتفرم در سال ۲۰۱۰ تاسیس شده و در حال حاضر کسب و کارهای بسیاری در جهان از آن استفاده می‌کنند.

### مزایای میلر لایت

میلر لایت نیز همچون سرویس میل چیمپ به کسب و کارهای زیادی خدمات رسانی می‌کند و مزایایی نظیر موارد زیر را برای کاربران خود فراهم می‌کند:

• **ادیتور ساده و کاربردی و قالب‌های آماده:** با استفاده از ادیتور ایمیل دیگر نیازی به دانش تخصصی یا برنامه‌نویسی برای ساخت قالب ندارید و می‌توانید با وارد کردن عکس و محتوای مدنظر خود ایمیل را بسازید و ارسال کنید.

• **امکان ساخت صفحات فرود و فرم عضوگیری:** صفحات فرود و فرم‌های عضوگیری از عناصر اساسی برای تکمیل یک



## چگونه بیشترین سود ممکن را از استراتژی بازاریابی تجارت الکترونیک کسب کنیم؟

نمی‌گیرند (آنها برای هدفی طراحی می‌شوند). آنها اغلب با یک فلسفه بازاریابی کلی و یا یک ساختار اساسی هدایت می‌شوند. به عنوان مثال، متداول‌لوری ریاضی (Inbound methodology) می‌تواند بر یک برنامه بازاریابی تجارت الکترونیک گسترش ده اعمال شود. در این حالت، شما با استفاده از بازاریابی تجارت الکترونیک، در جهت جذب بازدیدکننده‌ها، تبدیل این بازدیدکننده‌ها به لیدر، انجام معاملات، تبدیل آنها به مشتری و در نهایت خشنود کردن آن‌ها پس از خرید محصولات و یا خدماتتان، تلاش خواهید کرد.

استراتژی‌های مختلفی وجود دارد که باید هنگام ساختن برنامه خود آن‌ها را در نظر بگیرید. در اینجا برخی از موثرترین آن‌ها که ارزش بررسی کردن را دارد، آمده است.

- استراتژی‌های بازاریابی تجارت الکترونیک
- ویلاغ
- پست‌های مهمان (Guest post) در وب‌سایت‌های دیگر بنویسید

- برنامه‌های بازاریابی ارجاعی (Referral marketing) را امتحان کنید
- از رسانه‌های اجتماعی استفاده کنید
- محتوای تولید شده توسط کاربر (User-generated content) در کنار هم قرار

چه وجه اشتراکی بین یک شمشیر کاتانا سامورایی تمام لبه ساخته شده از فولاد مشکی با کربن بالا ۱۰۶۰ و یک اثر هنری از سفینه فضایی Millennium Falcon ساخته شده از ۷۵۴۱ قطعه لگو (Lego) وجود دارد؟

اول و مهم‌ترین چیز این است که هر دو آن‌ها فوق العاده هستند. دو ما، اگر بجهه‌های زیر سه سال دارید، احتمالاً دوست ندارید که آنها با هیچ یک بازی کنند (یکی خطر خفگی دارد و دیگری یک شمشیر سامورایی می‌باشد).

سوما، شما می‌توانید هر دو را از طریق جادویی به نام دیجیتال مارکتینگ خریداری کنید (فروش آنلاین محصولات و یا خدمات). تجارت الکترونیک تقریباً یک کسب‌وکار اصلی برای شرکت‌های موجود در هر صنعتی به حساب می‌آید.

در اینجا، ما برخی از استراتژی‌های بازاریابی تجارت الکترونیک را بررسی خواهیم کرد که کسب‌وکار شما می‌تواند برای فرود (Land) و حفظ هرچه بیشتر مشتری از آن بهره ببرد.

### برنامه بازاریابی تجارت الکترونیکی

برنامه بازاریابی تجارت الکترونیک شما در اصل مجموعه استراتژی‌ها و تاکتیک‌هایی می‌باشد که برای پیاده‌سازی انتخاب می‌کنید. مؤثرترین برنامه‌ها به طور تصادفی در کنار هم قرار

## ۱. وبلاگ

برای خودتان نخواهید داشت. شاید بتوانید یکی از پست‌های فعلی یک سایت با محتوا مرتبط و یا اینفوگرافیکی که به سایت شما لینک می‌زند را گسترش دهید.

### ۳. برنامه‌های بازاریابی ارجاعی (Referral marketing)

#### ۱۱. امتحان کنید

بازاریابی ارجاعی، دو تا از قدرتمندترین موارد اساسی (بازاریابی دهان به دهان و انگیزه‌ها) را با هر استراتژی بازاریابی تجارت الکترونیک ترکیب می‌کند. یک برنامه ارجاعی تجارت الکترونیک به مشتریان این امکان را می‌دهد که پیام‌های شما را به خریداران احتمالی، نقل کنند.

تحقیقات نشان می‌دهد که بازاریابی دهان به دهان به صورت مستقیم مسئول ۱۹٪ از کل خریدها است و تا از آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ بنابراین بخش قابل توجهی از استراتژی بازاریابی تجارت الکترونیک شما باید از این روند استفاده کند. بازاریابی ارجاعی یکی از راههای انجام این کار است.

با ارائه نوعی انگیزه (مانند تخفیف یا هدیه‌ای ناچیز) به مشتریان خود در ازای مراجعته خریداران احتمالی جدید، خود را در موقعیتی قرار می‌دهید که ضمن گسترش پایه و بنیاد خود، مشتریان فعلیتان را حفظ کنید.

#### ۴. از رسانه‌های اجتماعی استفاده کنید

حضور مداوم در شبکه‌های اجتماعی مولفه‌ای ارزشمند برای یک استراتژی موفق بازاریابی تجارت الکترونیک است. با این

نگهداری از وبلاگ یکی از بهترین راههای جذب مشتری‌های احتمالی به سایت شما به صورت ارگانیک است. با ایجاد محتوای با کیفیت و مرتبط با صنعت خود، می‌توانید حس مشروعيت (قانونی بودن) و اعتماد را به خریداران احتمالی (Prospects) منتقال دهید. اگر به غریبه‌ها انگیزه‌ای برای بازدید از سایت خود ب بواسطه محتوایتان (فراتر از مطالب خاص محصول و یا خدمات خود) بدهید، علاقه ایجاد خواهید کرد که در نهایت ممکن است منجر به اقدامی بشود. صرف نظر از آنچه که می‌فروشید، حفظ وبلاگ برای سایت شما روشی مقرون به صرفه برای اثبات معتبر بودن کسب و کارتان در حوزه موردنظر است

## ۲. پست‌های مهمان (Guest post) در وبسایت‌های

### دیگر بنویسید

پست‌های مهمان، پتانسیل گسترش میزان دیده شدن آنلاین شما را دارد. نه تنها می‌تواند شما را به عنوان یک مرجع معتبر و با آتوریتی (authority) در صنعت خود معرفی کند، بلکه نوشتن پست‌های مهمان به شما اعتبار دامنه (Domain authority) بیشتری در ارتباط با سایت تجارت الکترونیکی شما می‌دهد (که سبب می‌شود که موتورهای جستجو باور کنند که سایت شما قابل اعتمادتر است و ارزش این را دارد که رتبه بالاتری داشته باشد).

می‌توانید این کار را با شناسایی سایت‌های دارای کلمات کلیدی مرتبط با محصولات خود، انجام دهید و با افراد پشت سر آنها ارتباط برقرار کنید. بعضی اوقات، حتی نیازی به ایجاد پست



© marketoonist.com

محتوای تولید شده توسط کاربر می‌تواند به اشکال مختلف باشد. یکی از موثرترین راه‌های تشویق آن از طریق مسابقات است (ارائه جوایز به مشتریانی که به‌نوعی محصول شما را تبلیغ می‌کنند). همچنین می‌توانید از هشتگ‌های تبلیغاتی در شبکه‌های اجتماعی استفاده کرده و یا پلتفرم‌های ریویو را حفظ کنید که در آن مشتریان می‌توانند نظرات خود را درباره محصول شما به اشتراک بگذارند. به هر طریقی که شده، جلب مشتریان برای تبلیغ فعالانه محصول شما به صورت خودکار، درجه جدیدی از اطمینان و منبع نسبتاً ارزانی از ترافیک احتمالی را برای سایت شما فراهم می‌کند.

به عنوان مثال، استارباکس کمپین #WhiteCupContest خود را در سال ۲۰۱۴ راه اندازی کرد. مشتریان تشویق شدند هر آنچه را که دوست داشتند روی لیوان‌های سفید این شرکت زنجیره‌ای بکشند. قرار شد که طرح‌های بزنده‌گان به عنوان الگوهای نسخه محدود (Limited edition) برای طراحی لیوان استارباکس استفاده شوند. فقط در طی سه هفته، این شرکت بیش از ۴۰۰۰ طرح پیشنهادی دریافت کرد. این اتفاق سر و صدای زیادی ایجاد کرد و به نوعی تبلیغات رایگان برای این بند به حساب آمد.

اگر در کسب و کار شما به هر نحوی امکان حضور تجارت الکترونیک وجود دارد، با کاوش و به کارگیری استراتژی‌های مختلف بازاریابی تجارت الکترونیک، سود زیادی کسب خواهید کرد. بسیاری از گزینه‌های موجود می‌توانند به همان اندازه که مقرن به صرفه هستند، ارزشمند نیز باشند.

مهم نیست که شما چگونه می‌خواهید برنامه بازاریابی تجارت الکترونیک خود را ساختاردهی کنید، مطمئن شوید که این برنامه پویا، چندوجهی و مداوم باشد. به حرکت درآوردن و راهاندازی هر یک از این برنامه‌ها به تلاش نیاز دارد، اما اگر به درستی انجام شود، این تلاش و کوشش به خوبی نتیجه خواهد داد.

منبع: آژانس دیجیتال مارکینگ گرندیما

وجود، بازاریابی تجارت الکترونیک از طریق شبکه‌های اجتماعی ممکن است مانند بازاریابی برای یک کسب و کار، برنده، پیمانکار و یا ناشر معمولی به نظر نرسد. هر بستر رسانه اجتماعی برای تجارت الکترونیک بهینه نیست.

#### استفاده از تصاویر

دیجیتال مارکینگ ذاتی یک رسانه تصویری است. تعداد بسیار کمی از مصرف‌کنندگان تمایل به خرید کالایی دارند که صرفاً متکی به متن باشد. موفقیت شما در شبکه‌های اجتماعی اغلب به استفاده شما از تصاویر برای جلب توجه و ایجاد ترافیک در صفحات محصولتان بستگی دارد. این موضوع باعث می‌شود که اینستاگرام به یکی از بهترین بسترها برای تکمیل استراتژی بازاریابی تجارت الکترونیک شما تبدیل شود.

#### محتوای تعاملی

در صورت امکان، باید محتوای shoppable (محتوای تعاملی) و مربوط به محصولات، Interactive (که به بازدید کنندگان امکان خرید فوری را می‌دهد) در استراتژی بازاریابی تجارت الکترونیک خود بگنجانید. این موضوع می‌تواند از قرار دادن تبلیغات نمایشی (Display ads) در یک خوراک (feed) اجتماعی گرفته تا افزودن تگ‌های اضافی باشد که کاربران را مستقیماً به سبد خرید هدایت می‌کند.

## ۵. محتوای تولید شده توسط کاربر (User-generated content)

محتوای تولید شده توسط کاربر، عملی برای یافتن و پروراندن روش‌های تبلیغ کسب و کار تان است. این یک روش عالی برای تسهیل بازاریابی دهان به دهان شرکت شما می‌باشد. ضمن ایجاد دنبال کنندگانی معتبر از مشتریان علاقه‌مند، ترافیک را به سایت تجارت الکترونیک شما هدایت می‌کند.

**پایگاه خبری و اطلاع رسانی**

**elececo** اقتصاد الکترونیکی [www.elececo.ir](http://www.elececo.ir)

مارکار شبکه‌های اجتماعی دنیا کنید

دفتر نشریه: ۶۶۵۲۱۲۸۳ | شماره مسئول سردبیر: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵ | تلگرام و واتساپ: ۰۹۲۱۲۷۸۹۴۰۶

ایمیل: elececo@gmail.com

جهت ارسال مقاله، گزارش و خبر: [www.DigitEco.ir](http://www.DigitEco.ir)

ماهنه  
**اقتصاد دیجیتال**

# لایحه «تراکنش‌های الکترونیکی» به دولت ارائه شد

وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات به منظور کاهش نگرانی در حوزه فضای مجازی و با هدف مدیریت عقلانی در جنبه‌های مختلف کاربردی فضای مجازی مزبور، لایحه تراکنش‌های الکترونیکی را به هیئت دولت ارائه کرد.

فضای مجازی تاثیر بسزایی در ساخت فرهنگ جامعه و به خصوص جوانان کشور دارد و عدم توجه به مولفه‌های کنترل و مدیریت فضای مجازی می‌تواند آثار مخربی در فرهنگ یک جامعه ایجاد نماید. لذا در راستای کاهش و رفع نگرانی‌های موجود در حوزه فضای مجازی و با هدف مدیریت عقلانی در جنبه‌های مختلف کاربردی فضای مجازی، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات نسبت به انجام مطالعات جامع و تخصصی با همکاری مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، پژوهشگاه قوه قضاییه اقدام نمود که برآیند مطالعات مذکور، تدوین لوایحی پنج گانه است. از جمله این لوایح، لایحه تراکنش‌های الکترونیکی است که در ۹۶ ماده تدوین شده است.

مطابق این لایحه پیشنهادی، به هرگونه فرایند خودکار یا نیمه‌خودکار به‌وسیله سامانه‌های الکترونیکی که موجب پردازش داده‌های قابل استناد رایانه‌ای می‌شود، تراکنش الکترونیکی اطلاق می‌شود. این تراکنش‌ها بر سه نوع «عمومی»، «خصوصی» و «شخصی» دسته‌بندی می‌شوند.

همچنین، تراکنش‌های الکترونیکی به سه شکل «سامانه‌های رایانه‌ای و یا مخابراتی با یکدیگر»، «اشخاص و سامانه‌های رایانه‌ای و یا مخابراتی با یکدیگر» و «اشخاص با یکدیگر» پردازش می‌شوند.

مطابق این پیش‌نویس قانونی، هر شخص حق جستجو و دسترسی به داده‌ها و اطلاعات تراکنشی راجع به تراکنش‌های الکترونیکی قابل استناد خویش را دارد، مگر اینکه قانون صراحتاً منع کرده باشد.

همچنین، دارنده داده‌ها و اطلاعات تراکنشی (همه اشخاص حقوقی و حقیقی که تراکنش‌های الکترونیکی را پردازش می‌کنند) حق ندارد داده‌ها و اطلاعات تراکنشی قابل استناد را بدون آگاهی ذی نفع آنها پردازش کند. مگر اینکه به موجب قانون اجازه چنین کاری را داشته یا رضایت صریح یا ضمنی وی را دریافت کرده یا عرفًا ظن منطقی مبنی بر وجود چنین رضایتی را داشته باشد.

علاوه بر این، دارنده مذکور موظف است رویه‌ها، فرایندها، فناوری‌ها و سامانه‌های نرم‌افزاری و یا سخت‌افزاری مطمئنی را برای نگهداری داده‌ها و اطلاعات تراکنشی ذی نفعان به کار گیرد تا صحت و تمامیت آن‌ها تضمین گردد.

هدف این لایحه شامل اعتباریخشی قانونی به تراکنش‌های الکترونیکی مانند تراکنش‌های تجاري و کسب و کار الکترونیکی، خدمات عمومی و اداری الکترونیکی و تراکنش‌های شخصی، استنادپذیری تراکنش‌های الکترونیکی در دعاوی قضایي و غیر قضایي، فراهم‌سازی پیش‌نیازهای قانونی جایگزینی دیوان‌سالاری سنتی با خدمات دولت الکترونیکی، یکپارچه‌سازی و هماهنگ‌سازی رویه‌ها و فرایندهای اعتباریخشی، اطمینان‌پذیری و استنادپذیری تراکنش‌های الکترونیکی، هم سو با رویه‌ها و فرایندهای بین‌المللی حمایت از تراکنش‌های الکترونیکی در برابر اقدامات غیرمجاز و غیرقانونی است.

منبع: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر هیئت دولت،



## آغازی بر پایان دولتهای سنتی؛ بررسی اهمیت دولت الکترونیک در عصر دیجیتال

اهمیت دولت الکترونیک در عصر دیجیتال با توجه به ساختار سنتی قدر در جامعه بررسی شده و این نتیجه تلنگری است که کرونا برای پایان دادن به دولتهای سنتی زده است.

از گذشته تا به امروز دولت به معنای بزرگ‌ترین ساختار قدرت در جامعه تعریف می‌شود. ساختاری که تمامی مناسبات سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و... افراد و گروه‌ها را مدیریت می‌کند. اگر سیاست را تخصیص آمرانه ارزش‌ها بدanimیم. دولت به عنوان متولی سیاست‌ها نقش پررنگی پیدا می‌کند. در نتیجه برای اینکه دولت با تحولات روز همگام باشد و نقش و اثرباری خود را در تحولات از دست ندهد؛ باید خود را با تحولات هر عصر و دوره‌ای همراه کند.

عصری که امروز در آن زیست می‌کنیم، عصر دیجیتال است. عصری که بیش از پیش ساختار دولت‌ها را تحت شعاع قرار می‌دهد. به طور کلی دولتهای سنتی و حکمرانی مبتنی بر کاغذ و اشخاص در عصر دیجیتال امکان بقا ندارد. این در حالی است که دولتهای مبتنی بر اطلاعات در صدد تسهیل اداره حکومت به وسیله سامانه‌های الکترونیکی هستند و تلاش می‌کنند نقش افراد را در جمع‌آوری اطلاعات در حوزه‌های اقتصادی، اداری، اجتماعی و... به حداقل برسانند.

از سوی دیگر در دولتهای الکترونیک، موضوع شفافیت به ویژه در مسائل اقتصادی به بالاترین میزان اهمیت خود می‌رسد که می‌توان با دسته‌بندی سامانه‌های شفافیت به سه گروه عمده این موضوع را تبیین کرد.

۱. جریان اسناد

۲. جریان کالا، خدمات و دارایی‌های فیزیکی

۳. جریان پول، اعتبار و دارایی‌های مالی

بحث دولت الکترونیک در کشور ایران طی برنامه‌های توسعه بهویشه برنامه توسعه پنجم پیگیری شده است. به عنوان نمونه بر اساس برنامه توسعه پنجم مسئله سلامت نظام اداری و تجارت الکترونیک مطرح شده است. در واقع طبق فصل چهارم قانون برنامه توسعه، همه دستگاه‌های اجرایی موظف هستند تا زمینه لازم را برای ایجاد بستر الکترونیکی مناسب تجاری با مواردی مانند امضای الکترونیکی و ضبط و ثبت اموال و دارایی‌ها فراهم کنند.

در بحث سلامت نظام اداری هم تمامی دستگاه‌های اجرایی موظف هستند که نسبت به اهمیت سرمایه نیروی انسانی هشیار باشند و بر اساس قانونی که در این راستا وجود دارد: قانون خدمات کشوری، کسانی که در هر یک از دستگاه‌های اجرایی استخدام می‌شوند؛ موظف به استفاده از نرم‌افزارهای سازمان‌ها می‌شوند و همین امر باعث افزایش کیفیت اجرای قوانین، کاهش اقدامات زیان‌آور کارکنان و مقامات و در آخر باعث افزایش شفافیت می‌شود.

این دو موضوع نمونه‌هایی است که سبب افزایش قدرت دولت می‌شود و ساختار دولت را دور از فساد نگه می‌دارد. امروزه با فرایند جهانی شدن و از بین رفتن مرزها، دولت به بهانه رشد و توسعه اقتصادی به حاشیه رانده می‌شود. با این حال در صحنه عمل، دولت‌ها همچنان نقش پررنگ خود را در پیشبرد اقتصاد کشورها ایفا می‌کنند.

در جامعه جهانی کشورهای پیشو از دولت قوی الکترونیکی هستند. در این دولت‌ها، تمامی صادرات و واردات در سامانه‌های تجاری تنظیم می‌شوند. از سوی دیگر هویت تمام اشخاص حقیقی و حقوقی با کدگذاری بر روی تمامی مشاغل، موقعیت‌ها، کالاها و خدمات قابل شناسایی و ردیابی است. این امر کمک زیادی به اقتصاد این کشورها کرده است. همچنین با اطلاعاتی که کشورها از این بستر بدست می‌آورند؛ می‌توان وقوع جرم و فساد را به طور محسوسی کاهش داد.

در کشور ما با تمام تاکیداتی که بر ایجاد بستر الکترونیکی وجود دارد؛ بسیاری از افراد جامعه برای انجام کارهای اداری مجبور به حضور طولانی مدت در مراکز اداری می‌شوند و در میان پیچیدگی‌های کاغذبازی، زمان‌های زیادی را از دست دهند. از سوی دیگر روش‌های سنتی معمول جمع‌آوری‌های اطلاعات در کشور ما از قبیل سرشماری، روش دقیقی نیست. همین موضوع باعث شده که در سیاستگذاری‌ها و قانون‌گذاری‌ها نتوانیم به تبیین درستی دست یابیم. به عنوان مثال در موضوع مالیات بر خانه‌های خالی از سکنه، شناخت خانه‌های خالی از سکنه و مالکانی که فارغ از نیاز شخصی و سرمایه‌گذاری محدود، به خرید و فروش خانه می‌پردازنند، در هاله‌ای از ابهام فرورفته است. از این‌رو نبود یک سامانه کارآمد برای بررسی و جمع‌آوری اطلاعات، کشور را با چالش‌های گوناگونی روبرو می‌کند. در حقیقت در بسیاری از حوزه‌های اقتصادی کشور از جمله حوزه‌های بانکی، قضایی، تجاری، گردشگری و ... بستر سامانه‌های الکترونیکی فراهم شده است، اما در اغلب حوزه‌ها این سامانه‌ها به بهره‌برداری نرسیده است.

سالانه دولت، بودجه قابل توجهی به توسعه زیرساخت‌های الکترونیک می‌پردازد. این رقم در سال ۹۷ چیزی حدود ۴۷ میلیارد و ۴۲۲ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان بوده است. در حالی که در سال ۹۸ دولت اعتبار توسعه زیرساخت‌های الکترونیک را به رقم ۷۶ میلیارد و ۱۷۰ میلیون تومان افزایش داد. در نتیجه باید گفت اهمیت دولت الکترونیک، در عصر دیجیتال غیرقابل انکار است.

از این‌رو دولت باید در راه فرآگیر شدن هرچه بیشتر سامانه‌های الکترونیکی تلاش کند. وظیفه دیگر دولت در این راستا الزام همه کارکنان و دست‌اندرکاران دستگاه‌های اجرایی به استفاده از این سامانه‌ها است. ناگفته نماند دولت الکترونیک، پیوند عمیقی با موضوع شفافیت و دوری از فساد دارد؛ به همین دلیل به قدرتمند شدن دولت و به تبع آن رفاه عمومی همه مردم می‌انجامد. در روزگاری که کشور درگیر یک نبرد تن‌به تن با کرونا است؛ ایجاد بستر الکترونیکی باید به طور جدی در دستور کار دولت قرار بگیرد.

به بیان دیگر همه دستگاه‌های اجرایی در سراسر کشور در همه حوزه‌ها باید از سامانه‌های در دسترس استفاده کنند و با بودجه‌ای که در اختیارشان قرار می‌گیرد؛ این بحث را در حوزه کاری خود پیگیری کنند. کرونا تلنگری برای پایان دولت‌های سنتی بود؛ امروز آغاز دیگری در راه است.

منبع: نشریه قدم، دانشگاه تهران، شماره دوم

# باید قوانین متناقض را از سر راه حکمرانی فضای مجازی برداریم

به گفته کارشناسان، ضرورت تحقق دولت الکترونیکی، تدوین قوانین در حوزه فضای مجازی، اصل شفافیت و آزادسازی داده‌هاست و باید قوانین متناقض را از سر راه حکمرانی فضای مجازی برداریم.

رویکرد موجب ایجاد تغییر در فعالیت شورا شده است. تعامل خوبی با نهاد ریاست جمهوری برقرارشده است که این تغییرات در نحوه حکمرانی دولت الکترونیکی به خوبی قابل مشاهده است.

## قوانین با فضای جدید منطبق نیست

دبیر شورای اجرایی فناوری اطلاعات درباره ضرورت هوشمند شدن خدمات خاطرنشان کرد: موضوعاتی که ما با آن‌ها سروکار داریم، فقط تهران هوشمند نیست بلکه مالیات هوشمند، بیمه و ... را شامل می‌شود در این زمینه این سؤال مطرح می‌شود که آیا قوانین پاسخگوی این موضوعات است؟ که باید بگوییم قوانین فعلی برای دهه‌های گذشته است و با فضای جدید منطبق نیست. ما با سازوکارهایی که ایجاد کرده‌ایم نمی‌توانیم مرزهای فضای مجازی را بشکافیم. ساختارهای ما مفهوم فضای مجازی را هضم نکرده‌اند. باقی اصل با اشاره به اهمیت الکترونیکی شدن خدمات تصريح کرد: در حال حاضر برای احراز هویت افراد مراکزی تشکیل شده است و مردم باید گاهی در صفحه‌های طولانی منتظر باشند درحالی که می‌توان از سیستم‌های هوشمند بهره گرفت و در کمترین زمان بیشترین خدمات را ارائه کرد اما در ساختارهای ما استفاده از ابزارهای هوشمند نفوذ نکرده است.

## حکمرانی داده مساوی با مقابله با فساد

وی درباره پرداخت قبوض انرژی توضیح داد: قبوض آب، برق و گاز در حال حاضر به نام کسی صادر می‌شود که از ابتدا مجوز را از اداره مربوطه دریافت کرده است. بنابراین اگر مصرف زیاد یا کم باشد، به نام فردی که قبوض به نامش صادر شده ثبت می‌شود. درحالی که قبض باید به نام بهره‌بردار یا کسی که از آن استفاده می‌کند صادر شود، به طوری که به محض خرید یا دریافت اجاره‌نامه، نام بهره‌بردار از طریق سیستم به مرکز ارسال و در قبض‌های بعد

دولت الکترونیکی به عنوان یکی از مهمترین بسترهای ارائه خدمات دولت به مردم، شفافیت فرایندها و نظارت کارآمد می‌تواند فساد را به طور جدی ریشه‌کن و توسعه پایدار جامعه را تسهیل کند. این موضوع از اصلی‌ترین مباحثی بوده که وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات از نخستین روزهای دولت دوازدهم به پیگیری و اجرای آن توجه نشان داده است.

دولت الکترونیکی به معنای مکانیزاسیون اقدامات داخلی سازمان‌ها، اتوماسیون اداری، ایجاد وب‌سایت اطلاع‌رسانی، احداث مرکز داده و یا خرید تجهیزات گران‌قیمت سخت‌افزاری بدون توجیه اقتصادی نیست، بلکه تعامل‌پذیری دستگاه‌ها شامل اتصال و تبادل را معنا می‌دهد. این روند اتصال فرایندهای بین دستگاهی و امکان نظارت دستگاه‌ها بر یکدیگر موردنظر است.

در این راستا و به نقل از وزارت ارتباطات، نشست «نقد و اندیشه» با موضوع «حکمرانی در فضای مجازی از منظر دولت الکترونیکی» با حضور رضا باقی اصل - دبیر شورای اجرایی فناوری اطلاعات - و محمد فرجود - مدیرعامل سازمان فناوری اطلاعات شهرداری تهران - برگزار شد.

باقی اصل در پاسخ به سوالی مبنی بر اینکه شورای اجرایی فناوری اطلاعات چه خدماتی ارائه می‌کند؟ گفت: شورای اجرایی فناوری اطلاعات هماهنگ‌کننده دستگاه‌های دولتی در ارائه خدمات الکترونیکی است و در اساسنامه آن کاربری فضای مجازی در امور فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی قید شده است. وقتی از دولت الکترونیکی نام می‌بریم منظور همه دستگاه‌های اجرایی سه قوه و بخش خصوصی است که این شورا وظیفه اتصال بخش‌های الکترونیکی ایجادشده را در لایه‌های مختلف دارد.

وی خاطرنشان کرد: برای نخستین بار رئیس جمهوری، ریاست شورا در پنج جلسه گذشته را به عهده داشته و مصوبات جدید این جلسات نیز برای رفع اختلافات گذشته است، بنابراین تغییر

سیاست‌گذاری ICT و مدیریت فناوری‌های این حوزه را به عهده دارد که این اقدامات با کمک بخش خصوصی انجام می‌شود. حوزه نرم‌افزار، امنیت داده‌ها و... جز وظایف این سازمان است. راهبری حوزه شهر هوشمند در شهرداری تهران و ارائه آمار و داده‌ها و تحلیل آن از جمله مأموریت‌ها در این سازمان است.

وی درباره چالش‌های الکترونیکی شدن نهادها و اهمیت ایجاد دولت الکترونیکی تصريح کرد: نکته مهم این است که ابتدا باید قوانین تدوین و تصویب و سپس توسط مخاطبان اجرا شود. دولت الکترونیکی، یک سازمان بزرگ است که باید تشکیل شود تا بخش‌های بعدی بتوانند هوشمند شوند با این روش بهره‌وری نیز افزایش می‌یابد؛ اما مشکل اینجاست که نوآوری هنوز در قانون‌گذاری رسوخ نکرده و باید اصلاح شود.

## اتصال ۴۰ سرویس برای ارائه خدمات شهری

مدیر عامل سازمان فناوری اطلاعات شهرداری تهران با اشاره به حوزه تبادل داده در بخش‌های دولتی خاطرنشان کرد: سرویس‌های زیادی خدمات خود را از بخش‌های دولتی دریافت می‌کنند، اما با این وجود هنوز در حوزه تبادل داده‌ها کارهای زیادی باید انجام شود. در حال حاضر برای یک خدمت شهرسازی در شهرداری بیش از ۴۰ سرویس به هم متصل هستند هر چه تعداد این اتصال‌ها بیشتر شود خدمات سریع تر ارائه می‌شود.

فرجود گفت: همه می‌دانند ابزارهای جدید فناورانه می‌آیند و جایگزین قبلی می‌شوند اما چند نفر آموخت و مهارت‌های لازم را دارند تا قانون‌های فناوری را بنویسند؟ فناوری سریع می‌آید و پذیرش آن در جامعه سریع انجام می‌شود و طبق آن‌هم انتظارها افزایش می‌یابد. باید فضا را برای مشارکت مردم باز گذاشت، نباید انتظار داشت دولت آخرین تجارت را در زمینه فضای مجازی خودش به تنها‌یی کسب کند.

وی خاطرنشان کرد: در شهر تهران مدیریت ترافیک دیگر از عهده نیروی انسانی برنمی‌آید بنابراین باید از ابزارهای جدید استفاده شود. اگرچه با روی کار آمدن آن‌ها یک سری مشاغل حذف می‌شود اما راهکارهایی نیز وجود دارد که با توانمندسازی افراد می‌توانیم از آن‌ها در بخش‌های دیگر استفاده کنیم. همچنین ایجاد شفافیت موجب بروز اعتماد می‌شود که کلید مشارکت است. مدیر عامل سازمان فناوری اطلاعات شهرداری تهران اظهار کرد: در زمینه هوشمندسازی همه سازمان‌ها در یک نقطه نیستند برخی‌ها جلوتر برخی عقب‌تر حرکت کرده‌اند. باید قوانین در این زمینه نوشتۀ و راه برای حرکت آن‌ها باز شود و در این زمینه به کمک دولت و بخش خصوصی با یکدیگر نیازمند هستیم.

منبع: ایسنا

ثبت شود.

دبیر شورای اجرایی فناوری اطلاعات تصريح کرد: مثال قبوض نشان می‌دهد که حکمرانی داده از موضوع نوآورانه به ضرورت تبدیل شده است و با همین روش می‌توان جلوی فساد ایستاد. تا وقتی نگاه اقتدارگرا به نحوه حکمرانی وجود داشته باشد نمی‌توان به چالش‌های جدید فضای مجازی غلبه کرد و در این زمینه مردم هم باید مشارکت داشته باشند.

با قری اصل خاطرنشان کرد: باید قوانین متناقض را از سر راه حکمرانی فضای مجازی برداریم. نمی‌شود قانونی بگذاریم که قانون دیگری را نقض کند. ۵۰ درصد خدمات دولت از جنس مجوز دهی و اعتبارسنجی است این فرآیندها تکراری است و ۵۰ درصد نیروهای دولت می‌توانند جاهای دیگر مشغول به کار شوند.

## شفافیت رکن اصلی مشارکت

وی درباره راهکار مشارکت در فضای مجازی گفت: رکن اصلی مشارکت‌پذیری شفافیت است. به عنوان مثال باید شفاف به مردم گفته شود که مالیاتی که می‌دهند در کجا هزینه می‌شود. شفافیت قوای نظارتی را تعویت می‌کند و ۸۴ میلیون نفر ناظر مسئولان می‌شوند. شفافیت ما را نسبت به خطاهای آگاه و مسیر را اصلاح می‌کند و گاهی به تصورات شخصی کارمندان دولت اثر می‌گذارد و آن‌ها هم متوجه می‌شوند باید خود را اصلاح کنند.

دبیر شورای اجرایی فناوری اطلاعات در پاسخ به سؤالی مبنی بر اینکه داده چیست و مردم چگونه در تولید آن مشارکت می‌کنند؟ بیان کرد: هر رویدادی از واقعیت داده نامیده می‌شود. در قانون برنامه ششم توسعه آمده است که باید به گونه‌ای برنامه‌ریزی شود تا سالانه ۱۲.۵ درصد مراجعات کاهش یابد و ما به دستگاه‌های مختلف نامه زدیم که تعداد مراجعان را اعلام کنند اما هیچ سازمانی اعلام نکرده است چون مراجعة را جزو داده تلقی نکرده‌اند.

با قری اصل درباره دستاوردهای سال‌های اخیر نیز گفت: شش رشته دانشگاهی در مقاطع مختلف راهاندازی شد که یکی از آن‌ها علوم داده است. می‌خواستیم دولت را مجاب کنیم تا فارغ‌التحصیلان این رشته‌ها را استخدام کند اما دولت دست خود را بسته است. ایجاد مرکز ملی تبادل اطلاعات یکی از اقدامات خوب است که ماهیانه ۱۰۰ میلیون تراکنش با ۷۳۰ سرویس دارد. اختیار داده باید از دستگاه‌ها سلب شود زیرا داده برای نظام و مردم است با استفاده از داده‌ها می‌توانیم در زمینه‌های مختلف پیش‌بینی انجام دهیم.

## نبود قوانین چالش هوشمندسازی

محمد فرجود نیز درباره عملکرد فناوری اطلاعات شهرداری گفت: سازمان فناوری اطلاعات شهرداری تهران وظیفه



## فهیم پلتفرم‌ها؟

# از رسانه تا جمهوری‌های جدید در نظام نوین سایبری

■ عباس قنبری باغستان، عضو هیات علمی دانشگاه تهران و مشاور پژوهشگاه فضای مجازی

سیر ظهور پلتفرم‌ها به مثابه رسانه و سپس گذار آن‌ها به یک موقعیت جدید در نظام نوین جهانی که به مدد فناوری‌های نوین (به‌ویژه هوش مصنوعی) حاصل شده و تقریباً تمامی نظام‌های سیاسی و حاکمیتی در نظام پساوستفالی را به چالش کشیده است.

است. در اغلب این نظام‌های تحلیلی، محتوا "پادشاه" بوده و رسانه نقش شاهزاده را ایفا می‌کرده است. در تمامی نظام‌های رسانه‌ای کلاسیک، محتوا به عنوان "پادشاه"، بر اساس مکانیسم‌های مشخص ارتباطی که نماد آن "دروازه‌بانی" نامیده می‌شد، تولید، تنظیم و توزیع می‌شده است.

در این بین، مخاطب به عنوان ضلع سوم این مثلث، دریافت‌کننده عمدتاً منفعل محسوب می‌شده است. به این اعتبار، سه‌گانه "رسانه"، "محتوا" و "مخاطب" مینا و سنتون‌های اصلی تمامی مدل‌های ارتباطی (از زمان ارسطو تا عصر حاضر) و نیز نظریه‌های مربوط به اثرات رسانه‌ها از زمان اختراع ماشین چاپ و به دنبال آن ظهور رسانه‌های کثیرالانتشار در چند قرن اخیر بوده است.

تنها در اوآخر قرن بیستم و با اختراط تلویزیون، یک تحول پارادایمی مهم در تحلیل‌های ارتباطی با مرکز بر خود مفهوم "رسانه" صورت گرفت و موضوع "رسانه" فی‌نفسه بیش از پیش مورد توجه واقع شد. مارشال مک‌لوهان، نظریه‌پرداز کانادایی، سردمندان این تحول پارادایمی مهم محسوب می‌شود. وی در کتاب "فهیم رسانه: امتداد انسان" و طرح این ایده که "رسانه پیام است"، انقلابی در مطالعات ارتباطی و رسانه ایجاد کرد.

برای فهم پلتفرم‌ها باید از چارچوب تحلیل ارتباطی رسانه‌ای فراتر رفت و آنها را در قالبی وسیع‌تر یعنی "حکمرانی پلتفرمی" تحلیل کرد که فهم آنها متفاوت، چندججه‌ی و بنیادی‌تر با ابعاد و زوایای بسیار پیچیده فنی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی است و نگاه حاکمیتی را می‌طلبد.

این روزها پلتفرم‌ها نه تنها در ایران، بلکه در عمدۀ کشورهای جهان به یکی از محورهای تنش‌زا در تحلیل شرایط سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی معاصر تبدیل شده‌اند.

با توجه به این گذار مهم، پلتفرم‌ها دیگر نه در چارچوب تحلیل‌های علمی تک‌بعدی، بلکه به‌مانند "جمهوری‌های" جدید در نظام نوین سایبری باید مورد تحلیل قرار گیرند و این مساله بیش از هر چیزی، نگاه حاکمیتی می‌طلبد.

## فناوری‌های ارتباطی نوین و گذار از سنت تحلیلی محتوا رسانه مخاطب

فناوری‌های ارتباطی همواره با مفهوم "رسانه" عجین بوده است. در حوزه مطالعات ارتباطی، به صورت تاریخی سه‌گانه رسانه محتوا مخاطب محور اصلی نظام‌های تحلیلی را تشکیل می‌داده

بروز سلاسل و علائق مختلف، ظهور گفتمان‌های متفاوت و ظرفیتی برای برای تمامی صدایها، از جمله گروه‌های حاشیه‌نشین باشد. پلتفرم‌ها در حالی که خصلت "کاربر محوری" خود را علم می‌کردند، به استناد تمثیل تاریخی "بی‌خبری کتاب‌فروش از محتوای کتاب‌های فسسه‌های فروشگاه" و با استناد به متمم اول قانون اساسی آمریکا، خود را از هرگونه نقش‌آفرینی در تولید محتوا مبرا دانستند.

به همین اعتبار، در آمریکا، به عنوان کانون ظهور پلتفرم‌ها، حتی قانونی متفاوت از قانون ساری و جاری رسانه‌ها برای فعالیت پلتفرم‌ها تصویب و اعمال شد. بند ۲۳۰ قانون "رفتار سالم در ارتباطات" مصوب سال ۱۹۹۶ آمریکا، به طور مشخص پلتفرم‌ها را از محتوا، جایی که بیشترین مسئولیت متوجه رسانه می‌شود، مبرا دانسته است. خیلی از کشورهای دیگر نیز به تبع آمریکا و تحت لوای قانون تجارت آزاد و حمایت از آزادی بیان، از ابتدا پلتفرم‌ها را از مسئولیت محتوایی مبرا دانستند و اجازه ادامه کسب و کار به آنها دادند.

## تیغ پلتفرم‌ها بر "پادشاهی" محتوا و مخاطب

با ظهور اینترنت و شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی، سنت "دروازه‌بانی" در نظام رسانه‌ای کلاسیک به تاریخ پیوست و جایگزین آن، یعنی پدیده "شهروند-خبرنگار"، به نوعی بسط و توسعه قدرت رسانه‌های جدید در فرایند ارتباط محسوب می‌شد که از قضا مخاطب را در فرایند تولید محتوا به عرش می‌رساند. پلتفرم‌ها نیز در ابتدای ظهور مناقشه‌آمیزشان، همین کارکرد و نقش شهروند-خبرنگار را برای خود دستاویز قراردادند و به خوبی هم آن را در اذهان نهادینه عمومی کردند.

حضور گسترده کش‌گران اجتماعی و مدنی در پلتفرم‌ها و مشارکت آنها در تولید محتوا، رنگ تکثرگرایی و دموکرات کردن تولید محتوا به فعالیت آنها می‌بخشید و نمایش جذابی از پادشاهی مخاطبان (کاربران) در آنها به تصویر می‌کشید.

اما در همین چند سال اخیر و با ظهور فناوری‌های نوین (به خصوص هوش مصنوعی) پلتفرم‌ها به نوعی قدرت الگوریتمی دست یافته‌اند که معنا و مفهوم "پادشاهی" محتوا را به طور کلی به حاشیه راند. این قدرت الگوریتمی مهندسی شده که بر ساخته ذهنیت صاحبان خود پلتفرم‌هاست و در قالب پروتکل‌های پیچیده اینترنتی مدام توسعه می‌یابند، ایده اصلی شکل‌گیری پلتفرم‌ها مبنی بر "ایجاد زیرساخت اجتماعی مناسب برای کنشگری مردم (کاربران) در قدرت از طریق تولید محتوا" را هم به چالش کشید. عمق این چالش را می‌توان به طور دقیق در پاسخ هوشمندانه مارک زاکربرگ در جلسه استماع کنگره آمریکا دید که ژکوندوار بر مرگ محتوا لبخند زد و گفت "هوش مصنوعی چاره کار است". در



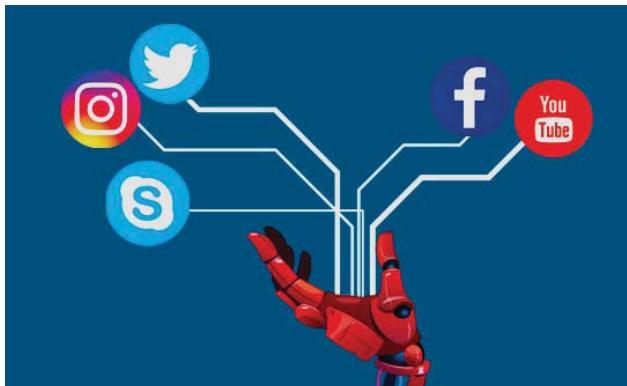
از دیدگاه مک‌لوهان رسانه به خودی خود و نه محتوایی (یا پیامی) که از سوی رسانه مطرح می‌شود، مساله اصلی است. وی معتقد بود که به طور کلی فناوری (در اینجا رسانه) توانمندی‌های انسان را بسط می‌دهد، فهم انسان را از جهان پیرامونی متتحول می‌سازد و از این طریق، به عنوان یکی از پیامدهای آن، به دنیای قبل از خود و تمامی نظام‌های وابسته به آن پایان می‌دهد.

برای مثال در حوزه ارتباطات، اختراع چاپ (ظهور روزنامه‌ها) به عصر "نطق/شفاهی" پایان داد، حال آنکه متعاقباً اختراع تلویزیون، به عصر چاپ و نوشتن‌پایان داد. در منظمه مک‌لوهانیسم، تلویزیون اوج قدرت رسانه‌ای بود که در آن دوریین فیلم‌بردار توانست برش‌های عینی از جهان واقعی را به داخل خانه‌ها و به خصوص اتاق‌های تصمیم‌گیری سیاستمداران ببرد و به این ترتیب به مفهوم "دهکده جهانی" عینیت ببخشد. بنابراین این سیر تحول و تطور در رسانه‌های جدید و اثرات آن در همه ابعاد و زوایای زندگی اجتماعی انسان بود که باعث شد مک‌لوهان مرکز ثقل توجهات ناظران و تحلیل‌گران را از "محتوا" به خود "رسانه" تغییر دهد. در مرکز این تحول پارادایمی، این ایده نهفته است که خود رسانه، فهم و درک ما از جهان را تغییر می‌دهد و این تغییر در فهم منجر به ایجاد دگ‌گونی‌های ساختاری، از جمله در حوزه سیاست و حکمرانی، در جوامع می‌شود.

## تناقض رسانه‌ای در کانتکس پلتفرم‌ها

صرف نظر از جبر تکنولوژی، پلتفرم‌ها از ابتدا و در امتداد تولد رسانه‌های نوین، ظهور نسبتاً فرینده و مناقشه‌انگیزی در جهان داشته‌اند و از قضا برخی از مفاهیم و مولفه‌های دموکراسی مدرن همچون "کثرت‌گرایی"، "چند‌صداگی"، "مرکزگریزی" و "مردم‌سالاری"، "رفع تبعیض‌های سیستماتیک" نیز دستاویز خوبی برای توسعه آنها بوده است.

ادعای "ظهور فریبکارانه" پلتفرم‌ها چندان اغراق‌آمیز و غیرواقع‌بینانه نیست. پلتفرم‌ها در ابتدای قرار بود صرفاً به عنوان یک "بستر" (به معنای صرف توزیع کننده و نه عامل تولید)، کانالی برای



اثراتی که در سطح وسیع در تمامی ابعاد و زوایای جوامع امروزی می‌گذارند، شباهتی با معنای سابق از رسانه، حتی در خوانش مک لوهانی، ندارد. این پدیده جدید رسانه‌ای از کارکرد رسانه به اعتبار "محتوا" و یا حتی "رسانه به ما هو رسانه" نیز گذار کرده و در قالب یک "ابرچالش" جدید برای تعامل کشورها، ملت‌ها و به طور کلی تمامی نظام‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی ظهرور کرده است.

به این اعتبار باید گفت برای فهم پلتفرم‌ها باید از چارچوب تحلیل ارتباطی-رسانه‌ای فراتر رفت و آنها را در قالبی وسیع تر یعنی "حکمرانی پلتفرمی" تحلیل کرد. ضمن آنکه فهم حکمرانی پلتفرم مستلزم درکی متفاوت، چندوجهی و بنیادی تر با ابعاد و زوایای بسیار پیچیده فنی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی است که به خصوص نگاه حاکمیتی را می‌طلبد.

### جمهوری‌های جدید سایبری و مختصات آن

دنيا یک‌بار در قرن هفدهم شاهد فروپاشی نظام بازمانده از دوران امپراتوری‌های باستانی (چین، ایران، عثمانی و روم) و شکل‌گیری نظم نوین جهانی براساس پیمان تاریخی وستفالی و زایش دولت‌های فعلی جهان در قالب قلمروهای جغرافیایی با مرزها و منابع مشخص بوده است. پیمان وستفالی (۱۶۴۸) در واقع سنگ بنای شکل‌گیری دولت‌های ملی و مبنای شکل‌گیری جامعه (سازمان) مدل در شکل، قالب و الگوی فعلی آن است.

در آستانه قرن بیستم با ظهور عرصه سایبری به عنوان عرصه پنجم، جهان یک‌بار دیگر شاهد شکل‌گیری نظم نوینی است که این بار از سوی پلتفرم‌ها در حال شکل‌گیری است. برخلاف نظم پساوستفالی که ساختار حکمرانی نظام‌های سیاسی به صورت سلسله مراتبی و براساس اصل تفکیک سه قوه (قانون‌گذار-دولت- قضایی) شکل گرفت؛ در نظم نوین سایبری، پلتفرم‌ها به صورت افقی- شبکه‌ای و براساس اصل وابستگی متقابل چهار لایه زیرساخت، منطقی، اطلاعات و مردم شکل گرفته و در آن استراتژیست‌های سایبری جایگزین ژنرال‌های پنج‌ستاره و دیپلمات‌های دیوان سالار شده است.

واقع منطق الگوریتمی مبتنی بر هوش مصنوعی پلتفرم‌ها، مکانیسم آرمانی "شهروند-خبرنگار" که یک زمانی مبنای شکل‌گیری آنها بود، را نیز خیلی سریع به محاقد بُرد و آخرین میخ را برتابوت "عینیت و تکثرگرایی در تولید محتوا" زد.

پژوهش پل دوغی در سال ۲۰۱۶ در قالب دو گزاره خبری، دورنمای نسبتاً وحشتناکی از این چالش بدست می‌دهد: یک اینکه به مدد هوش مصنوعی، بیش از ۴۳ درصد محتوا در پلتفرم‌ها به صورت خودکار تولید می‌شوند و دو اینکه ۸۵ سنت از هر دلاری که آنلاین مبادله می‌شود، به جیب فیسبوک و گوگل (به عنوان دو پلتفرم پیشرو) می‌رود.

فراتر از تحقیق پل دوغی، گروهی متتشکل از ۶۰ نویسنده، محقق و فعال در حوزه سایبری در کتاب "حقیقت درباره اسطوره اینترنتی"، در قالب یادداشت‌هایی، تصویر روشنی از "واقعت در پس تصویرهای غلط رایج" از نقش، عملکرد و اثرات پلتفرم‌ها در پنج حوزه "حقوق و قوانین"، "امنیت و اینمنی"، "انحصار و ادغام"، "زیرساخت و نوآوری" و "داده و آشفتگی در آن" به دست می‌دهند.

این کتاب به زبان ساده پاسخ‌های بسیار روشنگرانه، شفاف و در عین حال حیرت‌انگیز به سؤالاتی از قبیل اینکه چه کسانی پلتفرم‌ها و فناوری‌های وابسته به آن را توسعه داده‌اند؟ "فیلترینگ حبابی"؟ "اثرات استرایسند"؟ "دارک وب"؟ "آستروتورفینگ" و شهرت جعلی "چیست؟ جهت‌گیری الگوریتم‌ها و فناوری‌هایی همچون بلاکچین، نظری به نظیر، پایان به چه نحو است؟ چه اتفاقات و جریاناتی از زمان ورود کاربر به پلتفرم‌ها تا هنگام خروج از آن در ارتباط با وی به وقوع می‌پیوندد؟ رابطه تولیدکننده محتوا با پلتفرم چیست؟ چه پیامدها و آسیب‌هایی متوجه کاربران است؟ و ده‌ها سؤال دیگر می‌دهند که برخی از آنها واقعیت‌های تلخی را بر ملا می‌سازند.

از جمله این واقعیت‌ها می‌توان به اینکه "یک اقلیت ۱۰ درصدی از کاربران فعال در آمریکا، ۸۰ درصد محتوای توییتر را تولید می‌کنند"، "در اثر فیلترینگ حبابی، هیچ نتیجه استانداردی برای جست‌وجو در پلتفرم‌ها وجود ندارد"، "هر کسی می‌تواند از طریق آستروتورفینگ نمایش جاذبی از بسیج عمومی و حمایت مردمی از خود ارائه دهد" اشاره کرد. تمامی این قضایا به‌وضوح نشان می‌دهد که در کانتکس پلتفرم‌ها، محتوا، آن هم محتوای که به صورت خودکار تولید می‌شود، عملاً کارکرد کلیشه‌ای یافته و فراهم ساختن محتوا مورد دلخواه شخصی هر کاربری توسط هوش مصنوعی، مخاطب را تا حدیک "صرف‌کننده" محض تقلیل داده است.

واقعیت این است که جهان امروزی با ظهور پلتفرم‌ها، اساساً با پدیده رسانه‌ای متفاوتی مواجه است که به اعتبار ماهیت، کارکرد و

حاکمیتی ندارید ”.

در این ”دنیای آینده“ که پس از دو دهه شاهد ظهور آن هستیم، پلتفرم‌ها به‌آرامی از طریق توسعه قلمروهای انحصاری سایبری و اختصاص منابع آن به خود، در حال قدرت‌گیری و ایجاد ائتلاف‌ها و پیمان‌نامه‌های جدید ملی و بین‌المللی هستند. در عرصه داخلی، جمهوری‌های جدید سایبری (مانند گوگل، فیسبوک، اپل) ساختار سیاسی، نظام فکری و فرهنگ پلتوندی خاص خود را دارند.

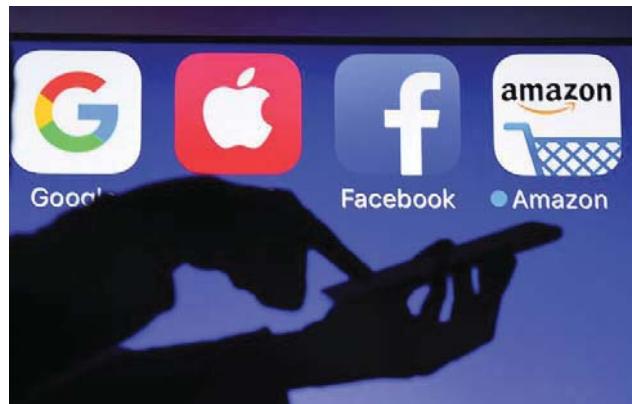
پلتوندی‌های (شهروندان) این جمهوری‌ها در درون هیچ مرزبندی کلاسیک، اعم از جغرافیایی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی یا حتی قومی، نژادی و مذهبی، قرار نمی‌گیرند. رفتار، ذهنیت و الگوی شناختی پلتوندی‌های جمهوری فیسبوک از رفتار و ذهنیت و الگوی شناختی اتباع جمهوری توییتر متفاوت است. در این جمهوری‌ها پلتوند به شرط مصرف، بر تخت پادشاهی سکنی گردیده و از طریق مکانیسم‌های شخصی‌سازی شده، بهترین و مورد علاقه‌ترین محتواها در قالب منوهای رنگین در اختیار وی قرار می‌گیرد.

در عرصه بین‌المللی نیز آنها به صورت نامرئی خطوط نظم نوین جهانی و اصول حاکم بر روابط بین‌الملل در سطوح منطقه‌ای و بین‌المللی دهه‌های آتی را ترسیم می‌کنند. روسای جمهور این کشورهای جدید (جف بزووس، بیل گیتس، مارک زاکربرگ) مدت‌ها است نغمه شکل جدیدی از حکمرانی، حکمرانی پلتفرمی، سر داده‌اند که در آن مولفه‌های کلاسیک قدرت همچون سازمان‌ها و نهادهای عریض و طویل، بروکراسی پیچیده، سازوکارهای نظامی و امنیتی و حتی دموکراسی رایج به طرز بیشتر شbahت دارد.

حاکمیت‌های سیاسی کلاسیک نیز به‌طور روزافزونی، استقلال این جمهوری‌های قدرتمند را به رسمیت شناخته است؛ رئیس جمهوری آمریکا پیش از هر مقام دیگری با روسای جمهوری فیسبوک، گوگل، مایکروسافت و اپل گلف‌بازی و با آنها قهوه سرو می‌کند، رئیس جمهوری چین بالاجبار در سفر به آمریکا، همزمان با حضور در کاخ سفید، در منزل رئیس جمهوری مایکروسافت نیز حضور می‌یابد و کشورهایی همچون دانمارک سفیر فوق العاده برای جمهوری گوگل تعیین می‌کند؛ لذا این واقعیتی است که درست همانند امپراتوری‌های کلاسیک در جهان واقعی، پلتفرم‌ها در عرصه سایبری، از طریق اکوسیستم‌های فناورانه ائتلاف‌های قدرتمندی تشکیل داده‌اند که هر نهیب آنها، لرده بر اندام حاکمیت‌ها و ساختارهای سیاسی کلاسیک در جهان می‌اندازد.

## چالش‌پلتفرم‌ها و دلالت‌های آن در نظم نوین سایبری

چالش پلتفرم‌ها تقریباً در تمامی نظام‌ها و ساختار سیاسی و حکمرانی مناقشه‌برانگیز است. به خصوص پس از انتخابات ۲۰۱۶ آمریکا، چالش‌های زیادی بر سر آینده پلتفرم‌ها و اینکه آنها دقیقاً چگونه می‌خواهند پایه‌های نظام ”دنیای آینده“ ”موعود را ترسیم



در نظم پساوستفالی، دولت‌های ملی انحصار بازیگری داخلی و بین‌المللی را در زمین، دریا، هوا و فضا در دست داشتند؛ اما در نظم نوین سایبری پلتفرم‌ها نه تنها انحصار بازیگری در عرصه پنجم را از آن خود کرده‌اند بلکه دایره و میدان بازیگری دولت‌های ملی در عرصه‌های سابق (زمین، دریا، هوا و فضا) را نیز به شدت تنگ کرده‌اند. در نظم پساوستفالی، دولت‌های ملی از طریق پیمان‌های سیاسی، ائتلاف‌های قدرت تشکیل می‌دادند به نحوی که هیچ کشوری خارج از الزامات آن یارای ادامه حیات نداشت؛ اما در نظم نوین سایبری، پلتفرم‌ها از طریق ادغام و انحصار، ائتلاف‌های جدید سایبری تشکیل می‌دهند که حتی تنها (و شاید آخرین) ابرقدرت بازمانده از نظم پساوستفالی را در تنگتا قرار داده است.

برخلاف نظم پساوستفالی که متکی بر اقتصاد صنعتی، بازار و پول بود؛ نظم نوین پلتفرمی بر اقتصاد ”داده“ استوار است و در آن ”ذخایر اطلاعاتی“ جایگزین منابع زیرزمینی، نفت، گاز و صنعت و ... شده است. در نظم پساوستفالی، عمله تبادلات مالی اقتصادی از طریق مرزهای جغرافیایی و تحت کنترل مکانیسم‌های مرکزگرا (مانند گمرک و بانک) اتفاق می‌افتد؛ اما در نظم نوین سایبری این مبادلات (رمزارز) عملتاً در قلمروهای سایبری اتفاق می‌افتد که فاقد زمانبندی و مکانمندی است و کنترلی نیز بر آن وجود ندارد. در نظم پساوستفالی، جنگ، حمله نظامی و اشغال نظامی سرزمینی مکانیسم‌های قهرآمیز و تحریم و محاصره اقتصادی ابزارهای غیرقهری برای مهار دشمنان بود؛ اما در نظم جدید سایبری، حملات سایبری به زیرساخت‌ها، جاسوسی سایبری و اشغال قلمروهای سایبری مکانیسم‌های قهری و حذف اپلیکیشن‌ها، بایکوت کسب‌وکارهای آتلاین، تولید محتوای خودکار و انحراف افکار عمومی مکانیسم‌های غیرقهری برای مهار دشمنان است.

پلتفرم‌ها به معنای واقعی کلمه معنا و مضامون ”دنیای آینده“ در بیانیه استقلال فضای سایبری (سال ۱۹۹۶) را ترسیم کرده و به آن عینیت داده‌اند؛ جایی که جان پری بارلو به هنگام قرائت آن اعلام کرد ”ای دولت‌های جهان صنعت! ای غول‌های فرسوده گوشتنالود و فولادین، من از فضای سایبری می‌آیم، خانه جدید ذهن. ما، به نمایندگی از دنیای آینده، از شما استقبال نمی‌کنیم. شما در اینجا

که نشانه‌های این گذار مهم آشکار شده و شواهد آن را می‌توان در رنگ باختن عده نزاع‌های سیاسی کلاسیک بین‌المللی بر سر منابع زیرزمینی، مزهای جغرافیایی و ظهور آن در شکل و قالب نوین سایبری و پلتفرمی دید که اوج آن را امروزه در نزاع آمریکا با چین بر سر تیکتاك، وی‌چت و هواوی شاهد هستیم.

یا بسیاری از استراتژی‌های پاسخ نظمی‌امنیتی کلاسیک که جای خود را به مناقشه و نبرد پلتفرمی داده و مصدق آن پاسخ سایبری هند به چین در مناقشه مزی اخیر از طریق حذف صدها اپلیکیشن چینی از بازار آنلاین این کشور است. با این حال، برخلاف گذارهای تاریخی گذشته، سویه مثبت این گذار پارادایمی به نظم سایبری این است که این گذار بیشتر جهشی و تکنیکال است و لازمه اصلی آن فهم حاکمیتی از مفهوم پلتفرمی و الزامات بازیگری آن در نظم نوین سایبری است.

بر این اساس می‌توان گفت حکومت‌های ملی یکبار دیگر در یک بزنگاه تاریخی تصمیم‌گیری سخت برای تعیین نقش و جایگاه خود در "دنیای آینده" موعد قرار گرفته‌اند. آنها یا باید ذیل چتر یکی از جمهوری‌های قدرتمند سایبری (گوگل، اپل، مایکروسافت، هواوی) موجود قرار گرفته و در چارچوب نقشه ائتلاف آنها بازیگری کنند، یا باید با فهم و ادراک درست الزامات بازیگری در نظم نوین جهانی، خود جمهوری‌های کوچک پلتفرمی مستقل تشکیل داده و آرام‌آرام از طریق ظرفیت‌سازی و اعتمادسازی سایبری رشد کنند و در نهایت با تشکیل ائتلاف‌های سایبری منطقه‌ای و بین‌المللی، جایگاهی برای بازیگری خود در "دنیای آینده" که اکنون فرار رسیده است، بیابند. در حالی که آثار و پیامدهای هریک از دو انتخاب فوق روشن و مبرهن است، به نظر نمی‌رسد حاکمیت‌ها و نظام‌های سیاسی کلاسیک فرصت زیادی برای اندیشیدن در انتخاب یکی از آنها داشته باشند.

کنند، ایجاد شده است. برای فهم عمیق این چالش، تمثیل شروع برآون، سناتور آمریکایی بسیار راهگشاست که گفت "دنیا همانند یک خانه است و این پلتفرم‌ها همچون کودکان لجوج و احمق بارها همه آن را به آتش زده‌اند".

طنز ماجرا اینجاست دولتی که مهد ظهور و گسترش پلتفرم‌ها بوده، خود اکنون بزرگ‌ترین چالش را با پلتفرم‌ها دارد. فقط در آمریکا، در کمتر از چهار ماه، دو فرمان اجرایی ریاست‌جمهوری مستقیماً ناظر و در ارتباط با چالش فعالیت پلتفرم‌ها صادر شده است. (فرمان اجرایی ماه می در ارتباط با اصلاح بند ۲۳۰ قانون "رفتار سالم در ارتباطات" و فرمان اجرایی ماه آگوست در ارتباط با منع فعالیت تیکتاك در آمریکا).

طی چند سال گذشته ده‌ها جلسه استماع در سنای آمریکا با حضور مدیران پلتفرم‌ها برگزار شده که آخرین آن ۲۹ ژوئیه ۲۰۲۰ بود و رسانه‌های آمریکایی از آن به عنوان "به سینخ کشیدن پلتفرم‌ها از سوی کنگره" یاد کردند. ده‌ها دادستان در آمریکا تحقیقات گستردۀ‌ای علیه پلتفرم‌ها ( فقط ۴۵ پرونده علیه فیسبوک و ۴۸ پرونده علیه گوگل تا ماه گذشته میلادی) تشکیل داده‌اند که همگی نشان‌دهنده چالش عظیم دولت آمریکا با پلتفرم‌های خودساخته است.

اگر ساده‌لوحانه چالش فیسبوک، توییتر و گوگل با دولت آمریکا را جنگ زرگری درون خانوادگی سرمایه‌داری بنامیم، چالش تیکتاك، وی‌چت و هواوی برای حکام واشنگتن، چنگ‌ودندان واقعی پلتفرم‌ها، البته از نوع چینی آن، برای قوی‌ترین دولت سرمایه‌داری است. حساب سایر ساختارهای سیاسی و حکمرانی در اقصی نقاط جهان که جای خود دارد.

جهان شاهد گذار پارادایمی مهمی از نظام پساوستفالی به نظم نوین سایبری در عرصه‌های ملی و منطقه‌ای و بین‌المللی است که در آن پلتفرم‌ها نقش بازیگران اصلی را ایفا می‌کنند. مدت‌ها است

پایگاه خبری و اطلاع رسانی

**اقتصاد الکترونیکی**  
www.elececo.ir

پایگاه خبری و اطلاع رسانی

مارکار شبکه‌های اجتماعی دنیا کنید

در

elececo  
elececo.ir  
elececoir  
elececoir

به روزترین مقالات و گزارش‌ها و آخرین اخبار

## دولت الکترونیک و شبکه ملی اطلاعات

ماهنهام

# اقتصاد الکترونیک

ماهنهام

www.DigitEco.ir

دفتر نشریه: ۶۶۵۲۱۲۸۳  
ایمیل: elececo.ir@gmail.com

جهت ارسال مقاله، گزارش و خبر: تلگرام و اتساب: ۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵  
شماره مستقیم سردبیر: ۰۹۲۱۲۷۸۹۴۰۶

ماهنهام

## اقتصاد الکترونیک

آبان ماه ۱۳۹۹ - شماره ۱۱۶ (دوره جدید ۳)

# تأثیر سامانه برنامه‌ریزی منابع سازمان در استقرار بانکداری دیجیتال



■ مصطفی راستی فر، مدیر امور راهبری شعب بانک صنعت و معدن

در این نوشتار ضمن توصیف بانکداری دیجیتال به بیان تفاوت آن با بانکداری اینترنتی پرداخته شده است. مدیر امور راهبری شعب بانک صنعت و معدن در یادداشتی به بررسی تأثیر سامانه برنامه‌ریزی منابع سازمان در استقرار بانکداری دیجیتال پرداخت.

در این یادداشت همچنین آمده است که وجود یک سیستم برنامه‌ریزی منابع سازمان (ERP)، چگونه می‌تواند در استقرار بانکداری دیجیتال ایفای نقش نماید. در این راستا مفاهیم دیگری مثل مدل کسب‌وکار و دیجیتالی شدن کسب‌وکارها، از جمله دیجیتالی شدن کسب‌وکارهای بانکی نیز مورد اشاره قرار گرفته است.

در سال‌های اخیر آرام‌آرام عبارت "بانکداری دیجیتال" در ادبیات صنعت بانکداری و همچنین عرصه توسعه فناوری رواج یافته است. در یک سال اخیر دولت و وزارت امور اقتصادی و دارایی نیز به طور خاص به آن پرداخته و یکی از چالش‌های اصلی نظام بانکی را حرکت به سوی بانکداری دیجیتال معرفی کرده‌اند. از آنجا ممکن است این عبارت با عبارات دیگری مثل بانکداری اینترنتی، بانکداری آنلاین و ... مترادف تلقی شود، لازم است در همین ابتدا تفاوت آنها تبیین گردد.

بانکداری اینترنتی شکل اولیه بانکداری دیجیتال است. در بانکداری اینترنتی (الکترونیکی) عمدتاً بر امکان نقل و انتقال وجهه، پرداخت قبوض و مدیریت حساب‌ها به صورت آنلاین تمرکز می‌شود. در حالی که بانکداری دیجیتال شامل دیجیتالی کردن همه برنامه‌ها و فعالیت‌هایی است که توسط یک بانک و مشتریان آن انجام می‌شود.

در بانکداری اینترنتی هدف اصلی استفاده از اینترنت برای انجام سریع و بدون نیاز به بانک همان امور بانکداری سنتی می‌باشد. در حالی که در بانکداری دیجیتال هدف هوشمندسازی و تعامل همه‌جانبه بانک، ذی‌نفعان و مشتریان به صورت دیجیتال است؛ لذا بانکداری دیجیتال به میزان بیشتری از انبار داده و بهویله از فراگیری ماشینی استفاده می‌کند.

تحول دیجیتال در کسب‌وکار به مجموعه اقداماتی اشاره دارد که از طریق پذیرش فناوری‌های دیجیتال باعث انجام تغییرات در سازماندهی امور کسب‌وکار و سرعت بخشیدن و انعطاف‌پذیر نمودن نظام‌های تولید و ارائه خدمات می‌شود. در مطالعات مختلف گام‌هایی برای ایجاد تحول دیجیتال در هر کسب‌وکار بر شمرده شده است.

به طور خلاصه می‌توان گفت برداشتن گام‌های ذیل در ایجاد تحول دیجیتال در هر کسب‌وکار لازم است: تمرکز بر کارکنان، تمرکز بر مشتریان، نوآوری، تصمیم‌گیری بر مبنای داده‌ها، همکاری و هم‌افزایی، فرهنگ باز، تفکر بر مبنای فناوری و بلوغ و انعطاف‌پذیری

همان طور که ملاحظه می‌شود قلب و مرکز اصلی تحول دیجیتال کارکنان هستند. آن هم همه سطوح کارکنان، از پایین‌ترین رده‌های شغلی با مدیریت ارشد و راهبران اصلی کسب‌وکار، همه می‌بایست متحول شوند. به تعبیر دیگر تحول دیجیتال صرفاً استفاده از فناوری اطلاعات نیست بلکه همه کارکنان می‌بایست بر مبنای فناوری اطلاعات متحول شوند.

برای ایجاد تحول دیجیتال در هر کسب‌وکار در گام دوم توجه به مشتری قرار دارد. اینکه مشتری مبنا و هدف اصلی هر کسب‌وکار است.

گام سوم تمرکز بر ایجاد نوآوری است. کسب‌وکارها باید بدانند بدون ایجاد نوآوری به‌زودی محکوم به خروج از بازار هستند. گام چهارم انجام کلیه تصمیم‌گیری‌ها بر مبنای داده‌ها و اطلاعات است. هم اطلاعات گذشته و هم اطلاعات آینده (که می‌تواند حاصل آینده‌پژوهی، نظرسنجی، استفاده از نظر خبرگان و ... باشد) باید در اتخاذ تصمیم‌ها نقش ایفا کنند. در واقع دوره دخالت دادن علائق و خواسته‌های شخصی مدیران در اتخاذ تصمیم‌ها گذشته است.

گام بعدی هم افزایی همه ارکان کسب و کار است. بدون انجام کار تیمی همه افراد ایجاد تحول دیجیتال میسر نمی باشد. گام بعدی داشتن فرهنگ باز است. این گام به زمان زیادی نیاز دارد. کسب و کارها می بایست توسط افرادی اداره شوند که به هیچ تفکری تعصب نداشته باشند. تفکر بر مبنای فناوری گام بعدی است. این گام ارتباط نزدیکی با گام تصمیم گیری بر مبنای داده دارد.

گام آخر نیز بلوغ و انعطاف پذیری است. این امر نه تنها می بایست در ذهن کارکنان کسب و کارها محقق شود بلکه همه فرایندهای کسب و کار نیز می بایست بر اساس انعطاف پذیری و بلوغ باز طراحی شوند.

صاحب نظران علم مدیریت بر این باورند هیچ کسب و کاری بدون داشتن مدل نمی تواند موفق عمل کند. منظور از مدل کسب و کار برنامه ای برای اداره موقفيت آمیز کسب و کار با در نظر داشتن ساختار هزينه، ساختار درآمد، نوع تولید، نحوه ارتباط با مشتریان و مباحثی از اين جنس است.

یکی از مدل های کسب و کار که مورد توجه بسیاری از اصناف قرار گرفته، بوم مدل کسب و کار استروالدر است. بر اساس پيشنهاد استروالدر همه انواع کسب و کارها از کسب و کارهای قدیمی تا کسب و کارهای جدید، کارآفرینانه و کسب و کارهایی که به دنبال ایجاد تغیيرات اساسی هستند می توانند از این مدل استفاده کنند.

**مدل کسب و کار استروالدر، از ۹ سوال اصلی تشکیل شده است:**

۱- مشتریان: برای چه کسانی ارزش آفرینی می کنیم؟

۲- ارتباط با مشتریان: مشتریان ما چه کسانی هستند؟ هر کدام از آنها انتظار چه رابطه ای با ما دارند؟ این روابط چه هزینه ای بر ما تحمل می کند؟

۳- کanal توزیع: ارتباط ما با مشتریان با استفاده از چه کانال هایی انجام می شود؟

۴- ارزش ما برای مشتریان: ما چه ارزش هایی را برای مشتریانمان خلق می کنیم؟

۵- فعالیت های اصلی: مهم ترین فعالیت هایی که برای ارائه ارزش هایمان به مشتریانمان نیاز است، کدام اند؟

۶- منابع اصلی: مهم ترین منابع ما برای انجام فعالیت های اصلی کدام اند؟

۷- شرکای کلیدی: مهم ترین شرکای ما برای منابع اصلی ما و همچنین انجام فعالیت های اصلی ما چه اشخاص حقیقی یا حقوقی ای هستند؟

۸- جریان هزینه ای: هزینه های اصلی ما برای تامین منابع اصلی و انجام فعالیت های اصلی چیست؟

۹- جریان درآمدی: مشتریان به چه میزان مایل اند در ازای دریافت ارزش هایی که برای آنها خلق می کنیم، پول بپردازنند؟ از سوالات فوق مشخص می شود همه متغیر هایی که می توانند بر روی اداره موقفيت آمیز یک کسب و کار موثر باشند در این مدل موردن توجه قرار گرفته است.

سال هاست که استفاده از تکنولوژی های نوین در انواع بنگاهها و نهادها به ویژه نهادهای مالی و پولی مثل بانک ها، بیمه ها، بازارهای بورس اوراق بهادار و بورس کالا رواج دارد. بسیاری از خدمات مالی توسط این نهادها با استفاده از این گونه فناوری ها ارائه می شوند. با این حال استفاده از فناوری های نوین لزوماً به معنی تحول دیجیتال در این گونه نهادها نمی باشد. هر چند که در خصوص مفهوم تحول دیجیتال در قسمت قبل توضیحات مختصراً ارائه شد لیکن لازم است در خصوص مشخصه های تحول دیجیتال در سیستم بانکی نیز توضیحاتی ارائه شود.

با الهام از مباحث قسمت قبل می توان گفت تحول دیجیتال در سیستم بانکی به معنی تغییر در نوع تعامل با کلیه ذی نفعان سیستم بانکی بر مبنای تغییرات دیجیتالی است. اهم ذی نفعان نهادهای مالی به ویژه سیستم بانکی شامل عموم مردم، دولت، نهادهای ناظر، مشتریان، کارکنان، نهادهای همکار، مصرف کنندگان تحلیل های مالی و فین تک ها است.

تحول دیجیتال در سیستم بانکی مجموعه اقداماتی است که تعامل با ذی نفعان نه گانه فوق الذکر را با استفاده از فناوری های نوین میسر سازد. در واقع تحول دیجیتال باعث ایجاد شفافیت حداکثری در سیستم بانکی می شود. البته این تحول از یک طیفی برخوردار است که یک طرف آن از فرایندهای مبتنی بر مستندات کاغذی (عدم تحول) آغاز و به انجام همه امور بانک بر مبنای فناوری های نوین و بدون استفاده از مستندات کاغذی ختم می شود.

برای اینکه از هدف اصلی این نوشتار دور نشویم لازم است توضیحاتی در خصوص سیستم های برنامه ریزی منابع سازمان (ERP) ارائه شود. برنامه ریزی منابع سازمان شامل طیف وسیعی از فعالیت ها است که انجام آنها به بهبود عملکرد سازمان منتهی می شود. به تعبیر دیگر مجموعه اقداماتی است که توأم ان منابع مختلف سازمان را در راستای اهداف استراتژیک آن مدیریت می کند. هر چند که اغلب تعریف برنامه ریزی منابع سازمان به یک نرم افزار جامع فروکاسته می شود لیکن این نوع برنامه ریزی در واقع

## بانکداری دیجیتال

نوعی تفکر است که البته با توسعه فناوری‌های نوین انجام آن با سهولت بیشتری امکان‌پذیر شده است. سیر تکامل برنامه‌ریزی منابع سازمان از دهه ۱۹۶۰ میلادی تاکنون به طور خلاصه به شرح زیر است:

دهه ۱۹۶۰: بسته‌های کنترل موجودی

دهه ۱۹۷۰: برنامه‌ریزی احتیاجات مواد (MRP)

دهه ۱۹۸۰: برنامه‌ریزی منابع مواد (MRP2)

دهه ۱۹۹۰: برنامه‌ریزی منابع سازمان (ERP)

دهه ۲۰۰۰: ERP توسعه‌یافته

همان طور که ملاحظه می‌شود با گذشت زمان توسعه علم مدیریت همراه با پیشرفت فناوری منجر به شکل‌گیری و توسعه برنامه‌ریزی منابع سازمان شده است. شرکت‌های متعددی در دنیا وجود دارند که برنامه‌های جامع ERP را تولید و به بازار ارائه می‌نمایند. این برنامه‌های کاربردی معمولاً شامل چندین زیربرنامه کاربردی دیگر است که هر یک از آنها بخش‌های مختلف سازمان را پوشش می‌دهد.

اکنون لازم است به این موضوع پرداخته شود که برنامه‌ریزی منابع سازمان در سیستم بانکی به چه معنی است. سیستم بانکی در تعریفی اولیه به عنوان نهادهای واسطه پول میان سپرده گذاران و سرمایه‌گذاران ایفای نقش می‌کند. در این نقش واسطه هر یک از طرفین می‌توانند حجم زیادی از تقاضاهای مختلف داشته باشند که سیستم بانکی تلاش می‌کند برای ایجاد درآمد (کارمزد) بیشتر تا جایی که می‌تواند تامین کننده آن تقاضاهای باشد.

با این توضیحات می‌توان گفت ERP سیستم بانکی باید دربرگیرنده تشکیلات سازماندهی، آموزش، امور رفاهی، امور ساختمان، املاک و مستغلات، خرید و تدارکات، لجستیک و اموال، فناوری اطلاعات و ارتباطات، روابط عمومی و امور مشتریان، امور حراسی، نظارتی و پدافندی، قراردادها، امور مالی و حسابداری، شرکت‌های وابسته، مدیریت فرایندها، ارزیابی عملکرد، گزارش‌دهی به هیئت‌مدیره، امور پرسنلی و احکام حضور و غیاب و حقوق و دستمزد باشد.

توضیحات مذبور همه منابع و فرایندهای یک بانک (با تأکید بر بانک‌های ایرانی) را در بردارد. برنامه‌ریزی منابع یک بانک ایرانی می‌بایست بر پایه فناوری‌های نوین بتواند همه امور فوق را تحت کنترل داشته و همواره گزارش‌های کلیدی و تصمیم‌ساز به هیئت‌مدیره بانک ارائه نماید.

### برنامه‌ریزی منابع سیستم بانکی در راستای تحول دیجیتال

تا اینجا بحث به طور مختصر توضیحاتی در خصوص مفاهیم "برنامه‌ریزی منابع سازمان"، "مدل کسب و کار"، "تحول دیجیتال در مدل کسب و کار"، "تحول دیجیتال در سیستم بانکی" و "برنامه‌ریزی منابع در سیستم بانکی" ارائه شد. اکنون با ترکیب همه توضیحات ارائه شده می‌توان گفت برنامه‌ریزی منابع سازمان (ERP) در بانکی که در مسیر استقرار بانکداری دیجیتال قرار دارد باید شامل موارد ذیل باشد:

• تقسیم‌بندی کلیه فرایندهای کسب و کار بانک در قالب گروه‌های فرایندی

• در نظر گرفتن رویکردها و نیازهای اکوسیستم بانکداری دیجیتال در طراحی (باز طراحی) کلیه فرایندها با نگاه شفاف‌سازی، ساده‌سازی و چابک‌سازی

• تولید و توسعه سرویس‌های لازم برای بهره‌برداری کلیه کاربران از همه بسترهای دیجیتالی

• تعامل دوسویه با ذی‌نفعان در جهت بهبود مستمر فرایندهای کسب و کار و ارائه خدمات نوآورانه

• ایجاد قابلیت هوشمندسازی و یادگیری ماشینی با استفاده از انبارهای داده برای ایجاد امکان ارائه خدمات مشاوره‌ای و تحلیلی با این توضیحات در اکوسیستم دیجیتال ERP بانک و سامانه کوریانکینگ آن بانک باید ارتباط تنگاتنگ داشته باشند. کلیه فرایندهای ارائه خدمات می‌بایست به سطحی از بلوغ و چابکی رسیده باشد که بتواند با ایجاد شفافیت برای همه ذی‌نفعان نیازهای همه آنان را با سرعت و سهولت برطرف نماید. برای این منظور سرمایه‌گذاری‌های هنگفتی در زمینه ذخیره‌سازی داده‌های بزرگ و ارائه مدل‌های تجزیه و تحلیل داده‌های بزرگ ضرورت دارد. به گونه‌ای که این تجزیه و تحلیل‌ها به افزایش دانش سازمانی برای ایجاد سرعت و چابکی در فرایندهای تعامل با ذی‌نفعان منجر شود.

منبع: نشریه ویکی بانکداری دیجیتال



## نقش پذیرش دیجیتال در ارتباط توسعه صنعت پرداخت و رشد اقتصادی

گزارش کارشناسی نقش پذیرش دیجیتال در ارتباط توسعه صنعت پرداخت و رشد اقتصادی از سوی پژوهشکده پولی و بانکی منتشر شد.

زیرساخت‌ها را از حیث کارایی تکنیکی طبقه‌بندی کرد و معیاری از سطح توسعه نظام پرداخت بدست آورد.

اولین سوال پژوهش حاضر بررسی ارتباط سطح توسعه نظام پرداخت و بخش حقیقی اقتصاد است. با توجه به ادبیات، نیاز به کاهش هزینه مبادله و پیشرفت‌های فنی و تکنولوژیکی دو پیشران در توسعه نظام‌های پرداخت بوده است. تجربه تاریخی نشان می‌دهد که وجود چنین نیازهایی همراه با پیشرفت‌های فنی در این حوزه تحقق نظام‌های جدید را ممکن ساخته است.

در این پژوهش از یک‌طرف به تبیین جایگاه نظری نظام پرداخت در توسعه مالی و ارتباط آن با رشد اقتصادی و توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی و رویکردهای جدید در دیجیتال‌سازی فرایندها و غیره می‌پردازیم؛ از طرف دیگر، بررسی ارتباط تجربی تحول شاخص‌های توسعه در این نظام با رشد اقتصادی را بررسی می‌کنیم.

سوال دوم این پژوهش نقش میزان پذیرش دیجیتال در رابطه میان توسعه صنعت پرداخت و رشد اقتصادی است. سوال مهم در این بخش آن است که آیا بهبود شاخص‌های پذیرش دیجیتال که نشانگر گستردگی استفاده از این فناوری در یک کشور است می‌تواند ارتباط میان توسعه صنعت پرداخت و رشد اقتصادی را

پژوهشکده پولی و بانکی آخرین گزارش کارشناسی خود درباره "نقش پذیرش دیجیتال در ارتباط توسعه صنعت پرداخت و رشد اقتصادی" منتشر کرد که در مقدمه این گزارش آمده: زیرساخت‌های مناسب صنعت پرداخت برای افزایش کارایی موسسات مالی و بازارهای مالی، جلب اعتماد مصرف‌کنندگان و تسهیل تعاملات اقتصادی و تجارت کالاهای خدمات ضروری است (حسن و همکاران، ۲۰۱۳، کوکولا، ۲۰۱۱، کمیته سیستم‌های پرداخت و تسويه، ۲۰۰۳).

همان‌طور که هامفری (۱۹۹۶، ص. ۹۱۴) می‌نویسد، «سیستم پرداخت یک کشور همان چیزی است که باعث می‌شود بازارهای حقیقی و مالی کار کنند». با این حال، این سیستم چندان مورد توجه اقتصاددان‌ها قرار نگرفته است (کان و رابردز، ۲۰۰۹). مقاله حاضر در بحثی نظری و مطالعه‌ای آماری به بررسی ارتباط توسعه نظام پرداخت با بخش حقیقی با تأکید بر نقش پذیرش دیجیتال می‌پردازد.

سیراسینو و گراسیا (۲۰۰۸) نظام پرداخت را زیرساخت‌هایی (شامل موسسات، ابزارها، قواعد، فرایندها، استانداردها، و ابزارهای فنی) معرفی می‌کنند که به هدف مبادله ارزش پول بین طرفین برای انجام دادن تعهدات متقابل ایجاد شده‌اند. به عقیده آن‌ها، با مقایسه هزینه انجام دادن مبادرات و رسیکهای مرتبط می‌توان

مرور ادبیات، کاردونا و همکاران (۲۰۱۳) را ببینید). سومین نوع ارتباط متقابل در موضوع موردبحث، بین توسعه مالی و فناوری‌های نوین تعریف می‌شود. ادبیات در این حوزه نیز به رابطه علیت دوطرفه اشاره دارد. سیستم مالی کارا می‌تواند فرایند ورود تکنولوژی‌های جدید را تسهیل کند (لوین، ۱۹۹۷) که البته می‌توان بخشی از این فناوری‌های وارداتی را متعلق به حوزه IT یا ICT وغیره دانست. از طرف دیگر، تاثیر فناوری‌های جدید بر توسعه مالی بیشتر مربوط به کشورهای در حال توسعه می‌شود و بر بحث شمال مالی تمرکز دارد (مثلاً چامیو و همکاران ۲۰۱۹) یا بانسال (۲۰۱۴) را ببینید.

با تکیه بر ارتباط‌هایی که توضیح داده شد، بخش نظری در این مطالعه بر جایگاه توسعه نظام پرداخت در توسعه مالی تأکید می‌کند. این بدان معناست که ارتباط نظام پرداخت با رشد اقتصادی را از کanal ارتباط آن با توسعه مالی و فناوری‌های جدید و وضعیت پذیرش آنها دنبال می‌کنیم. پیرو این ارتباط غیرمستقیم میان توسعه نظام پرداخت و رشد اقتصادی، در بخش تحریبی به معنادار بودن ضریب شاخص‌های مختلف توسعه نظام پرداخت بر رشد اقتصادی می‌پردازیم. با توجه به اینکه این موضوع نیازمند معرفی شاخص‌های توسعه نظام پرداخت است، بنابراین، یکی از زیربخش‌های این مقاله به معرفی این مفهوم اختصاص می‌یابد. پس از تبیین آماری این ارتباط، نقش پذیرش دیجیتال در تخمین رگرسیون‌ها بررسی می‌شود.

همچنین در بخش نتیجه‌گیری این گزارش کارشناسی نیز آمده: ارتباط نظام پرداخت با رشد و رفاه اقتصادی در سال‌های دورتر کمتر مورد توجه جریان اصلی در علم اقتصاد قرار گرفته بود. علت این موضوع را می‌توان حاکم بودن مفاهیم بسیار بالاهمیتی نظری «توسعه مالی» و «رشد تکنولوژی» در حوزه مدل‌های رشد اقتصادی دانست که از لحاظ مفهومی قرابت زیادی با رشد نظام پرداخت دارد و توجه به مفاهیم این چنینی نیاز بررسی اثر توسعه نظام پرداخت را به‌طور مستقل کمتر می‌کند. این مطالعه با این هدف انجام شد که در سایه این مفاهیم بالاهمیت، اما کلی، نگاهی دقیق‌تر و جزئی‌تر به زیرساخت‌های صنعت پرداخت و اثرگذاری آن انداده شود.

بر اساس نتایج برآورده مدل‌های بین‌کشوری، می‌توان چنین استنباط کرد که توسعه زیرساخت‌های صنعت پرداخت در رشد بخش حقیقی اقتصاد اثر معنی‌داری دارد. البته شاخص‌هایی که اثر معنی‌داری در رشد اقتصادی دارد، شامل نسبت تراکنش‌های غیرنقدی غیرچک به GDP، سهم چک از تراکنش‌های غیرنقدی، و نسبت تراکنش‌های اینترنت و موبایل بانک به GDP است.

البته در این مطالعه، اثر معنی‌داری برای متغیرهای کل تراکنش‌های غیرنقدی به GDP و تعداد پوزها یافت نشد. با توجه

تقویت کند یا خیر؟ پاسخ به این سوال از آن جهت مهم است که بهبود این شاخص می‌تواند هدف سیاست‌گذاری مناسبی برای تصمیم‌گیران قرار دهد، تا علاوه بر تاکید بر توسعه زیرساخت‌های صنعت پرداخت، به عوامل سمت تقاضا بالاخص ارتقا شاخص‌های پذیرش دیجیتال مخصوصاً در نواحی کمتر توسعه یافته نیز تمرکز کند.

در دو دهه گذشته، یکی از اهداف اصلی سیاست‌گذاری اقتصاد کلان، یعنی ایجاد رشد پایدار اقتصادی با دو تحول دیگر، یعنی دیجیتال‌سازی و توسعه نظام مالی همراه شده است. این موضوع در کشورهای در حال توسعه نمود بیشتری پیدا کرده است؛ بنابراین، ارتباط نظام پرداخت با بخش حقیقی اقتصاد را می‌توان از منظر توسعه مالی و رشد فناوری ارتباطات و اطلاعات، و پذیرش دیجیتال بررسی کرد.

سابقه ارتباط توسعه مالی و رشد اقتصادی در ادبیات نسبتاً قدیمی است. بخشی از ادبیات به وجود رابطه‌ای مثبت از سمت توسعه مالی به رشد اقتصادی اشاره دارد (گلدسمیت، ۱۹۶۹؛ لوین، ۲۰۰۵، ۲۰۰۱). اصولاً کانالی که در این خصوص معرفی می‌شود، افزایش سطح فعالیت‌های اقتصادی، بهره‌وری، و تشکیل سرمایه در اقتصادهای دارای سیستم‌های مالی توسعه یافته‌تر است.

در حالی که میلر (۱۹۹۸، ص. ۱۴) می‌نویسد: «نقش بازارهای مالی در رشد اقتصادی آنچنان واضح است که نباید آن را در بخش جدی وارد کرد»، به عقیده برخی دیگر، این گزاره چندان درست نیست و جهت علیت به درستی تشخیص داده نشده است. به عنوان مثال، راینسنون (۱۹۵۲، ص. ۸۶) به این نکته اشاره می‌کند که میان توسعه مالی و رشد اقتصادی ارتباط وجود دارد، اما توسعه مالی در پاسخ به تقاضای «بخش حقیقی» ایجاد می‌شود و خود عامل ایجاد رشد اقتصادی نیست (لوین ۲۰۰۵) و زاگرچف و همکاران (۲۰۱۱) را ببینید). وقتی یک طرف تحلیل مفهوم‌های جدیدتر نظری فناوری ارتباطات و اطلاعات یا دیجیتال‌سازی فرایندها قرار می‌گیرد، به دلیل آنکه اصولاً این مفاهیم نسبتاً جدید است، با ادبیات جدیدتری مواجه می‌شویم.

یورگنسان (۲۰۱۱) نتیجه می‌گیرد که کاهش قیمت محصولات (کامپیوتر و نیمه‌رساناهای) به منزله افزایش رشد بهره‌وری در سطح صنعت است. مطالعات دیگری نیز به نقش مثبت فناوری‌های نوین در ارتباطات و اطلاعات در افزایش بهره‌وری اشاره دارد. البته فارغ از نتیجه کلی تقریباً یکسان، در این ادبیات نوع تعریف تکنولوژی متفاوت است.

مطالعات بر مخابرات بی‌سیم، یا اینترنت، یا صنعت کامپیوتر شامل ساخت افزارها و نرم‌افزارها وغیره تمرکز می‌کند. همچنین این مطالعات در سطح بنگاه، صنعت، یا کشور انجام می‌شود (برا

کشورهای با درجه پایین، متوسط، و بالا پذیرش دیجیتال مورد ارزیابی قرار گرفت. بر اساس نتایج، پذیرش بیشتر دیجیتال باعث می‌شود که رابطه مثبت بین توسعه نظام پرداخت و رشد اقتصادی تداوم داشته باشد.

در این مطالعه به معروفی ابعاد مختلف توسعه صنعت پرداخته، وضعیت آمارهای موجود و همچنین به بررسی وضعیت ایران در میان اقتصادهای بین‌الملل نیز پرداخته شد. بر اساس آمار موجود، اگرچه در ۱۰ سال اخیر صنعت پرداخت کشور از نظر تمام شاخص‌ها پیشرفت کرده است، این پیشرفت در برخی حوزه‌ها متناسب با سایر کشورها و در برخی حوزه‌ها کمتر از کشورهای مشابه بوده است. برخی از چالش‌هایی که با نگاه به آمار صنعت پرداخت می‌توان به آن اشاره کرد عبارت‌اند از:

- با توجه به اینکه استفاده از آرتی‌جی‌اس در پرداخت‌های کلان در کشور رشد کرده است، اما نسبت به سایر کشورها هنوز سهم سامانه‌های تسویه قدیمی در پرداخت‌های کلان در کشور ما بالاست.

- افزایش بیش از حد دستگاه‌های پایانه فروش که نشان‌دهنده نوعی تورش در گسترش زیرساخت‌ها و اتفاف منابع بشمار می‌آید و لزوم یکپارچه‌سازی این دستگاه‌ها را نشان می‌دهد.

- علی‌رغم رشد قابل ملاحظه در سهم ابزارهای پرداخت نوین مانند تراکنش‌های اینترنت و موبایل بانک از تراکنش‌ها در این شاخص نسبت به سایر کشورها عقب‌تر هستیم.

- سهم چک به عنوان ابزار پرداخت غیرنقدی که کمترین کارایی را دارد از کل تراکنش‌های غیرنقدی در یکدهه گذشته به طوری محسوس کاهش داشته است؛ اما مشاهده آمار کشورهای مشابه نشان می‌دهد که این نسبت همچنان در کشور بالاست.

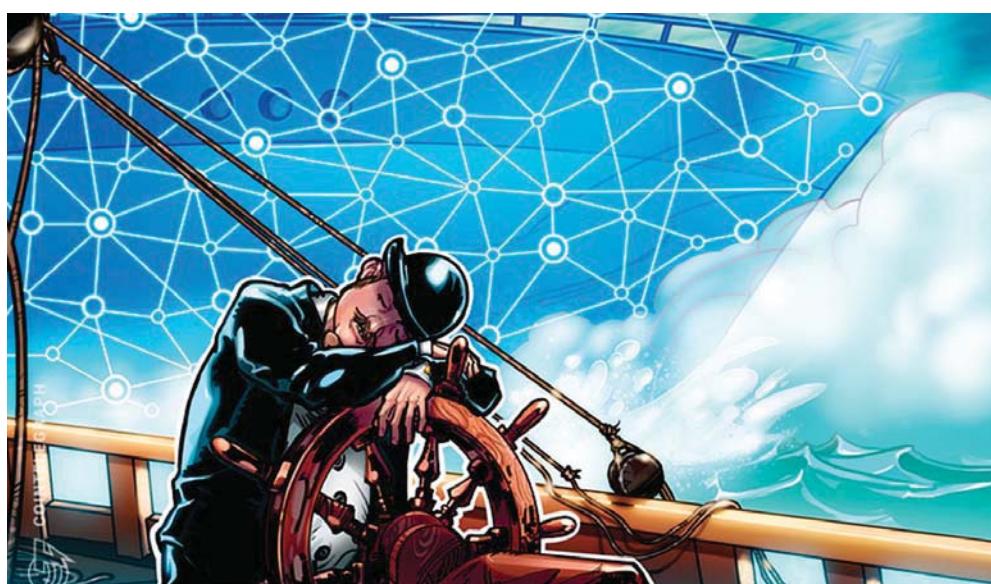
منبع: اینجا

به معنی‌داری و علامت متغیرها می‌توان گفت که گسترش استفاده از ابزارهای غیرنقدی و کاهش استفاده از پول نقد در پرداخت‌ها تنها در صورتی می‌تواند منجر به رشد اقتصادی شود که با گسترش ابزارهای غیرنقدی با کارایی بالا (یعنی اینترنت بانک و موبایل بانک) همراه باشد. همچنین، حرکت از ابزارهای غیرکارآمد به سمت ابزارهای کارآمدتر (مثلًا کاهش سهم چک) می‌تواند اثر مثبت و معنی‌داری در رشد داشته باشد.

به علاوه، اثر نسبت اسکناس و مسکوک در دست اشخاص به M1 که به نوعی میزان استفاده مردم از ابزار نقد در پرداخت‌ها را نشان می‌دهد نیز در رشد اقتصادی اثر منفی و معنی‌دار دارد. یعنی هرچه ابزارهای غیرنقدی بیشتر افزایش پیدا کند و توسعه صنعت پرداخت در کشوری بیشتر شود، سهم اسکناس و مسکوک نیز کاهش می‌باید و این می‌تواند از کانال کاهش هزینه مبادلاتی منجر به رشد اقتصادی شود.

باید توجه داشت که برداشت فوق‌الذکر از آزمون‌های تجربی با محدودیت‌هایی همراه است. مهم‌ترین آن مشخص نبودن چرخه علیت است. آیا توسعه نظام‌های پرداخت است که موجب رشد اقتصادی است یا تفسیری وسیع بر از نوع شومپتری از موضوع با نیاز بیشتر به کاهش هزینه مبادله در فرایند رشد اقتصادی و انبساط سرمایه زمینه و تقاضا برای نوآوری فنی در صنعت پرداخت ایجاد می‌شود و انگیزه‌های اقتصادی کارآفرینان مکمل پیشرفت‌های فنی می‌شود و نوآوری در صنعت پرداخت متحقق و استفاده از آن در اقتصاد انتشار می‌یابد.

پیرو نتایج اولیه مطالعه مبنی بر اهمیت کارآمدی ابزارهای پرداخت، در این مطالعه ارتباط متقابل توسعه صنعت پرداخت و پذیرش تکنولوژی نیز مورد بررسی قرار گرفت. بر این اساس، رابطه بین شاخص توسعه نظام پرداخت (میزان اسکناس و مسکوک در دست اشخاص به M1) با رشد اقتصادی به طور جدگانه در



# بانک‌ها تا ۲ سال دیگر کاملاً مجازی می‌شوند حذف کارت بانکی فیزیکی

معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی با اعلام اینکه در تلاش هستیم تا یکی دو سال آینده نوبانک را در کشور اجرا کنیم، گفت: نوبانک نوعی از بانکداری دیجیتال است که دیگر با آن بانک‌ها شعبه نخواهند داشت و کاملاً مجازی می‌شوند. همچنین، به دنبال پژوهه‌ای هستیم تا کارت بانکی فیزیکی حذف شود و بر روی موبایل قرار گیرد و دیگر نیازی به حمل آن نباشد.

به گزارش ایسنا، مهران محربیان در یک برنامه تلویزیونی از پیشرفت‌ها، چالش‌ها و خدمات ویژه بانکداری الکترونیک گفت و توضیح داد: مردم، نرمافزار موبایل بانک و آدرس سایت و درگاه ورودی اینترنت بانک را از محل مناسب دریافت کنند، تاکید کرد: متأسفانه این روزها بسیاری اینترنت بانک را از طریق گوگل و سایر جستجوگرهای جستجو می‌کنند و سپس بر اساس الگوریتم‌هایی که توسط افراد کلاهبردار استفاده می‌شود، سایتی کاملاً مشابه با درگاه یا سایت واقعی در نتایج نمایش داده می‌شود و پس از آن با ورود اطلاعات توسط مردم، حسابشان خالی می‌شود.

معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی گفت: درگاه‌هایی که در زمینه شرط‌بندی و قمار و ... استفاده می‌شوند، عمدتاً اجاره‌ای هستند. باید هشدار دهم که این کار غیرقانونی است و متأسفانه افراد با دریافت مبالغی درگاه را در اختیار دیگران قرار می‌دهند. در حال حاضر شناسایی هوشمند درگاه‌ها را در دستور کار داریم و کارگروه‌هایی را فعال کردیم و همکاری نزدیکی با پلیس فتا و دادستانی در این زمینه داریم. برخورد با این مسئله به دلیل حجم و گستردگی آن برای ما حائز اهمیت است و این نوید را می‌دهم که بهزادی شاهد این قبیل سایت‌ها نباشیم.

محربیان در پایان با بیان اینکه دو فناوری هوش مصنوعی و کلان داده (big data) موجب تحول بانکداری جهانی است، خاطرنشان کرد: در فناوری هوش مصنوعی، درگاه‌های بانکی و همچنین تحلیل و پردازشی که در ادارات مرکزی بانک‌ها انجام می‌شود به صورت هوشمند است. به طور مثال برای احراز هویت از این فناوری در این زمینه می‌توان بهره گرفت.

به گزارش ایسنا، مهران محربیان در یک برنامه تلویزیونی از پیشرفت‌ها، چالش‌ها و خدمات ویژه بانکداری الکترونیک گفت و توضیح داد: مردم، نرمافزار موبایل بانک و آدرس سایت و درگاه ورودی اینترنت بانک را از محل مناسب و معتبر دریافت کنند، تا قربانی سودجویان و کلاهبردان نشوند.

وی افزود: شمول مالی (financial inclusion) به این معناست که چه درصدی از مردم حساب بانکی دارند و از خدمات بانکی و بهخصوص خدمات بانکداری الکترونیک بهره‌مند شوند. خوشبختانه در این زمینه ما جزو کشورهای خوب دنیا هستیم. برای مثال در دورترین نقاط کشور دسترسی به این شبکه با هیچ محدودیتی مواجه نیست.

محربیان ادامه داد: نوبانک‌ها (neobank) نوعی از بانکداری دیجیتال هستند؛ بدین معنا که بانک، دیگر شعبه ندارد و کاملاً مجازی است. برای مثال در آسیا ۱۱ بانک به این سبک وجود دارد. ما نیز در تلاشیم بانک‌هایی از این دست طی یک یا دو سال آینده داشته باشیم.

به گفته معاون بانک مرکزی در دنیا و نیز در ایران راه حل فنی برای تجمعی کارت‌های بانکی بر روی یک فضا در دسترس است اما مسئله عده مسائل کسب‌وکاری و حقوقی است که مانع از این امر می‌شود. به دنبال پژوهه‌ای هستیم که به‌واسطه آن فیزیک کارت حذف شود. به این ترتیب کارت بانکی بر اساس استانداردهای بین‌المللی بر روی موبایل قرار می‌گیرد و دیگر نیازی به حمل کارت نیست.

وی افزود: با اجرای رمز دوم پویا در سال گذشته، جرایم مختلف در حوزه فیشینگ کاهش یافت. بر همین اساس برخی جرایم به صفر رسید و برخی دیگر حدود ۹۰ الی ۹۵ درصد کاهش



## مشکلات و دلایل ناکامی کیف پول الکترونیکی

■ هانیه تقیزاده

در حالی که خدمات پرداخت الکترونیکی و اینترنتی تقریباً برای بخش عمده‌ای از کاربران ایرانی شناخته شده است، اما شبکه کارت سهم اصلی از پرداخت‌ها را بر عهده دارد و روش‌های نوین‌تری چون پرداخت موبایلی هنوز در آغاز راه قرار دارند. به رغم اینکه استارت‌آپ‌ها در سال‌های اخیر مدل‌های نوین پرداخت مثل کیف پول الکترونیکی را تعریف کرده‌اند، اما قوانین محدود‌کننده اجازه رشد این مسیر پرداخت راحت و امن‌تر را نداده است.

طی بخشنامه‌ای اجازه اجرای طرح کیف پول الکترونیکی را به بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی داد. با وجود آنکه مصوبه ابلاغ شده توسط بانک مرکزی ذات از جهت به رسیدن شناختن هویت کیف پول الکترونیکی به عنوان یک ابزار پرداخت ارزشمند به حساب می‌آید، اما کمک چندانی به بهبود تجاری‌سازی این مدل نمی‌کند و تنها در صورتی که در نظام کارمزد تعیین شده برای کیف پول الکترونیکی تجدیدنظر شود، این سرویس می‌تواند موافقیت آمیز باشد.

شرکت‌های ارائه‌دهنده سرویس‌های پرداخت می‌گویند اعمال محدودیت‌هایی مانند احراز هویت سامانه شاهکار و اخذ هزینه به ازای صدور کیف پول الکترونیک که در بخشنامه جدید آورده شده است نیز باعث کاهش نرخ تبدیل کاربران آنها می‌شود.

### ابهام در مدل درآمدزایی کیف پول برای اپ‌ها

در میان روش‌های پرداخت الکترونیک، تراکنش‌های کارت و پوز را می‌توان در مقابل تراکنش‌های کیف پول الکترونیک (پرداخت موبایلی) به حساب آورد. احتمالاً سیاست‌گذار پولی

بر اساس آمارهای اعلام شده از سوی انجمن کسب و کارهای فین‌تک، در حال حاضر ۶۳ درصد تراکنش‌های خرید پایانه‌های فروشگاهی زیر ۲۵ هزار تومان، ۸۷ درصد زیر ۱۰۰ هزار تومان و ۹۲ درصد آنها زیر ۲۰۰ هزار تومان است و چنین ارقامی در رده تراکنش‌های خرد دسته‌بندی می‌شوند؛ کارمزد تمامی تراکنش‌هایی که بر بستر شاپرک انجام می‌شود (پرداخت‌های حضوری و غیرحضوری از طریق دستگاه‌های پوز و درگاه‌های پرداخت اینترنتی) بر عهده بانک‌هاست و به این ترتیب تراکنش‌های خرد بار مالی زیادی را بر این نهادها تحمیل می‌کنند و جدا کردن این تراکنش‌ها در قالب کیف پول الکترونیکی می‌تواند مزیت بزرگی برای شبکه بانکی کشور ایجاد کند.

فعالان این عرصه معتقدند با نظام فعلی کارمزد که از ذی‌نفعان اصلی این خدمات یعنی خریدار و پذیرنده هیچ هزینه‌ای دریافت نمی‌شود و تمام کارمزد بر عهده بانک‌هاست، هیچ انگیزه‌ای برای خلق و استفاده از سرویس‌های پرداخت جدید ایجاد نمی‌شود. به رغم اینکه برای سال‌ها بانک‌مرکزی جلوی توسعه کیف پول الکترونیکی را گرفته بود، در شهریورماه امسال شورای پول و اعتبار

فین‌تکی و نوآور که عموماً شرکت‌های خیلی بزرگی نیستند داده نشده است و این شرکت‌ها، ملزم به فعالیت زیر نظر یک بانک هستند و چنین روندی باعث از بین رفتان جریان نوآوری و آزادی عمل این شرکت‌ها می‌شود. جهان‌دار هم معتقد است نظام کارمزد فعلی مانع جدی دیگری برای شکل گرفتن کیف پول الکترونیکی در کشور است.

او می‌گوید: پیش از مصوبه بانک مرکزی نیز شرکت‌های مختلفی بر اساس نیاز بازار به سمت راهاندازی سرویس کیف پول رفته بودند، اما به‌دلیل مشکلات ناشی از سیاست‌گذاری‌های اشتباه نتوانستند دستاوردهای مطلوبی در بازار داشته باشند. اصلاح نظام کارمزد فعلی و برداشتن الزام پرداخت کارمزد از بانک‌ها و گرفتن کارمزد از ذی‌نفع اصلی باعث می‌شود تا فرصت ظهور سرویس‌های جدید مانند کیف پول شکل بگیرد.

### گام مثبت در یکپارچه‌سازی درگاه‌های پرداخت

طی سال‌های اخیر برخی استارت‌آپ‌ها در حوزه پرداخت‌های خرد (مانند پرداخت کرایه تاکسی) فعال شدند که به‌ رغم قابلیت‌های خوبی که برای کاربران ایجاد می‌کردند اکنون تنها محدودی از آنها به شکلی محدود فعال‌اند.

عدم حمایت نهادهایی چون شهرداری تهران از فعالیت استارت‌آپ‌های فعال در این عرصه و مشخص نبودن مدل کیف پول الکترونیکی باعث شد که بسیاری از آنها میدان را خالی کنند درحالی که تجربه موفق در پرداخت کرایه با اپلیکیشن می‌توانست به سرعت در حوزه‌های خرد دیگر امتداد پیدا کند.

با این حال برخی معتقد‌ند یکپارچه‌سازی درگاه‌های پرداخت (مثلاً از طریق یک کیو آر کد) می‌تواند باعث فراگیری استفاده از این روش در بین مردم بشود. کاری که سال گذشته یکبار شهرداری تهران وعده آن را داد اما تا به امروز عملی نشده است. حالا گفته می‌شود پرداخت‌یاران (شرکت‌هایی که با مجوز و تحت نظارت شرکت‌های پرداخت بانکی -PSP- قادر به فعالیت‌اند) می‌توانند این مدل پرداخت را در فروشگاه‌ها و دیگر نقاط توسعه دهند. با این حال مشکل اصلی نه حتی این مجوز که مشخص نشدن مسیر درآمدی برای شرکت‌های فعال است که حتی می‌تواند باعث کاهش درآمد ناشی از پرداخت کارتی پذیرندگان شود.

از طرف دیگر آقاجانی با اشاره به تجربه رقبا در پیاده‌سازی روش پرداخت از طریق کد کیو آر در پایانه‌های فروشگاهی می‌گوید: مشاهدات میدانی چند شرکتی که در این مدت روش‌های پرداخت از طریق کیف پول را در فروشگاه‌ها از طریق نصب کد QR فعال کرده‌اند نشان می‌دهد تا زمانی که دستگاه پوز در

مالی ایران دغدغه‌هایی در مورد ایجاد مدل‌های غیر مرکزی پول؛ مثل کیف پول الکترونیکی، در بخش خصوصی دارد که از جمله می‌توان به پول‌شویی و عدم کنترل و نظارت اشاره کرد.

به همین دلیل در مصوبه جدید بانک مرکزی درباره کیف پول الکترونیکی که چند ماه پیش ابلاغ شد، بانک‌ها به عنوان متولی نظارت بر فعالان این طرح تعیین شدند و برای اینکه بانک مرکزی بتواند بانک‌ها را به پذیرش این طرح ترغیب کند، مقرر شد تا به حساب‌های تراکنش‌های کیف پول الکترونیکی شرکت‌های ارائه‌دهنده سرویس نزد بانک، سودی تعلق نگیرد.

از طرف دیگر برای این سرویس، مدل درآمدی مشخصی تعیین نشده است و اپهای سرویس‌دهنده کیف پول از همان درآمد اندک ناشی از سود حساب‌ها نیز محروم شده و عملاً ارائه خدمات برای آنها توجیه اقتصادی پیدا نمی‌کند. فعالان این عرصه اعتقاد دارند که همان‌طور که بانک مرکزی از روش پرداخت کارت حمایت کرد و این روش در کشور جا افتاد، انتظار می‌رود تا از توسعه کیف پول الکترونیکی هم حمایت شود.

امین آقاجانی، مدیر عامل یک شرکت فعال در این عرصه در این باره می‌گوید: اکثر شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات کیف پول الکترونیکی، خود به‌نوعی خدمات پرداخت کارتی را نیز به مشتریان ارائه می‌دهند؛ در حالی که پرداخت با کارت از حمایت حداقلی بانک مرکزی برخوردار است و تراکنش‌های آن برای شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات درآمدزا‌یی دارد، پرداخت کیف پول نه تنها درآمدی برای شرکت ایجاد نمی‌کند، بلکه خدمات دهنده‌گان را به اقتضای تصمیمات جدید نهادهای متولی، با چالش مواجه می‌کند. در چنین شرایطی چگونه شرکت‌ها می‌توانند انگیزه برای ارائه سرویس‌های پرداخت جدید و متنوع داشته باشند.

این فعال حوزه پرداخت‌های الکترونیک معتقد است مدیران بانک مرکزی کاملاً به شرایط حاضر آگاه‌اند و به راحتی می‌توانند با تغییر مدل کارمزد و تغییر قوانین بهنحوی که انجام تراکنش‌های خرد از طریق پوز به صرفه نباشد، تقاضا را به سمت پرداخت کیف پول هدایت کنند؛ اما در بخش‌نامه اخیر هیچ حرکتی در این راستا شکل نگرفته و به‌نظر می‌رسد این نهاد متوجه است تا پس از اینکه شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات بخشی از مسیر را طی کنند و این طرح در میان کسب و کارها قوتی نسبی پیدا کند، با تکیه بر آن تغییرات، نسبت به اصلاح قوانین اقدام کند.

وی تاکید می‌کند با شرایط دشواری که در مدت اخیر اکثر شرکت‌ها با آن مواجه‌اند، هرگونه اقدام برای توسعه سرویس جدید با چنین شرایط مهمی، چالش و ریسک بزرگی به حساب می‌آید. میلاد جهان‌دار، عضو انجمن کسب و کارهای فین‌تک، هم در این زمینه می‌گوید: در این مصوبه، اجازه فعالیت به شرکت‌های

فروشگاههای توسعه یابد. نکته‌ای که باعث اقبال فروشگاهها به این روش پرداخت موبایلی شد، بیشتر بودن کارمزد دریافت شده در این روش نسبت به روش پرداخت موبایلی بود که باید توسط پذیرنده‌ها پرداخت می‌شد. عامل دیگر رشد این سرویس، پرداخت سود به حساب کیف پول کاربران و در نهایت اعطای وام‌های با ارقام مختلف به کاربران بوده است.

مصطفی امیری، مدیرعامل یک استارت آپ فعال در زمینه پرداخت آنلاین با اشاره به بخشنامه اخیر بانک مرکزی که مسئولیت کیف پول‌ها را به بانک‌ها و موسسات اعتباری سپرده است، می‌گوید: در بررسی ترندهای جهانی پرداخت نشان می‌دهد که بدون شک آینده به روش‌هایی به جز پرداخت کارتی تعلق دارد و روش‌های مانند کیف پول الکترونیکی (پرداخت موبایلی) یا اسکن کف دست جایگزین روش پرداخت‌های معمول در سال‌های آتی خواهد بود. یکی از علت‌هایی که تکنولوژی قدیمی پرداخت کارتی در دنیا در حال خارج شدن از دور است آن است که این روش اطلاعات زیادی را در اختیار سرویس‌دهندگان نمی‌گذارد و آنها نمی‌توانند با ارائه پیشنهادهای مناسب با میزان فعالیت، رابطه خود را در نقطه پرداخت با کاربران تقویت کنند. در حالی که وقتی چنین دیتاهایی به موبایل منتقل شود گستره عمل بازیگران این حوزه وسیع‌تر می‌شود.

بر اساس آمارهای سال ۲۰۲۰ حدود ۴۷ درصد از کاربران موبایل در چین از خدمات پرداخت موبایلی استفاده می‌کنند. در میان نمونه‌های موفق جهانی در حوزه پرداخت موبایلی از طریق کیف پول الکترونیکی، می‌توان به سرویس‌های Alipay و Tenpay در کشور چین اشاره کرد که تعداد کاربران هرکدام از آنها به چند صد میلیون کاربر می‌رسد.

اصلاح نظام کارمزد ندارند و از این سیستم متنفع می‌شوند.

منبع: دنیای اقتصاد

فروشگاه موجود باشد، مشتریان تمایل چندانی به استفاده از کیف پول و کد درج شده ندارند و روش قدیمی کشیدن کارت را ترجیح می‌دهند.

این در حالی است که این ممانعت ناشی از عدم شناخت یا نداشتن اپ نبود بلکه صرفاً روش کارت را ترجیح می‌دهند. اما در تاکسی‌ها که روش دیگری برای پرداخت در دسترس نبوده، از پرداخت کیف پولی استقبال شده است.

### تجربه جهانی پرداخت موبایلی

بررسی ترندهای جهانی پرداخت نشان می‌دهد که بدون شک آینده به روش‌هایی به جز پرداخت کارتی تعلق دارد و روش‌های مانند کیف پول الکترونیکی (پرداخت موبایلی) یا اسکن کف دست جایگزین روش پرداخت‌های معمول در سال‌های آتی خواهد بود. یکی از علت‌هایی که تکنولوژی قدیمی پرداخت کارتی در دنیا در حال خارج شدن از دور است آن است که این روش اطلاعات زیادی را در اختیار سرویس‌دهندگان نمی‌گذارد و آنها نمی‌توانند با ارائه پیشنهادهای مناسب با میزان فعالیت، رابطه خود را در نقطه پرداخت با کاربران تقویت کنند. در حالی که وقتی چنین دیتاهایی به موبایل منتقل شود گستره عمل بازیگران این حوزه وسیع‌تر می‌شود. بر اساس آمارهای سال ۲۰۲۰ حدود ۴۷ درصد از کاربران موبایل در چین از خدمات پرداخت موبایلی استفاده می‌کنند. در میان نمونه‌های موفق جهانی در حوزه پرداخت موبایلی از طریق کیف پول الکترونیکی، می‌توان به سرویس‌های Alipay و Tenpay در کشور چین اشاره کرد که تعداد کاربران هرکدام از آنها به چند صد میلیون کاربر می‌رسد.

بررسی روند رشد این سرویس‌ها نکات جالبی دارد. Alipay که در ابتدا به عنوان حساب واسطه برای یک پلتفرم آگهی آنلاین عمل می‌کرد، توانست با استفاده از فرصت کمبود دستگاه پوز در



صبر کن کیف پول من داخل موبایلم هست  
یا موبایلم داخل کیف پولم هست؟



# فین‌تك و پرداخت دیجیتال بانک‌ها را مجبور به پذیرش سریع‌تر فناوری می‌کنند!

■ ایوب کریمی؛ میهن بلاکچین

قرن‌هاست که موسسات مالی سنتی به سیستم کار خود افتخار می‌کنند و در مقابل تغییر مقاومت می‌کنند. اگرچه بسیاری از صنایع دیگر مانند املاک و مستغلات، خردۀ فروشی و غیره به سمت نوآوری و پذیرش فناوری‌های روز رفته‌اند، بانک‌ها هنوز از همان سیستم مالی سنتی استفاده می‌کنند.

این امر باعث شده که فین‌تك (FinTech) و افراد خارج از این سیستم بتوانند فرصتی برای تأثیرگذاری پیدا کنند و باید بگوییم که تغییر و تحول این سیستم سنتی نزدیک است. فین‌تك به کمک فناوری‌های نوینی مانند بلاکچین می‌تواند این حیطه را کاملاً متحول کند.

مالی مختلف باز خواهد کرد. این روند در حال شکل‌گرفتن است و سال ۲۰۱۹ نیز این قضیه را به خوبی اثبات کرد و سالی پر از دستاوردهای صنعت مالی بود. در آینده، بانک‌هایی که محصولات و خدمات مالی جدید را به مشتریان ارائه می‌دهند، سهم بزرگی از بازار را به خود اختصاص خواهند داد. هم‌زمان با این تقسیم و ادغامی که صورت می‌گیرد، محوریت مشتری از اهمیت زیادی برخوردار خواهد بود و نقش بر جسته‌ای در موفقیت و یا شکست یک سازمان خواهد داشت. مشتریان نیز در آینده تاکید بیشتری بر اعتماد، امنیت و حریم خصوصی خواهند داشت.

### فناوری و فین‌تك به پیشرفت خود ادامه خواهند داد

ماهیت واقعی صنعت فین‌تك تغییر سیستم‌های مالی سنتی است و ارزهای دیجیتال در این صنعت از اعتبار بالایی برخوردار

بیماری کرونا لطمہ شدیدی به صنایع سرویس‌های مالی زده؛ اما فناوری در این میان چندان متحمل خسارت نشده است و این به دلیل ماهیت انعطاف‌پذیر آن است. از آنجا که فین‌تك هم در تعامل با فناوری کار می‌کند، در این شرایط می‌تواند بسیار مفید واقع شود و تحولات زیادی در سرویس‌های مالی ایجاد کند.

بیماری کرونا این تغییر و تحولات را سریع‌تر می‌کند و صنایع مالی جهان تا ۵ سال دیگر بسیار متفاوت از حال حاضر خواهد بود. تعدادی از حیطه‌های مهم که خیلی زود دچار تغییر و تحول می‌شوند به قرار زیر هستند:

### تقسیم و ادغام صنعت توسط فین‌تك

برای یک بانک ممکن نیست که همه محصولات و ابزارهای لازم را در حیطه‌های مختلف ایجاد کند. بازیگران و رقبای زیادی در این عرصه وجود دارند و این راه را برای ادغام سرویس‌های

حداقل کنتر خواهد شد. البته در آینده نیز شرکت‌ها برای رشد اقتصادی بر جهانی‌شدن و استفاده از استعدادهای جهانی تمرکز خواهند داشت.

### حواله‌ها ادامه خواهند داشت

اهمیت و تأثیر حواله‌ها اغلب دست‌کم گرفته می‌شود. گزارش‌ها حاکی از این هستند که حواله‌ها به کشورهای کم‌درآمد و یا کشورهای دارای درآمد متوسط، در دو دهه گذشته افزایش یافته است. حواله‌ها در سال گذشته بزرگ‌ترین منبع درآمد برای کشورهای درحال توسعه بودند. اخیراً که بحران کرونا جهان را دچار مشقت کرده است، تعداد حواله‌های سنتی کاهش پیدا کرده است؛ اما حواله‌های دیجیتال در این مدت از رشد قابل ملاحظه‌ای برخوردار بوده‌اند.

صنعت سرویس‌های مالی مدت‌هاست که نیازمند تغییر و تحول است و کار زیادی باید در این زمینه انجام شود. فین‌تک و فناوری می‌توانند در این زمینه بسیار به این صنایع کمک کنند و زمینه را برای تغییر و تحول فراهم کنند. این تغییرات اجتناب‌ناپذیر هستند و بحران کرونا آنها را تسريع کرده است.

بحران کرونا باعث شده که موسسات مالی سنتی به ارزیابی دوباره مدل کار خود بپردازند و آن را برای آینده و برای بحران‌های دیگر انعطاف‌پذیرتر کنند. این تغییر و تحولات به نفع مشتریان خواهد بود و در آینده به نیازهای آنان بیشتر توجه خواهد شد. نظر شما چیست؟ آیا فین‌تک می‌تواند صنایع مالی سنتی را کاملاً متحول کند؟ نظرات خود را با ما در میان بگذارید.

در حالی که بانک‌ها منتظرند تا تاثیر واقعی ارزهای دیجیتال نمایان شود، نوآوری‌های دیگری مانند هوش مصنوعی ظاهر شده‌اند و توجه عموم را به خود جلب کرده‌اند. برنامه‌های مبتنی بر هوش مصنوعی، تصمیم‌گیری را در صنایع تحت تاثیر قرار می‌دهند و موقعیت‌هایی مهم را برای رهبران صنایع خلق خواهند کرد.

### کنار رفتن تدریجی پول نقد

به مرور زمان از اهمیت پول نقد کاسته خواهد شد و در کشورهای توسعه یافته تماماً حذف خواهد شد. قبل از تراکنش‌های دیجیتال و غیر حضوری برای راحتی و عدم اتلاف وقت مورد توجه بودند، اما بحران کرونا کاری کرد که این تراکنش‌ها به سلامت و امنیت مردم مربوط شوند.

اگرچه در کشورهای در حال توسعه ممکن است کنار گذاشتن پول نقد به این زودی‌ها محقق نشود؛ اما به تدریج، این کشورها مجبور به کنار گذاشتن پول نقد خواهند شد. فین‌تک در این میان می‌تواند به بانک‌ها و موسسات مالی در فراهم آوردن سرویس‌های دیجیتال بسیار کمک کند.

### جهانی‌شدن چشم‌انداز جدیدی پیدا می‌کند

تا قبل از بحران کرونا، من خودم فکر می‌کردم که جهانی‌شدن چیزی اجتناب‌ناپذیر است و بحث‌هایی که در زمینه ناسیونالیسم می‌شد برایم بی معنی بود.

اما اینک در اثر بحران کرونا می‌بینیم که کشورهای مختلف مرزهای خود را به روی یکدیگر می‌بندند و اگرچه این کشورها باز هم در سطح جهانی با هم تعامل دارند، اما روند جهانی‌شدن قبلی

به روزترین مقالات و گزارش‌ها و آخرین اخبار

## فین‌تک (فناوری مالی) (بانکداری دیجیتال، ارز دیجیتال و...)

ماهنه



جهت ارسال مقاله، گزارش و خبر:

تلگرام و واتساپ: +۹۳۷۳۷۶۰۹۵۵

شماره مستقیم سردبیر: +۹۲۱۲۷۸۹۴۰۶



# بانک‌ها باید هرچه زودتر زیرساخت‌های دارایی‌های رمزارزی را فراهم کنند

استفاده از رمزارزها در سیستم‌های سنتی به سرعت در حال افزایش است، اما کمبود زیرساخت‌های تکنولوژیک، اتخاذ و ذخیره‌سازی اینها را محدود کرده است.

این صنعت و استفاده و درک بهتر این دارایی‌ها است. اقدام OCC (نهاد نظارتی ارزی در ایالات متحده) اعتماد و توسعه قانون گذاری در این صنعت را تسریع می‌بخشد. بانک‌ها با این اقدام فرستی منحصر به فرد جهت افزایش چشمگیر فرصت ثروت‌اندوزی برای میلیون‌ها نفر در سراسر جهان از طریق نگهداری دارایی‌های رمزارزی را دارند.

آنها می‌توانند دامنه مالی خود را تقویت و از فروپاشی اقتصاد ملی جلوگیری کنند. اما آنها باید این کار را به درستی انجام دهند و بفهمند که چگونه به طور موثر خطرات را مدیریت و با قوانین محلی و بین‌المللی مطابقت داشته باشند و همچنین مسئولیت دارایی مشتریان خود را بر عهده بگیرند.

### بانک‌های سنتی همانند سرویس‌های قدیمی ارائه پیام هستند که باید در سیم‌های تلگراف سرمایه‌گذاری کنند

داستان بانک‌های سنتی و ارائه‌دهنگان دارایی رمزارزی فین‌تک جدید را می‌توان با داستان قدیمی Western Union و Pony express مقایسه کرد. در غرب وحشی ایالات متحده، پیام‌ها از طریق اسب بین ایستگاه‌ها مبادله می‌شد. سوارکاران نامه‌ها را هزاران مایل با اسب حمل می‌کردند و پیام‌ها را از جایی به جایی دیگر منتقل می‌کردند. وقتی Western Union آمد و تبرهای تلگرافی را نصب کرد، ناگهان این روش منسوخ شد.

سیستم‌های مالی سنتی و جدید به طور موازی اما با دو سیستم مختلف کار خواهند کرد. ما در هر دو سیستم گزینه‌های پرداخت و سرمایه‌گذاری داریم اما زیرساخت‌های اساسی که در آنها اجرا می‌شود بسیار متفاوت خواهد بود، مانند کالسکه‌های اسب و

به گزارش کریپتونلد، پذیرش دارایی‌های رمزارزی در سیستم‌های سنتی به سرعت در حال انجام است. در اواسط سال جاری، صنعت حضانت از دارایی‌های رمزارزی هنگامی که دفتر نظارت بر ارز به طور رسمی اعلام کرد که تمام بانک‌های دولتی در ایالات متحده می‌توانند خدمات حضانت از رمزارزها را رائه دهند، شاهد تحولات مثبتی گردید. این حرکت اگرچه برای این اکوسیستم مثبت است، اما هنوز با ارزیابی دقیق زیرساخت‌های فناوری آن همراه نیست، مانند پرسش‌هایی مانند: این دارایی‌های رمزارزی خریداری شده در کجا ذخیره می‌شوند؟

یک چیز واضح است: ما وارد الگوی جدید مالی شده‌ایم که نیاز به رویکرد دیگری برای حفظ دارایی دارد. دارایی‌های دیجیتال پتانسیل سوددهی زیادی دارند، اما ارائه‌دهنگان خدمات حضانتی وظیفه دارند از مشتریان خود در برابر خسارات حملات رمزارزی که در ژوئن سال جاری به ۱.۴ میلیارد دلار رسید، محافظت کنند. بر اساس گزارش سالانه گروه ویژه اقدام مالی (FATF)، کمبود زیرساخت‌های این صنعت موجب محدود شدن پذیرش و ذخیره اینم این دارایی‌ها شده است. از آنجاکه بازارهای مالی سنتی شروع به ورود به این فضا کرده‌اند، می‌بایست راه حل‌های قوی و متناسب با یک سیستم قدیمی را توسعه دهند.

### حضرات رمزارزها توسط بانک‌ها گامی مثبت در بلوغ دارایی‌های دیجیتال است

هنگامی که معاون ارشد کمیسیون دولت در نامه‌ای اظهار داشت که بانک‌ها می‌توانند کلیدهای رمزنگاری را در اختیار داشته باشند، مشخص بود که بانک‌ها به آن توجه می‌کنند. این نشانه اصلی بلوغ

مهم است. بانک‌ها می‌توانند تراکنش‌های صرافی‌ها، تسویه حساب، انجام ترید، حفظ سوابق، ارزش‌گذاری و خدمات مالیاتی را تسهیل بیخشند. اما سوال در این است که چگونه آنها می‌توانند ضمن مدیریت ریسک، این خدمات را ارائه دهند؟ شما نمی‌توانید بدون حذف طرف مقابل معامله و پذیرش ریسک، بازارهای رمزارزی را مقیاس‌بندی کرده و یا از سوی نهادهای سنتی پذیرش داشته باشید. بانک‌هایی که به حضانت از رمزارزها ورود می‌کنند به فناوری دارایی رمزارزی آزموده شده که به طور خاص برای این صنعت توسعه یافته، احتیاج دارند و به طور حتم با تصمیم ساخت در مقابل خرید روبرو خواهد شد؛ بنابراین، مگر اینکه آنها قصد ساخت از صفر را داشته باشند، باید به فناوری مناسبی دسترسی داشته تا بتوانند دارایی‌های رمزارزی را با خیال راحت ایمن کنند. این روند پیاده‌سازی، آسان و ارزان نیست. آنها نمی‌توانند از قواعد معمول پیروی نکنند.

بانک‌ها برای تحقیق و توسعه نیاز به تیمی جهت اخذ تأییدیه، آزمایش نمونه اولیه فناوری و ارزیابی منظم امنیت سایبری هستند. این به خودی خود می‌تواند سال‌ها به طول انجامد. عجله در روند کاری به ضرر دارایی مشتریان خواهد بود. بانک‌ها یک گزینه جهت ادغام با زیرساخت‌های موجود دارند و برای آنها حفاظت، تعديل و امنیت دارایی‌های رمزارزی در اولویت اول است. هزینه توسعه زیرساخت‌های متناسب با رمزارزها گران است اما در نظرنگرفتن آن هزینه‌ای به مرتب بالاتر خواهد داشت.

### همیت ایجاد زیرساخت‌ها و حفاظت از مشتری

بانک‌ها و نهادهای مالی به طرز مشهودی در نوآوری کُند عمل می‌کنند، اما مشتریان مجبور به آسیب‌دیدن نیستند. فضای فین‌تک و رمزارزها با سرعت نور در حال حرکت است و حتی با هوش ترین و آینده‌نگرترین رهبران این فضای اظهار می‌کنند که نمی‌توانند پابه‌پای آن پیش بروند. بانک‌ها باید این ظرفیت را پیدا کنند که بتوانند زیرساخت‌های لازم و مطمئن و سازگار را به وجود آورند.

راه حل‌ها باید سریع مطرح شوند. از آنچاکه بازارهای جهانی تشخیص می‌دهند که زیرساخت‌های مالی موجود در آستانه شکست است، بانک‌ها باید صنعت دارایی رمزارزی را دنبال کنند تا از آینده صنعت مالی محافظت کنند. کاربران جدیدی که از فضای دارایی‌های رمزارزی استقبال می‌کنند باید بدانند که چگونه می‌توان به طور موثر خطرات را مدیریت کرد، با قوانین محلی و بین‌المللی مطابقت داشت و مسئول دارایی‌های مشتریان بود.

منبع: همشهری آنلاین

اتومبیل، فناوری قدرت ایجاد تغییر سریع و تحول آفرین را دارد و بانک‌ها به تکنولوژی مناسبی نیاز دارند. این زمان مهمی برای بازیگران فین‌تک است که بانک‌ها را در مسیر درست دارایی‌های رمزارزی هدایت کنند. آینده امور مالی به سرعت در حال تغییر است و اگر بانک‌ها از سازوکارهای صحیح محافظتی و نظارتی استفاده نکنند، دارایی‌ها در معرض خطر زیادی قرار می‌گیرند.

### بانک‌ها باید نیازهای جدید را در گرفت

سینا استوی، از فعالان حوزه بلاک‌چین اعتقاد دارد که اولین چالش برای بانک‌ها، درک نحوه کار این صنعت جدید است. آنها نیاز به درک عملکرد سوآپ و توسعه قراردادهای هوشمند دارند. این فناوری با فضای سنتی به خوبی تا نمی‌کند. او می‌گوید: ما متصوریم یک سیستم موازی در حال اجراست و زیرساخت‌هایی که کاربران در آنجا استفاده می‌کنند تفاوت فاحشی با شبکه‌های پرداخت سنتی دارد. بسیاری از طرفین معامله در سیستم‌های سنتی قرار دارند و این وضعیت موجود را تغییر نخواهد داد؛ بنابراین، تنها گزینه پیش روی بانک‌ها اتخاذ این فناوری‌های جدید است.

استوی در ادامه اظهار می‌کند: اگر بانک‌ها برای استفاده از این فضای پر رونق عجله کنند و سازوکارهای محافظتی صحیحی در آن نباشد، ممکن است شکست بخورند؛ بنابراین اعتبار دارایی‌های رمزارزی آسیب خواهد دید و ممکن است حیات میلیون‌ها از فیات تبدیل شده، با خطر نابودی مواجه گردد. بزرگ‌ترین خطر برای دارایی‌ها در دنیای دیجیتال، دسترسی سارقان به کلیدهای رمزنگاری شده است.

متولیان باید یاد بگیرند که چگونه از خود در برابر این حملات سایبری که در حال افزایش است، (افزایش ۷۵٪ پس از شیوع بیماری کرونا در جهان) محافظت کنند. بسیاری از بانک‌ها هنوز راهی برای خدمات مقرن‌به‌صرفه و محافظت از خود در برابر چنین حملاتی پیدا نکرده‌اند. آنها همچنین باید درک کنند که بین اوراق بهادر دیجیتال و سنتی تفاوت است، زیرا آنها اساساً نمایانگر ارزش یا حقوق قراردادی یا دارایی‌های دنیای واقعی هستند. دارایی‌های رمزارزی اگر به درستی تسویه نشوند با خطراتی همراه هستند و متولیان واجد شرایط، ریسک موفقیت طرفین در انجام تراکنش را از بین می‌برند.

### بانک‌هایی که خدمات حضانتی ارائه می‌دهند باید سریعاً تصمیم بگیرند

در حالی که حرکت OCC (نهاد نظارتی ارزی در ایالات متحده) مثبت است، تشخیص این نکته که اکثر بانک‌ها زیرساخت‌های صحیحی برای ارائه راه حل‌های ایمن و سازگار حضانتی ندارند



### ۵ کانال افزایش امنیت بانکداری دیجیتال در دوران کرونا

■ مترجم: سعیده فتحی مخانلو  
بانکداری الکترونیک از [www.paymentsjournal.com](http://www.paymentsjournal.com)

شیوع ویروس کووید-۱۹ در سراسر جهان و محدودیت‌های آن سبب شده که مشتریان بانک‌ها و موسسات مالی به جای پرداخت از طریق دستگاه‌های خودپرداز و پایانه‌های فروشگاهی، از طریق درگاه‌های پرداخت اینترنتی و موبایلی خدمات بانک و پرداخت خود را انجام دهند. چنین شرایطی باعث ایجاد تحول دیجیتال در صنعت پرداخت گردیده است، به‌طوری‌که بانک‌ها و شرکت‌های پرداخت در تلاش‌اند تا با فراهم کردن ابزارهایی با امنیت بالا برای محافظت از اطلاعات حساب بانکی کاربران بتوانند کیفیت خدمات و همچنین رضایت‌مندی مشتریان را افزایش دهند. در این مقاله هدف این است که ۵ کانال برای ایجاد امنیت بانکداری دیجیتال در دوران کووید-۱۹ بیان گردد.

از حساب‌های بانکی در سال گذشته بیش از ۷۲ درصد رشد داشته است. حملات فیشنینگ بیش از ۶۰۰ درصد رشد کرده و بانک‌ها از افزایش ۵ برابری فعالیت‌های مشکوک وام کسب‌کارها در طی همه‌گیری شدن بیماری خبر دادند. حال سوال اینجاست که بانک‌ها چطور می‌توانند تقاضای جدید خدمات دیجیتالی را برآورده کرده و تجربه مشتری با امنیت بالا را فراهم سازند، درحالی‌که با رشد چشمگیر کلاهبرداری مبارزه می‌کنند.

#### افزایش امنیت بانکداری دیجیتال از طریق تمکن خدمات روی کانال دیجیتالی

با شروع همه‌گیری کووید-۱۹، بانک‌ها چاره‌ای جز تبدیل شدن به یک سازمان با اولویت دیجیتال نداشتند. بسیاری از بانک‌ها پیشرفت زیادی در این زمینه داشته‌اند و تعداد زیادی برای رسیدن

#### زیرساخت‌های بانکداری دیجیتال در سایه کرونا

زمانی که موج اول بیماری همه‌گیر کووید-۱۹ شروع شد، بانک‌ها و موسسات مالی تلاش کردند تا فرایندهای داخلی خود و همچنین خدمات مشتریان را دیجیتالی کنند، زیرا به صورت ناگهانی و غیرمنتظره، شرایط کاری به حالت دورکاری تغییر کرد و مشتریان تمامی تراکنش‌های مالی را به صورت آنلاین و یا از طریق کانال‌های تلفن همراه انجام می‌دادند. موسسات مالی بسیاری از پروژه‌های فناوری برنامه‌ریزی شده قبلی خود را متوقف کردند و خدمات خود را روی ایجاد تجربه دیجیتالی با امنیت بالا برای مشتریان متمرکز کردند.

به دلیل سرعت بالای تغییر به سمت دیجیتالی شدن خدمات، بسیاری از موسسات مالی ممکن است کانال‌ها یا حفره‌های امنیتی آسیب‌پذیر و ناشناخته‌ای ایجاد کرده باشند که فرصتی برای سودآوری کلاهبرداران فراهم می‌سازد. به‌طوری‌که آمار کلاهبرداری

به فضای دیجیتالی به سختی کار می‌کنند.

اجرا می شوند.

## افزایش امنیت بانکداری دیجیتال از طریق استفاده از فناوری جدید

استفاده از فناوری‌های جدید مانند هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و تجزیه و تحلیل ریسک به صورت آنی از روش‌های افزایش امنیت در بانکداری دیجیتال محسوب می‌شوند. هوش مصنوعی همانند چشمی است که بانک‌ها برای تجزیه و تحلیل الگوهایی که انسان نمی‌تواند به سرعت از آن استفاده کند، به آن نیاز دارند. بیشتر حملات به حساب‌های کاربران با استفاده از ساختاری شبیه ماشین یا ربات انجام می‌شود و هر بار به روشهای مشابه کار می‌کنند. هوش مصنوعی می‌تواند آن الگوهای را خیلی سریع تر از تحلیلگران انسانی تشخیص داده و قبل از گسترش حملات در شبکه‌های بانک، آنها را سریعاً شناسایی کند.

جمع‌ندي

با مطالعه مقاله حاضر مشخص شد که همه گیری کووید-۱۹ در سراسر جهان سبب شده تا بانک‌ها و موسسات مالی به دلایلی از جمله رواج غیرمنتظره دورکاری و همچنین تمایل مشتریان برای استفاده از خدمات پرداخت آنلاین و موبایلی، بانکداری دیجیتال را در اولویت قرار دهند.

از طرف دیگر، به دلیل رشد سریع بانکداری دیجیتالی، برخی از موسسات مالی از رخته‌های کلامبرداری در فضای دیجیتالی غافل ماندند. به همین دلیل در این مقاله پنج کanal برای افزایش امنیت بانکداری دیجیتال معرفی گردید تا از طریق دیجیتالی کردن خدمات، استفاده از هوش مصنوعی، بازطرابی سفر مشتریان در طول خرید، ارزیابی سطح ریسک و استفاده از اپ‌های بانکداری دیجیتالی بتوان امنیت در این حوزه را افزایش داده و آمار کلامبرداری از حساب‌های بانکی را به حداقل رسانید.

## افزایش امنیت بانکداری دیجیتال از طریق بازطراحی سفر مشتری (در طول مسیر خرید)

مهم‌ترین مرحله بعدی در درون همه‌گیری کووید-۱۹، فراهم ساختن شرایطی برای بازطراحی سفر مشتریان می‌باشد. تجربه مشتری تمام چیزی است که هنگام انجام کسب و کار در کانال‌های دیجیتالی نیاز است. مشتریان انتظار دارند که بتوانند تمامی خدمات بانک‌ها از افتتاح حساب اولیه تا درخواست وام، تا تأییدیه و تسویه‌حساب‌ها، به راحتی و به سرعت از طریق تلفن همراه یا درگاه‌های پرداخت آنلاین انجام دهند.

## افزایش امنیت بانکداری دیجیتال از طریق ارزیابی مجدد ریسک‌های بانکی

زمانی که یک بانک نخستین مراحل را در تبدیل شدن به سازمان دیجیتال و فراهم ساختن تجربه مشتری طی کرده است، قدم بعدی که باید انجام دهد، ارزیابی مجدد ریسک‌ها می‌باشد. زمانی که شما سازمانی با اولویت دیجیتال هستید، انواع مختلفی از کلاهبرداری‌ها را ممکن است تجربه کنید. ارزیابی مجدد موضع سازمان در مورد ریسک، کلاهبرداری و سطح ریسکی که شما می‌توانید تحت سر ایخط خاصی، پذیری دید، بسیار اهمیت دارد.

## افزایش امنیت بانکداری دیجیتال از طریق اپ‌های بانکداری موبایلی امن

اگرچه هر دو کانال دیجیتالی هستند اما در مورد اپ‌های بانکداری موبایلی در مقایسه با اپ‌های آنلاین دیگر، نگرانی‌ها و خطرات امنیتی کاملاً متفاوتی وجود دارد. در زمینه وبسایت‌های بانکی، بیشتر توسعه دهنده‌گان می‌دانند که نمی‌توان به مرورگر وب که مشتری از آن استفاده می‌کند، اعتماد کرد. آنها گمان می‌کنند که وبسایت‌ها برنامه‌هایی ناممن هستند که روی سیستم‌عامل نامن



# چرا تحول بانکداری دیجیتال باید حول محور پرداخت متمر کز باشد؟

تحول دیجیتال، به ویژه در دوران همه‌گیری کرونا موضوعی داغ و جالب توجه است. اما در حالی که تمرکز تا حد زیادی بر روی قابلیت‌های بانکداری از طریق تلفن همراه قرار گرفته است، زمینه دیگری، یعنی حوزه کارت‌های پرداخت وجود دارد که ایجاد تغییرات در آن برای مشتریان اهمیت بیشتری در پی خواهد داشت.

برانگیزاننده شماره یک در انتخاب کارت بانکی خود رده‌بندی و معرفی می‌کنند. ارائه‌دهنگان خدمات مالی که در بسته‌های خدماتی خود ابزارهای مدیریت کارت دیجیتال را ارائه ندهند، ممکن است در معرض خطر از دستدادن مشتریان شان به سایر ارائه‌دهنگانی قرار گیرند که این گونه ابزارها را ارائه می‌دهند. بنابراین با پیشنهاد و ارائه ابزارهای دیجیتال مناسب، بانک‌ها می‌توانند مشکلات خاص مشتری را برطرف کرده و بهبود تجارت یکپارچه مشتریان موجب افزایش رضایت آنان شود.

### غول‌های فناوری تهدیدهای واقعی برای بانک‌ها هستند

روزهایی که بانک‌ها فقط با سایر بانک‌ها رقابت می‌کردند، گذشته است. چالشگران صنعت فناوری از قبیل اپل، گوگل و سامسونگ وارد بازی خدمات مالی شده‌اند و تهدیدی جدی برای بانک‌های سنتی به شمار می‌روند. اپل پی، ۱۱۴ میلیون کاربر در سراسر جهان تا ماه سپتامبر سال ۲۰۱۹ داشت و محبوب‌ترین گزینه پرداخت تلفن همراه در ایالات متحده است. گوگل درصد است پروژه حساب‌های مت مرکز بر روی کارت‌های دیجیتال را در سال ۲۰۲۱ راه اندازی کند و سامسونگ اخیراً حساب کارت دیت

به منظور بررسی دقیق و عمیق این که چرا پرداخت‌ها برای بهبود تجربه مشتری دیجیتال بسیار مهم و تعیین‌کننده‌اند و این که چگونه آنها به عنوان یک عامل تمایز دهنده کلیدی برای بقا در عرصه رقابت در خدمات مالی ایفای نقش می‌کنند، اخیراً شرکت آن‌دات (Ondot) مقاله‌ای را با مضمون زیر منتشر کرد: «چرا کارت‌های پرداخت باید در مرکز توجه تحول بانکداری دیجیتال باشند.»

### پرداخت‌ها بزرگترین منبع تعامل بین بانک‌ها و مشتریان هستند

بین انجام خرید، پرداخت قبوض، فعال‌سازی کارت‌ها و ...، ۸۰٪ از تعاملات بانکی حول موضوع پرداخت‌ها می‌چرخدن. یک مشتری متوسط حداقل دو بار در روز برای امور مربوط به پرداخت با بانک خود در تعامل و ارتباط است، که این الگوی تعامل آن را به تنها فعالیت بانکی بدل می‌سازد که تعاملات متعددی در یک روز را شامل می‌شود.

بنابراین، قابلیت‌های دیجیتال دیگر صرفاً یک عامل تمایز برای بانک‌ها نیستند، بلکه یک ضرورت به شمار می‌روند. تقریباً نیمی از مشتریان (۴۳٪) مدیریت دیجیتالی کارت خود را به عنوان عامل

حفظ کنند و در نوآوری و ابتکار گند عمل نکنند.“  
این به معنای ایجاد تجارب پرداخت مجازی است که به اندازه ابزارهای ارائه شده توسط تحول آفرینان فناوری جذاب باشد. یک کارت پرداخت کاملاً دیجیتال با چند مولفه اصلی و کلیدی می‌تواند به آنها در انجام این کار کمک کند.

### تمامی بانک‌ها در هر اندازه‌ای می‌توانند کارت تمام دیجیتالی را فعال کنند

مشتریان خواستار تجربیات پرداخت بهتر، آسان‌تر، و سریع‌تر هستند و توانایی غول‌های فناوری در ارائه چنین تجربیاتی سطح انتظارات برای تحول دیجیتالی را بالا برده است.

چهار مولفه کلیدی برای یک تجربه کارت کاملاً دیجیتال وجود دارد که هر کدام از آنها با جزئیات بیشتر در مقاله آنداز مورد بررسی قرار گرفته‌اند:

۱. دستیابی و استفاده از این کارت‌ها به سرعت قابل تحقق است.

۲. پیگیری نحوه هزینه کرد ساده و آسان است.

۳. مدیریت کارت به صورت سلف سرویس یکپارچه است.

۴. این کارت‌ها مزايا، امتيازات، مشوق‌ها، و جوايز جالب توجهی را نيز به همراه دارند.

در حالی که بانک‌های بزرگ منابع بیشتری برای رقابت در اختیار دارند، این بدان معنا نیست که بانک‌های کوچک نمی‌توانند به سمت دیجیتالی شدن حرکت کنند. موسسات مالی در هر مقیاس و اندازه‌ای می‌توانند با همکاری با یک شرکت ارائه دهنده فناوری مالی مناسب سبد دارایی کارت خود را ارتقا بخشنند.

منبع: عصر بانک



سامسونگ مانی (Samsung Money) خود را راه‌اندازی کرده است.

علاوه، مشتریان تمایل و اشتیاق بیشتری را برای تعامل با شرکت‌های فناوری برای خدمات بانکی نشان داده‌اند. یک نظرسنجی از مشتریان در اوایل سال جاری که از سوی شرکت آنداز انجام گرفت نشان داد که ۶۴٪ از آمریکایی‌ها خرید یا در خواست محصولات مالی از یک شرکت فناوری را بر یک ارائه دهنده خدمات مالی سنتی ترجیح می‌دهند. این میزان تمایل در بین مشتریان ۱۸ تا ۳۴ ساله به ۸۱ درصد افزایش می‌یابد.

برایان رایلی، مدیر خدمات مشاوره اعتباری گروه مشاوره مرکاتور (Mercator Advisory Group)، این تمایل را در مقاله‌ای در مجله پیمنتز بازتاب داد: «سیاری به فین‌تک‌ها به عنوان تهدیدی برای بانک‌های سنتی می‌نگرند، اما غول‌های فناوری چالش واقعی در این زمینه هستند.»

رایلی در این باره این نکته را هم افروزد: روش‌هایی وجود دارد که بانک‌ها می‌توانند با توصل به آنها در این رقابت دوام آورند. «آنها باید به اندیشه‌ورزی درباره این موضوع ادامه داده، تمرکز خود را

به روزترین مقالات و گزارش‌ها و آخرین اخبار

## فین‌تک (فناوری مالی) (بانکداری دیجیتال، ارز دیجیتال و...)



جهت ارسال مقاله، گزارش و خبر:

تلگرام و واتساپ: +۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵

شماره مستقیم سردبیر: +۹۲۱۲۷۸۹۴۰۶

ماهnamه  
۹۰ اقتصاد دیجیتال

آبان ماه ۱۳۹۹ - شماره ۱۱۶ (دوره جدید ۳)

پایگاه خبری و اطلاع رسانی

**elececo**  
اقتصاد الکترونیکی  
[www.elececo.ir](http://www.elececo.ir)

در

مارادر شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید



دفتر نشریه: ۶۶۵۲۱۲۸۳  
ایمیل: [elececo.ir@gmail.com](mailto:elececo.ir@gmail.com)



# A CRYPTO BANK

## بانک‌های کریپتویی تا ۳ سال دیگر با بانک‌های سنتی رقابت خواهند کرد

■ مصطفی افخمی؛ ارز دیجیتال

در سال‌های آینده، نسل جوان مشتریان بانک‌های سنتی نخواهند رفت؛ مگر آنکه در این بانک‌ها بتوانند به خدمات مبتنی بر ارزهای دیجیتال دسترسی داشته باشند.

بگذارید. هرچه بر شمار این همکاری‌های مشترک افزوده شود، می‌توان امید داشت که در آینده‌ای نزدیک، این دست از همکاری‌ها به یک قاعده در صنعت خدمات مالی تبدیل شود. از این رو می‌توان گفت که اکنون وقت آن رسیده که آن دسته از بانک‌های سنتی که از قافله همکاری با شرکت‌های فعال در حوزه ارزهای دیجیتال عقب مانده‌اند، دست به کار شوند و برای آینده خود چاره‌اندیشی کنند.

در حال حاضر، بانک سیلورگیت، یک گام از دیگر همتایان خود در شراکت با بازیگران حوزه ارزهای دیجیتال جلوتر است. گفتنی است ۸۸۰ شرکت فعال در حوزه دارایی‌های دیجیتال از جمله مشتریان بانک سیلورگیت هستند. این مشتریان بیش از ۱.۵ میلیارد دلار در این بانک سپرده‌گذاری کرده‌اند. اگرچه این حجم ارزهای دیجیتال پیش‌تاز بازار بسیار ناچیز است، اما به خاطر داشته باشید که کوین‌پیس و جمینی (Gemini)، دو صرافی پرآوازه ارزهای دیجیتال در حال حاضر از خدمات بانک جی‌پی مورگان استفاده می‌کنند؛ بانکی که سکان‌دارش یعنی جیمی دیمون (Jamie Dimon) همیشه بر طبل انتقاد از بیت‌کوین و ارزهای دیجیتال

به گزارش کوین تلگراف، در آینده‌ای نه‌چندان دور، نسل جدید مشتریان امور مالی می‌توانند در بانک‌ها از خدماتی همچون محصولات اعتباری، حساب‌های پسانداز و سپرده‌گذاری بهره‌مند شوند که مبتنی بر هر دو ارز فیات و دیجیتال هستند. در واقع، مقدمات آنچه درنهایت به تحقق این اتفاق می‌انجامد، هم‌اکنون نیز در حال شکل‌گیری است.

احتمالاً می‌دانید که کراکن (Kraken)، صرافی ارز دیجیتال مستقر در سان‌فرانسیسکو، اکنون نخستین کسب‌وکار فعال در حوزه ارزهای دیجیتال است که در حال تبدیل شدن به یک بانک است. برخورداری از هویت یک بانک قانونی به کراکن اجازه می‌دهد تا خدمات بیشتری را در حوزه بانکی و تأمین مالی به مشتریان کنونی خود ارائه دهد و همچنین آن را قادر می‌سازد تا بدون نیاز به انطباق با قوانین مجزای هر یک از ایالت‌ها در چندین حوزه قضایی فعالیت کند.

در حال حاضر، کراکن با بانک سیلورگیت (Silvergate) همکاری می‌کند تا خدمات سوئیفت و نقل و انتقال مالی بین بانکی آمریکا موسوم به فلدوایر (FedWire) را در اختیار مشتریان خود

پروژه‌های دیفای به شما اجازه می‌دهند که از دیگر معامله‌گران، مشاوره‌های تکنیکال و بنیادی دریافت کنید و در صورت کسب سود، کارمزد اندکی به آنها بپردازید. علاوه بر این به کمک دیفای می‌توانید در دارایی‌های دیجیتال سرمایه‌گذاری کنید، بی‌آنکه مجبور باشید کارمزدهای گرافی را به صندوق‌های سرمایه‌گذاری متدال پرداخت کنید؛ صندوق‌هایی که می‌توانند یک‌شنبه صدها هزار دلار از پس‌انداز بازنیستگی شما را به باد بدنهند. علاوه بر این در حوزه دیفای، سرمایه‌گذاران می‌توانند ابزارهای مشتق شده ارزهای دیجیتال دلخواه خود را در اختیار داشته باشند، بدون آنکه نیاز باشد به طور دائم بین بلاک چین‌ها در رفت‌وآمد باشند. این نوآوری‌ها تنها نوک کوه یخ دیفای است. هرچه این بازار بالغ‌تر می‌شود، پروژه‌های بیشتری پا به عرصه می‌گذارند و خدماتی ارائه می‌دهند که حتی به ذهن کاربران هم خطور نکرده است.

با این حال، فرآگیرشدن پروژه‌های دیفای با یک مشکل اساسی مواجه است و آن این است که مشتریان عام خدمات بانکی نمی‌توانند با پروتکل‌های دیفای کنار بیایند و نحوه کار با آنها را فراموش نکنند. البته که کاربران زیده ارزهای دیجیتال به راحتی می‌توانند آدرس یک قرارداد را روی یک توکن ERC-20 درج کنند، اما دادوست آن روی یک صرافی غیرمت مرکز یا سرمایه‌گذاری آن در پلتفرم‌های وام‌دهی و استخرهای نقدینگی کار هر کسی نیست، چه بر سرده افراد معمولی و مشتریان عام.

حتی اگر یک مشتری عام خدمات بانکی، تمام ثروت و دارایی خود را به ارزهای دیجیتال تبدیل کرده باشد، باز هم تمایل دارد هر از چند گاهی برای رتو و فتق امورات مالی خود به بانک سر بزند. فارغ از این، دولت‌ها در سرتاسر جهان در حال کار روی ارزهای دیجیتال ملی هستند که بدون شک، مشتریان عام، خواهان دسترسی به آنها در بانک دلخواه خود خواهند بود.

پیش از آنکه خیلی دیر شود؛ اگر بانک‌ها به قافله ارزهای دیجیتال نپیوندند، چه سرنوشتی در انتظارشان خواهد بود؟ هر بانکی که طی ۱۸ ماه آینده نتواند تکلیف خود را با ارزهای دیجیتال معلوم کند، ممکن است از سوی کراکن یا دیگر بانک‌هایی که به صفت پذیرندگان این ارزها پیوسته‌اند، از گردونه رقابت در صنعت بانکی حذف شود.

اکنون بهترین زمان برای آن است که بانک‌های سنتی با ارائه خدمات مبتنی بر ارزهای دیجیتال به مشتریان خود بتوانند در راستای تومندسازی هرچه بیشتر آنها قدم ببردارند. اگر آنها هرچه زودتر اقدامات عاجلی در این زمینه انجام ندهنند، موج خروشان ارزهای دیجیتال با برپایی یک نظام مالی نوین جهانی آنها را غرق خواهد کرد.

کوبیده است.

مشتریان در آینده‌ای نزدیک، بانکی را «بانک کامل» می‌دانند که خدمات مالی را در هر دو قالب ارزهای فیات و دیجیتال ارائه کنند؛ بنابراین اکنون بانک‌ها باید ابزارهای لازم را برای بانکداری مبتنی بر ارزهای دیجیتال برای خود فراهم کنند. پذیرش این واقعیت و گذار به‌سوی بانکداری مبتنی بر دارایی‌های دیجیتال، ضرورتی انکارناپذیر است و بانک‌هایی که از این قافله عقب بمانند، جایی در آینده صنعت بانکداری نخواهند داشت.

## مفهوم ابزار مورد نیاز بانک‌ها: ابزارهای اطلاعات قانونی بلاک چینی

یک کارآگاه می‌تواند با ابزارهای ویژه خود از جمله نور سیاه یا پودر اثر انگشت، تمامی شواهد موجود در یک صحنه جرم را استخراج کند. این باور که بیت‌کوین یا بلاک چین، کاملاً خصوصی هستند، بارها رد شده است. درواقع، ارزهای مبتنی بر بلاک چین، بیش از همتایان سنتی خود در برابر بازارسی‌ها آسیب‌پذیرتر هستند. بدیهی است که می‌توان در بلاک چین بیشتر ارزهای دیجیتال، منشا تراکنش‌ها را رهگیری کرد. از این رو بانک‌ها برای پذیرش ارزهای دیجیتال به کاوش‌گران بلاک چین و ابزارهای تخمین ریسک نیاز دارند تا بتوانند سطح خدمات مالی کنونی خود را یک پله ارتفا بدلند.

این ابزارهای اطلاعات قانونی هم‌اکنون نیز وجود دارند و بازرسان با به کارگیری روش‌های همچون خوشبندی می‌توانند ردپایی دیجیتال افراد را در آدرس‌ها، کیف پول‌ها، تراکنش‌ها، بلاک چین‌ها یا دیگر بخش‌ها پیدا کنند. علاوه بر این، شرکت‌های فعال در حوزه اطلاعات قانونی دیجیتال نیز در حال توسعه الگوریتم‌های جستجوی ویژه خود هستند که برای کشف منشا پول‌های مخفی یا برملا کردن هویت مجرمان طراحی شده‌اند.

به یاد داشته باشید که ارزهای فیات همچنان بهترین ابزارهای موجود برای پول‌شویی هستند. ارزهای دیجیتال هنوز در روزهای آغازین حیات خود به سر می‌برند و می‌توانند در آینده‌ای نزدیک به ابزارهای قدرتمندی برای کاهش ریسک پول‌شویی در جهان تبدیل شوند.

## دیفای نمی‌تواند پاسخگوی نیازهای بانکی و مالی مشتریان معمولی باشد

این روزها امور مالی غیرمت مرکز یا دیفای با وعده و وعده‌ای اغراق‌آمیزی در ذهن کاربران جا خوش کرده است، اما اشتباه نکنید؛ اگرچه کشت سود بسیار پر طرفدار است، اما هنوز تا تبدیل شدن به یک خدمات متعارف مالی فاصله زیادی دارد.

# ورود به عصر فناوری‌های جدید؛ «دنیای رمز ارزها» را بپذیریم

■ احسان قاضی‌زاده، فعال حوزه رمزارز



هم جواب بله است و هم خیر. اگر منظور تحریم‌های دولت بر علیه دولت است و تحریم‌های حاکمیتی مدنظر باشد در بحث ارزهای دیجیتال در گستره کلان باید ابتدا به این مرحله از توافق رسید که آیا طرف مقابل می‌پذیرد که وارد این حوزه شود و مثلاً بدھی خود را در قالب رمزارز یا رمز دارایی بدهد و دوم آنکه آیا حجم بازار کریپتوکارنسی کل جهان این کشش را دارد که همچنین حجمی را تواند بدون مشکل، به توکن تبدیل کند؟

اما اگر تجارت‌های خرد و کوچک را حساب کنیم، این ارزهای دیجیتال می‌تواند بسیار کمک‌کننده باشد و در واقع، از زمان فرآگیر شدن این نوع ارزها در بازارهای بین فردی و خرد، ما با تسهیل شدن سازوکار آن مواجه هستیم.

نه فقط در ایران بلکه در همه جای دنیا این اتفاق افتاده است و هر از چندگاهی مدل‌هایی از کسب‌وکارها و استارت‌آپ‌هایی می‌آید که خدمات ارزش افزوده بر روی داده‌های کریپتوکارنسی ارائه می‌دهند که جای تنفس جدید در فضای کسب‌وکار را ایجاد می‌کنند. به عنوان مثال، بیرون از ایران نوعی از کسب‌وکار شکل گرفته بود که مسترکارت و کارت‌های اعتباری ارائه کنند که قابلیت شارژ با بیت‌کوین داشته باشد. این اتفاق جالبی بود ولی به خاطر مسئله رگولاتوری (مقررات دولتی) یکی این نوع کسب‌وکارها از بین رفتند.

اتفاقی که در دنیای دیجیتال افتاده است برای کسب‌وکارهای خرد بسیار کمک کننده بوده است. بهنحوی که اگر دو طرف معامله بپذیرند هر دو با ادبیات کریپتوکارنسی با هم صحبت کنند به مرور این امر در کسب‌وکارهای متوسط و بزرگ‌مقیاس هم قابل اجرا می‌شود.

## وظیفه چه نهادی رگولاتوری و مقررات گذاری رمزارزها می‌تواند باشد؟

به نظر می‌آید اگر نگاه مابه کریپتوکارنسی به عنوان یک نگاه پولی و ابزار پرداخت باشد که جزو بدن مالی کشور محسوب شود، باید بانک مرکزی این امر قانون‌گذاری و نظارت را انجام دهد.

ولی نگاه به اینکه آیا اساساً بیت‌کوین و اتریوم ارز هستند، یک نگاه جلوتری است. چرا که بسیاری از کشورها نگاه ارزی به این ماجرا ندارند و نگاه دارایی رمزنگاری شده دارند یعنی چیزی مانند طلا و نقره که در حال مبادله است و تبدیل به یورو و دلار می‌شود.

## جمع‌بندی

در نهایت همان طور که در حوزه استخراج هم وزارت صنعت، معدن و تجارت متولی آن شده است و قانونی را ایجاد کرده است. از سوی دیگر هم، هیچ مجموعه‌ای در حوزه تبادل ارزهای دیجیتال و رمزارزها بهتر از بانک مرکزی نمی‌تواند مبادلات را رصد و نظارت کند.

منبع: این

باید به فکر زیرساخت‌های مناسب برای ارزهای دیجیتال باشیم، هیچ نهادی در حوزه تبادل ارزهای دیجیتال و رمز ارزها بهتر از بانک مرکزی نمی‌تواند مبادلات را رصد کند.

## اهمیت و توجه به رمزارزها و ارزهای دیجیتال

ما چه بخواهیم چه نخواهیم در عصر دیجیتال هستیم و قطعاً پول رایج و پول حاکم بر اقتصادهای فعلی نیز باید چیزی شبیه اقتضایات عصری باشد که در آن قرار داریم.

گاهی ارزهای دیجیتال با رمز ارزها یا رمز دارایی‌ها اشتباہ گرفته می‌شود، در سال ۲۰۰۹ با تولد بیت‌کوین اتفاق متفاوتی در ارزهای دیجیتال صورت گرفت.

اینکه بدون جایه‌جایی فیزیکی پول بتوان یک ارزشی را جایه‌جا کرد و توکن دیجیتال صاحب یک ارزشی شود و به عنوان کالای مبادلاتی پذیرفته شود، این تعریف ارز دیجیتال است. اما بحث رمزارز یا رمزدارایی را از ارزهای دیجیتال‌ها مقوله‌ای جدا است؛ در مفهوم رمزدارایی‌ها و رمزارزهای جدید مفهوم بلاکچین و غیر تمرکزگرایی و اساس رمزنگاری شدن برای جلوگیری از تقلب خیلی بارز و مشخص است که برجسته‌ترین آن بحث تعاملات و مراودات مالی بیت‌کوین است.

اگر بخواهیم بدانیم که واکنش بانک‌های مرکزی به طور عام نسبت به این مفهوم چگونه است، تاکنون برای آن یک تصمیم واحد و سیاست‌گذاری واحد حتی در کشورهای توسعه‌یافته اتخاذ نشده است.

در برخورد دولتها با این موضوع، رویه واحدی وجود ندارد، در بعضی کشورها تلاش کرده‌اند آن را راگوله (قانون‌گذاری) کنند و یا حالت نیمه‌رگوله برقرار کنند. تعدادی از دولتها آن را منوع کرده و در برخی دیگر از کشورها حمایت‌های بسیار وسیعی از آن انجام شده است تا جایی که الان رمزارزهای دولتی را پیاده‌سازی می‌کنند. به طور مثال، کشوری مثل چین را داریم که مبادلات با بیت‌کوین را ممنوع اعلام کرده است و یوآن دیجیتال را به صورت آزمایشی در شهر شنزن پیاده‌سازی می‌کند و برنامه‌های بسیار بلندپروازانه‌ای برای این موضوع دارد.

اقتصاد امروز به طور کامل به سمت دیجیتالی شدن در حال حرکت است، توکایز شدن در همه جای دنیا در حال پیگیری است و حتی دارایی‌های فیزیکی مثل زمین، طلا و سهام شرکت‌ها در حال توکایز شدن در بستر بلاکچین‌های مختلف است. پس این اتفاق در حال وقوع است و ایران هم در این موج باید از اکنون به فکر باشد و زیرساخت‌های آن را ایجاد کند و با اتخاذ سیاست‌های بلندمدت، منافع کشور را در آن لحاظ کند. آیا می‌توان از ارزهای دیجیتال جهت خنثی‌کردن تحریم‌های طور موثر استفاده کرد؟

## قا ۵ سال آینده ارزهای دیجیتال جایگزین واحدهای پولی می‌شوند

■ پرham رضایی، نایب رئیس اتاق بازرگانی ایران و هند



هر چند از سالهای گذشته تاکنون سیاست‌هایی تحریمی مختلفی برای ایران وضع شد و تحریم‌ها شدت گرفت و منجر به محدودیت‌هایی برای اقتصاد و تجارت شد؛ اما از قدیم گفته‌اند آب راه خود را پیدا می‌کند. تجارت ایران نیز با وجود همه محدودیت‌ها تاکنون متوقف نشده و راههای مختلفی را طی کرده است.

یکی از این راه‌ها، استفاده از پول‌های محلی کشورها در روابط فی‌مابین است، ایران چندین سال است که عملاً با دلار فعالیت تجاری انجام نداده و این واحد پولی فقط به عنوان یک عدد نمادین پایه‌گذاری می‌شود.

در واقع پایه نرخ دلار در ایران مبنا قرار می‌گیرد و بر این اساس مقیاس ارزهای دیگر مشخص می‌شود. در حال حاضر متقاضی دلار فقط دو گروه هستند، مسافران و کسانی که قاچاق می‌کنند.

استفاده از پیمانهای پولی و استفاده از ارزهای مشترک دو کشور راهکار خوبی در شرایط کنونی اقتصاد ایران است و بر همین اساس ما با روبل روسیه و روپیه هند و ین‌ژاپن و ... کار می‌کنیم که البته در حال حاضر به دلیل تحریم‌ها تا حدودی معاملات ما محدود به چند کشور خاص شده است.

دنیا در حال حرکت به سمت اقتصاد دیجیتال است و مدل تجارت در آینده خیلی نزدیک تغییر خواهد کرد، در کمتر از ۵ سال آینده عنوانی با نام واحد پولی وجود نخواهد داشت و ارزهای دیجیتال وارد بازار می‌شوند. هرچند امروز هم شاهد این هستیم که بسیاری از کشورها ارزهای دیجیتال را به رسمیت شناخته‌اند و با این نوع ارز کار می‌کنند.

در این شرایط بهتر است، کشورهایی که با هم متحده‌اند و روابط اقتصاد خوبی با هم دارند هرچه سریع‌تر وارد این عرصه شوند و واحد ارزی مشترکی ایجاد کنند تا تجارت فی‌مابین را گسترش دهند. مصدق این موضوع در بخش تجاری می‌تواند قراردادهای تجارت ترجیحی با هدف تراز متعادل وارداتی و صادراتی باشد و در واحد پولی هم می‌تواند در قالب همین ارز دیجیتال مشترک شکل بگیرد.

دلار نه تنها فقط در اقتصاد ایران تاثیرگذار است بلکه در همه دنیا برای قیمت‌گذاری ارز خود، آن را نسبت به دلار می‌سنجند. در اروپا هم برای اعلام نرخ یورو به عنوان نمونه می‌گویند امروز یورو ۱.۴ دلار است. این در حالی است که کشورهای اروپایی به هیچ عنوان با دلار تجارت نمی‌کنند.

### تجارت ایران و هند بر اساس پول محلی

در قرارداد دوجانبه میان ایران و هند معاملات پولی بر اساس روپیه بود که در دو سال گذشته یورو هم در سبد ارزی هند قرار گرفت. ما بهازای نفتی که به هند می‌فروختیم روپیه طلب داشتیم، اما زمانی که آمریکا از برجام خارج شد و بعد از تحریم دوباره ایران، قراردادی با هند منعقد کردیم که بخشی از واحد پولی معاملات روپیه و بخشی از آن یورو بود.

منبع: پژوهشکده پولی و بانکی



# بررسی وضعیت ایمن بودن سرمایه‌گذاری در بازار ارزهای دیجیتال

ارز دیجیتال یکی از حوزه‌های جذاب برای سرمایه‌گذاری در سراسر جهان است، این بازار در ایران نیز طرفداران خاص خود را دارد. حوزه رمزارزها یکی از بازارهایی است که به عقیده برخی افراد می‌تواند محلی جذب برای جذب نقدینگی‌ها باشد، البته بسیاری از افراد بازار رمزارزها را ناشناخته دانسته و از ورود به آن هراس دارند.

رایانه‌ای استان تهران با بررسی وضعیت بازارهای اقتصادی و بیشتر شدن توجه به بازار رمزارزها گفت: اکنون بازارهای داخلی همراه با نوسان بوده و مسائلی همچون انتخابات ریاست جمهوری آمریکا به تنش‌ها بیشتر دامن می‌زنند، در این شرایط توجه سرمایه‌گذاران بیش از هر زمان دیگری به بازار رمزارزها جلب می‌شود. اما مسئله‌ای که وجود دارد این است که ما با بازه‌ای کم عمق رو به رو هستیم و نباید این انتظار را داشته باشیم که این بخش از هرگونه نوسان به دور باشد. به عبارتی دیگر نمی‌توان انتظار داشت که تمام افراد در این بخش سرمایه‌گذاری کنند و شاهد بازدهی همیشه بالا باشند. این کارشناس بازار ارزهای دیجیتالی ادامه داد: در یک جمع‌بندی می‌توان گفت که بازار رمزارزها، بازاری قابل توصیه برای سرمایه‌گذاری است اما این توصیه یک شرط اصلی دارد. شرط آن این است که افراد برای حضور و سرمایه‌گذاری در این حوزه باید از دانش و شناخت دقیقی برخوردار باشند.

### بازار ارزهای دیجیتال همراه با نوسانات بالا است

قربانی در ادامه گفت و گو با اشاره به نوسانات بالای بازار رمزارزها و همچنین جذابیت این بخش برای سرمایه‌گذاران به ضرورت آموزش‌های لازم و دانش دقیق افراد تاکید کرد و در این باره گفت: ما اکنون به بازارهای بورس جهانی دسترسی نداریم،

مدتی است که بازارهای اقتصادی روزهای پرنوسانی را پشت سر می‌گذارند، در این میان برخی‌ها بازار ارزهای دیجیتال را محلی مناسب برای سرمایه‌گذاری می‌دانند. اما تصور ورود به این بازار به دلیل ناشناخته بودن آن برای سرمایه‌گذاران همراه با هراس بوده، البته با وجود هراس و ناشناخته بودن بازار این بخش همیشه مورد توجه، بحث و بررسی قرار داشته است. مهم‌ترین مسئله‌ای که باعث توصیه کارشناسان برای استفاده از رمزارزها می‌شود دور زدن تحریم‌ها به واسطه ارزهای دیجیتالی است. برخی از تحلیلگران معتقد‌قد در شرایط تحریم‌ها که تمام تراکنش‌ها و مبادلات مالی به سختی انجام می‌شود ارز دیجیتالی می‌تواند مسیری برای دور زدن تحریم‌ها باشد.

البته هستند کارشناسانی که بر این باورند اگر ارزهای دیجیتال در معاملات استفاده شود مشکلاتی برای اقتصاد به وجود خواهد آمد و تورم یکی از اصلی‌ترین چالش‌های به وجود آمده خواهد بود، چرا که تراکنش ارزهای دیجیتال سرعت گردش پول را افزایش می‌دهد که نتیجه آن تورم است. حال این پرسش مطرح می‌شود که با وجود اما و اگرها و همچنین شرایط فعلی بازارهای اقتصادی آیا بازار ارزهای دیجیتالی پتانسیل جذب نظر سرمایه‌داران را دارد یا خیر؟

رضا قربانی، رئیس کمیسیون فین‌تک سازمان نظام صنفی

فعالان را با تهدید رو بیهوده کرد به خصوص افرادی که در چندماهه اخیر وارد بازار شده بودند؛ بنابراین ریسک ذات هر بازاری است و نمی‌توان کاری کرد که میزان آن کاهش یابد. در خصوص بازار ارزهای دیجیتالی نیز نمی‌توان انتظار داشت که با دستورات و یا اقداماتی از سوی دولت و یا هر نهاد دیگری بتوان ریسک‌ها را کاهش داد.

وی با بیان این مسئله که صندوق‌هایی برای مدیریت فعالیت و معاملات در بازار رمزارز در حال شکل‌گیری است، گفت: در دنیا صندوق‌های سرمایه‌گذاری همچون صندوق‌هایی که در بازار بورس وجود دارد برای بازار رمزارزها در حال شکل‌گیری است که دارایی‌ها را مدیریت کنند، البته ما چنین صندوق‌هایی را در ایران نداریم و هنوز در پیچ و خم قانونی بودن و نبودن چنین فعالیت‌هایی هستیم.

برخی کشورها به در مسیر ساخت چنین صندوق‌هایی هستند اما ما تا آن مرحله فاصله بسیاری داریم. متاسفانه اکنون در کشور هیچ چارچوبی برای فعالیت‌ها نداریم اما اگر سرمایه‌گذاران وقت برای آموزش بگذارند و با دانش وارد بازار شوند حتماً می‌توانند فعالیتی با بازدهی مناسب داشته باشند.

سرمایه‌گذاران نباید به شایعات و وعده‌ها برای پوشش ریسک از سوی برخی از افراد توجهی کنند و خودشان به دنبال راه درست و امن باشند. البته سیستم‌هایی هستند که در این حوزه فعالیت می‌کنند، ریسک‌هایی را پوشش دهند و می‌توانند مسیر را به سرمایه‌گذاران نشان دهند اما در سطح رسانه نمی‌توان این سیستم‌ها را معرفی کرد.

منبع: ابتکار



بازار بورس داخلی مان نیز محدود و کم‌عمق است و از سوی دیگر بازارهای غیرمولد همانند سکه، طلا و ارز در اقتصاد وجود دارد، در این شرایط بازاری مثل رمزارزها به خصوص ارزهای دیجیتالی شناخته شده مثل بیت‌کوین و اتریوم بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد بنابراین این بازار قابل توصیه برای سرمایه‌گذاری بوده به خصوص که اخیراً به دلیل برخی دلایل فضای برای این بازار مثبت شده است.

وی اظهار کرد: البته من نمی‌خواهم در بررسی‌هایم بر روی سرمایه‌گذاری در این بازار مانور دهم چرا که این بازار نسبت به کلاس‌های دارایی دیگر نوسانات بسیار زیادی دارد و افراد قبل از ورود باید تمام جوانب را در نظر بگیرند.

رئیس کمیسیون فین‌تک سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران به میزان بازدهی این بخش اشاره کرد و گفت: بازدهی در این بازار دلاری بوده و این در حالی است که نرخ دلار نیز در داخل افزایش یافته و این مسئله بازدهی در بازار رمزارزها را بالا می‌برد، بنابراین هم از لحظه‌ی ریالی و هم از لحظه دلاری ما شاهد بازدهی بودیم.

وی با اشاره به وضعیت کلاس‌های دارایی و مقایسه آنها با بازار رمزارز ادامه داد: با توجه به مسائل اشاره شده می‌توان گفت بازار رمزارز برای افرادی که سرمایه‌ای در دست دارند و حاضرند ریسک بالایی را قبول کنند می‌توانند بازاری جذاب باشد. ریسک بالا به این معنا که اگر تمام سرمایه را از دست بدند مشکلی برایشان به وجود نمی‌آید در آن شرایط بازار رمزارز بازاری مناسب و جذاب برای سرمایه‌گذاری خواهد بود، به خصوص در شرایط فعلی که ما در شش کلاس دارایی خودرو، ملک، بورس، دلار، طلا و سکه مشکلاتی بنیادی پیدا کرده‌ایم اما همانطور که تاکید کردم افرادی باید به این فضا ورود پیدا کنند که سواد کافی و دانشی دقیق داشته باشند.

### نمی‌توان انتظار داشت که با راهکارهایی ریسک بازار را کاهش داد

قربانی در پاسخ به این پرسش که آیا می‌توان با راهکاری میزان ریسک‌ها را در بازار رمزارزها کاهش داد یا خیر، گفت: درست است که قیمت رمزارزی همانند بیت‌کوین طی سال‌های گذشته در مدار افزایش قرار داشته و لی این افزایش همراه با نوسانات شدید بوده و این بازار نسبت به هر اتفاقی واکنش‌های سریع داشته است و همین مسائل می‌تواند ریسک‌هایی را برای سرمایه‌گذاران به وجود بیاورد.

چنین ریسک‌هایی در بازارهای دیگر همچون بازار بورس نیز وجود دارد، ما شاهد بودیم که شاخص بورس ماهها پرشتاب در حال رشد بود و پس از آن ریژن‌هایی اتفاق افتاد که سرمایه



## آیا رمざارزها سرمایه‌گذاری اینمنی در کشور هستند؟

بر اساس مقاله‌ای در خصوص بازار ارزهای دیجیتال از سال ۲۰۱۲ تا امروز یعنی حدود ۱۱۰ ماه گذشته، ارز بیت‌کوین تنها ۶ یا ۷ ماه در ضرر و بقیه ماهها سودآور بوده که این موضوع در مقایسه با بازار کنونی بورس ایران که سه ماه متمادی ریزشی بوده، بسیار قابل تأمل است.

شما نیز نمی‌توانید پول خود را منتقل کنید، این یک اتفاق عادی روزانه در تمام بانک‌ها است.

این کارشناس ارزهای دیجیتال بیان کرد: در سیستم بلاکچین تمام اطلاعات تراکنش‌های هر فرد ثبت و ذخیره شده و هر کسی که به اینترنت آزاد دسترسی دارد می‌تواند از این داده‌ها استفاده کند. بلاکچین مربوط به گروه خاصی نیست، در بلاکچین اصطلاحی به نام کلید عمومی و کلید خصوصی وجود دارد که به آن امضای دیجیتال می‌گویند و به وسیله آن می‌توان به سیستم شبکه بلاکچین متصل شد.

### تمام رمزاوژها در جهان مورد تایید نیستند

وی خاطرنشان کرد: امروزه حدوداً ۴۳۰۰ رمزاوژ در جهان وجود دارد که همه آن‌ها مورد تایید نیستند زیرا کسی که برنامه‌نویسی رمزاوژها را بداند می‌تواند با نوشتن الگوریتم ریاضی یک سری توکن یا همان ارز دیجیتال را ایجاد و در فضای اینترنت

سعید شفائی در خصوص مفهوم ارزهای دیجیتال، اظهار کرد: این ارزها قسمت مالی سیستم بلاکچین هستند. یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های بلاکچین، امنیت بالای آن است و می‌توان به آن سیستم اینترنت امن یا ارتباطات امن نیز اطلاق کرد.

وی افروز: بلاکچین یا ارتباطات امن می‌تواند در زمینه‌های مختلف مورد استفاده قرار گیرد، به طور مثال می‌توان در برگزاری انتخابات و اخذ آرا از آن استفاده کرد و اطمینان داشت هر فرد فقط یکبار رای داده، آن رای تنها یکبار شمارش شده و تقلیبی صورت نگرفته است اما ویژگی بعدی بلاکچین آن است که مربوط به یک شرکت، سایت، دولت یا کشور خاص نیست و مربوط به اینترنت آزاد است که تمام مردم دنیا در سراسر جهان به آن دسترسی دارند.

شفائی ادامه داد: به طور مثال شما می‌خواهید پولی را به صورت اینترنتی در سیستم بانکی انتقال دهید، اگر در آن ساعت سیستم شاپرک که سرور آن در بانک مرکزی است، قطع باشد، تمام تراکنش‌هایی که در ایران انجام می‌گیرد، قطع می‌شود، در نتیجه

به تبع آن تحریم تمام تراکنش‌های مالی به سختی می‌توان مبادلات ارزی را با سایر کشورها انجام داد. این در صورتی است که می‌توانید همان مقدار پول را در صرافی به بیت‌کوین، دلار الکترونیک و یا هر ارز دیجیتال معتبر دیگر تبدیل کرده و به هر نقطه جهان در همان لحظه منتقل کنید. اگر دولت سیستم جدید تجارت الکترونیک با ارز دیجیتال را در کشور قانونی و نهادینه کند، می‌تواند بدون اینکه تحریم‌ها بر آن اثر داشته باشد، مبادلات تجاری خود را با سایر کشورها را بدون اینکه در دنیا قابل بیگیری باشد، به راحتی انجام دهد.

شفائی در پاسخ به سوالی در مورد امکان پول‌شویی در صورت استفاده از ارزهای دیجیتال عنوان کرد: نمی‌توان این قضیه را انکار کرد اما این احتمال در تمام روش‌های سنتی بانکی نیز وجود دارد و اگر دولت بستر مناسبی برای این روش انتقال ارزی فراهم کند، مبادلات به راحتی انجام می‌گیرد و مزایای آن بیشتر از معایب آن خواهد بود.

### دولت بستر مناسبی برای اجرا و بومی‌سازی رمزارزها ایجاد کند

این کارشناس ارزهای دیجیتال تصریح کرد: هر زمان پدیده‌ای نو ظهور در جهان مطرح می‌شود و پا به کشور ما می‌گذارد، در بد و ورود دولت نسبت به آن موضع‌گیری کرده و با آن مقابله می‌کند اما پس از مدتی که این پدیده در جهان فراگیر شد، سیاست‌گذاران اقتصادی مجبور می‌شوند با تصویب قوانین و لوابح آن را بپذیرند. بهتر آن است که دولت بستری مناسب برای تحقیق، اجرا و حتی بومی‌سازی رمزارزها که پدیده علمی و فناوری است، ایجاد کرده و از افراد متخصص برای اجرایی شدن آن بهره ببرد، سپس قوانینی در جهت اعتلا بیشتر کشور و جامعه وضع نماید.

### بیت‌کوین در ۱۱۰ ماه گذشته تنها ۶ ماه در ضرر و بقیه ماه‌ها در سود بوده است

وی با اشاره به شرایط کنونی تحریم بانکی و عدم امکان ورود پول حاصل از صادرات به کشور خاطرنشان کرد: یکی از بهترین گزینه‌ها برای رفع این مشکل مبالغه با ارزهای معتبر دیجیتال است. بر اساس مقاله‌ای در خصوص بازار ارزهای دیجیتال از سال ۲۰۱۲ تا امروز یعنی حدود ۱۱۰ ماه گذشته، ارز بیت‌کوین تنها ۶ ماه در ضرر و بقیه ماه‌ها سودآور بوده که این موضوع در مقایسه با بازار کنونی بورس ایران که سه ماه متمادی ریزشی بوده، بسیار قابل تأمل است.

شفائی افزود: بازار ارزهای دیجیتال با بازار سرمایه ایران قابل قیاس نیست، زیرا بازار رمزارزها بازار وسیع جهانی بوده و بهتر است بازار بورس ایران را با بازار فارکس قیاس کنیم، به این دلیل

پخش کرده و ارز تقلیبی ایجاد کند اما آنچه رمزارزهای معتبر جهان را از رمزارزهای تقلیبی متمایز می‌کند، الگوریتم آن‌ها است که متعلق به شخص خاصی نیست.

شفائی گفت: دسترسی به ارزهای معتبر دیجیتال توسط پردازشگرهای قوی به نام ماینر انجام می‌شود، بدین صورت که ماینرهای یک سری معادلات ریاضی را حل کرده و در قبال آن اعدادی را پاداش می‌گیرند، به این عمل استخراج می‌گویند. این اعداد در دنیای واقعی ارزشی ندارد اما در دنیای اینترنت تبدیل به ارز دیجیتال شده و در کیف پول مجازی اشخاص قرار می‌گیرد که ارزش مالی دارد و می‌توان این ارزها را در صرافی‌ها به ارزهای دیگر مانند دلار تبدیل کرد.

این کارشناس ارزهای دیجیتال در خصوص دلیل افزایش شدید ارزش معروف ترین ارز دیجیتال عنوان کرد: در حقیقت به این دلیل روزبه روز به ارزش بیت‌کوین افزوده می‌شود که هر روز تعداد باقیمانده این رمزارز کاهش می‌یابد. تعداد بیت‌کوین در جهان تنها ۲۱ میلیون واحد بوده و تابه‌حال ۱۸.۵ میلیون آن توسط افراد مختلف از سراسر جهان استخراج شده است.

وی با اشاره به مزیت سیستم بلاکچین و انتقال ارز دیجیتال تصریح کرد: سیستم بانکداری زیر نظر دولت یا شرکت‌های خصوصی است و دولت یا بانک‌های خصوصی می‌توانند هر لحظه تراکنش‌های شما را ببینند، به حساب شخصی شما دسترسی داشته و در آن دخل و تصرف کنند. هنگامی که بخواهیم در سیستم بانکداری پولی را به شخص دیگری انتقال دهیم، چندین واسطه شامل بانک مبدأ، بانک مقصد و سیستم پرداخت وجود دارد.

شفائی اضافه کرد: برای انتقال ارزهای دیجیتال تنها یک فرستنده، یک گیرنده و سیستم بلاکچین وجود دارد که به معاملات و تراکنش‌ها سرعت می‌بخشد، ضد سانسور است، دولت‌ها و شرکت‌ها نمی‌توانند در آن دخل و تصرف داشته باشند و از همه مهم‌تر بدون مرز است.

این کارشناس ارزهای دیجیتال بیان کرد: اگر شما بخواهید پولی را برای دوست خود در سوئیس منتقل کنید، آیا می‌توانید از طریق خودپرداز این کار را انجام دهید؟ جواب قطعاً منفی است و شما برای این انتقال باید در ساعت‌های اولیه صبح به بانک رفته، فرم انتقال ارز بین‌المللی را پر کنید، بانکدار نیز پول را از شما دریافت کرده، قیمت دلار روز را محاسبه و درصد بانک را اضافه می‌کند، سپس در سیستم پرداخت حداقل سه روز طول می‌کشد پول به کشور مقصد و حساب شخص موردنظر شما واریز شود.

دولت می‌تواند از ارز دیجیتال بدون تاثیر تحریم‌ها، برای مبادلات تجاری خود استفاده کند وی خاطرنشان کرد: در شرایط کنونی تحریم‌ها علیه ایران و

### روش کسب درآمد از ارزهای دیجیتال

وی در خصوص روش کسب درآمد از ارزهای دیجیتال بیان کرد: راه اول کسب درآمد این است که می‌توان ارزهای دیجیتال را خرید و فروش یا اصطلاحاً «ترید» کرد. دومین روش استخراج یا اصطلاحاً «ماینینگ» رمزارزها است که به‌وسیله دستگاه‌های ماینر انجمام می‌کیرد. سومین راه نگهداری یا سرمایه‌گذاری در بازار ارزهای دیجیتال است که ساده‌ترین روش سرمایه‌گذاری بوده و بدون هیچ ایده و فکر خلاقانه‌ای با حداقل ریسک انجام می‌شود. روش چهارم نیز روش‌های پرداخت است.

شفائی با اشاره به مزیت‌های بلاکچین و رمزارزها گفت: اقتصاد کشور ما بیمار شده، علاوه بر آن آفت بزرگ تحریم‌ها اثر مخرب‌تری بر درد بی‌درمان اقتصاد گذاشت، موجب فاصله زیاد بین ریال و دلار شده و در واقع ارزش پول ملی به شدت کاهش یافته است.

این کارشناس ارزهای دیجیتال ادامه داد: دولت در این شرایط خاص می‌تواند به صورت هوشمندانه با به کارگیری ارزهای دیجیتال و قانونی کردن آن در کشور اثر سلطانی تحریم‌ها را کم‌زنگ کرده و اصطلاحاً آن‌ها را دور بزند. همچنین دولت با تصویب قانون استفاده از رمزارزها می‌تواند در بازار، کسب‌وکارهای جدیدی ایجاد کرده و یا حتی به‌وسیله کاربردهای دیگر ارزهای دیجیتال از آن‌ها در بهبود و پیشرفت مشاغل گوناگون بهره ببرد.

منبع: ایسنا

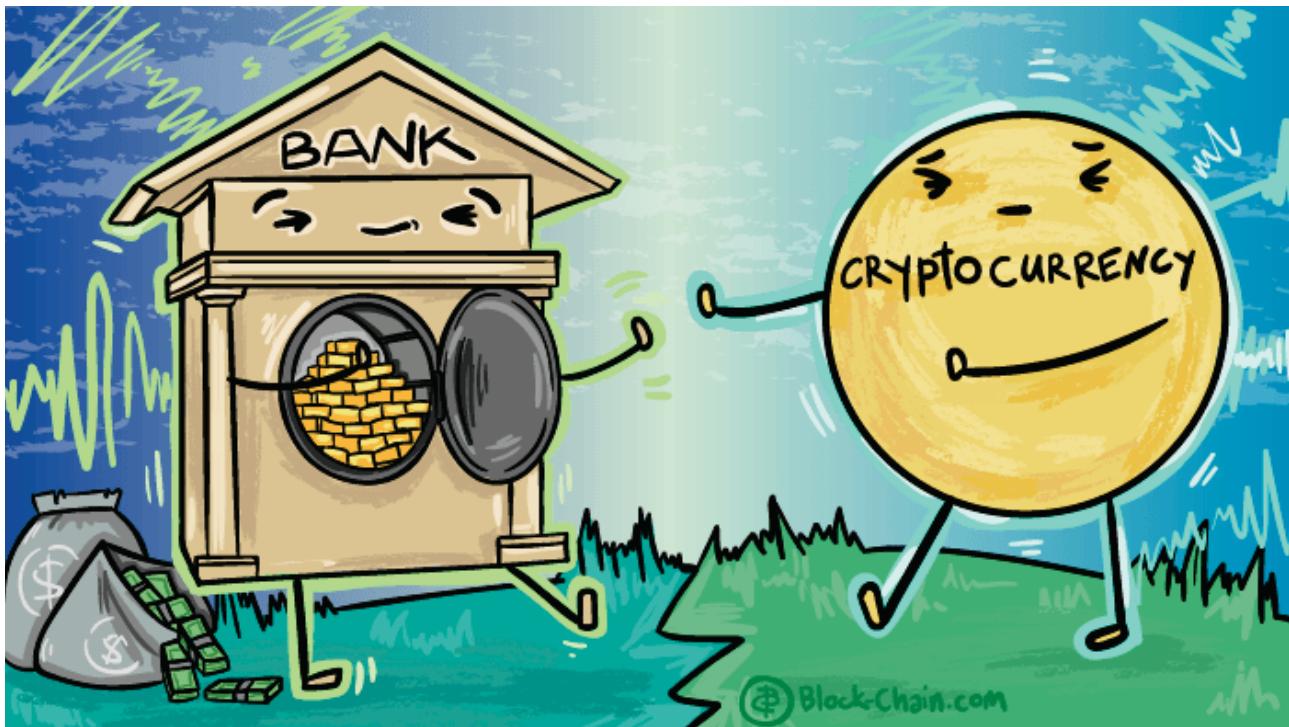
که بازار ارزهای دیجیتال سودآوری بیشتر و فرصت سرمایه‌گذاری بهتری داشته است.

این کارشناس ارزهای دیجیتال در خصوص دلیل سودآورتر بودن بازار ارزهای دیجیتال نسبت به بازار بورس گفت: سرمایه‌گذاران در بازار بورس ایران درآمد ریالی دارند، بنابراین افراد در بازار ارزهای دیجیتال درآمد دلاری داشته و علاوه بر آن از رشد قیمت دلار هم سود کسب می‌کنند. به عنوان نمونه حدود یک سال پیش قیمت یک بیت‌کوین تقریباً حدود ۸۰ تا ۱۰۰ میلیون تومان بود اما امروز قیمت هر واحد بیت‌کوین معادل ۳۸۰ میلیون تومان است.

وی در مقایسه بین بیت‌کوین و طلا عنوان کرد: بیت‌کوین همان سکه طلای دیجیتال بوده و نگهداری آن راحت‌تر از سکه و طلا به عنوان یک کالا است.

سیستم امنیتی بیت‌کوین از سیستم بانک مرکزی قوی‌تر است این کارشناس ارزهای دیجیتال در پاسخ به سوالی پیرامون امنیت شبکه ارزهای دیجیتال در برابر حمله هکرها و امکان هک کردن این سیستم تصریح کرد: گاهی هکرها سایت خزانه‌داری آمریکا و بانک مرکزی ایران را نیز هک می‌کنند اما اگر متخصصان سیستم ارزهای دیجیتال امنیت این شبکه را در بالاترین سطح طراحی و باگ‌های آن را رفع کرده باشند، امکان این رخداد به صفر می‌رسد. سیستم امنیتی بیت‌کوین از سیستم بانک مرکزی به مراتب قوی‌تر است. شاید هکرها بتوانند به سیستم بانک مرکزی نفوذ کرده و اختلال ایجاد کنند یا دستبرد بزنند اما بلاکچین احتمال هک شدن رمزارزها را متنفسی می‌کند.





## ارز دیجیتال از نگاه بانک‌های مرکزی دنیا

ارزهای دیجیتال با ساختاری فراتر از قانون‌های حاکمیتی این امکان را به متقاضیان می‌دهند که بدون هیچ‌گونه ردیابی بتوانند با مردم دنیا تبادل کنند؛ این در حالی است که بانک جهانی در صدد است چنین سیستمی را تحت پوشش قانونی خود به بهانه پول‌شویی قرار دهد.

هنوز فقط اسمش زیاد در ایران پیچیده ولی تعداد فعالیتی که در آن اقدام به معامله‌گری می‌کنند اندک است. از این تعداد هم به گفته خبرهای این فن ۹۵ درصدشان در ورود اول دچار زیان می‌شوند. بازار ارز دیجیتال که هنوز اول جوانی خود را در جهان سپری می‌کند، اما گفته شده که ریشه آن به سال ۱۹۹۰ بر می‌گردد یعنی زمانی که شرکت دیجی‌کش توسعه دیوید چاوم بستری برای بانک‌ها فراهم می‌کند تا به وسیله آن قابلیت انتقال ارزش به صورت الکترونیکی را فراهم کند.

خاص (مانند کاربران یک بازی یا یک نرم‌افزار) مورد استفاده و پذیرش قرار می‌گیرند، اما رمز ارز یک نوع ارز دیجیتال رمزنگاری شده است، برای درک یک تصور بهتر، می‌توان آن را با پول حقیقی مقایسه کرد، در دنیایی حقیقی پول با یکسری از پشتونهای مانند طلا و غیره دارای ارزش است در غیر این صورت پول یک‌تکه کاغذ بی‌ارزش می‌باشد، در ارز رمزنگار هم برای ایجاد یک پول از کدهای رمزی که بر پایه معادلات ریاضی بنا شده استفاده کردند، یعنی شما یک پول در دنیایی غیرفیزیکی را با رمز به مردم نشان می‌دهید که قابل‌لمس نیست که برخی برای نزدیک کردن آن به علم اقتصاد عنوان کردند که پشتونه رمز ارزها، کدهای و معاملات ریاضی است.

در دنیایی مجازی تاکنون بیش از ۳ هزار رمز ارز تولید شده که اولین و بزرگ‌ترین آن بیت‌کوین است و بعد از آن اتریوم،

به گزارش بازار؛ تعاریف متعدد و تقسیم بندی‌ها متفاوتی در خصوص ارز دیجیتال صورت گرفته که به نظر می‌رسد کامل ترین آن بر اساس دیدگاه فعالان بازارهای مالی حقیقی و مجازی این است که ارز دیجیتال نماد غیرفیزیکی ارزهای رایج حقیقی و ارزهای مجازی است.

یکی از اشتباهات رایجی که بسیاری از افراد نسبت به ارز دیجیتال دارند این است که فکر می‌کنند ارز دیجیتال همان ارزهای رایج در فضای اینترنت است مثل بیت‌کوین یا اتریوم، اما در حقیقت این‌ها جزوی از ارز دیجیتال هستند و به آن‌ها رمز ارزها یا ارز رمزنگار هم گفته می‌شود.

در یک تعریف ساده ارز دیجیتال شامل ارز مجازی و رمز ارزها می‌باشد. ارز مجازی در واقع یک نوع ارز دیجیتال است که توسط سازنده‌ی آن کنترل شده و توسط اعضای یک جامعه‌ی مجازی

پول مردم سوخت شود

## چگونه وارد بازار ارزهای دیجیتال شویم؟

کسانی که علاقه‌مند به فعالیت در بازارهای ارزهای دیجیتال هستند در ابتدا باید از سایت خود بیت‌کوین کیف پولی ایجاد کنند تا تمام معاملات آن و حتی رمزارزهای در آن ذخیره شوند سپس برای خرید ارز دیجیتال علاوه بر خود سایت ارزهای دیجیتال از سایر سایتها معتبر هم می‌توانند خرید کنند.

سیاوش نیمايی که بر اساس گفته‌های خودش بیش از ۸ سال است که در بازار ارزهای دیجیتال فعال است در مورد خرید و فروش

ارز دیجیتال گفت: هنوز ایران مانند سیاری از کشورها ماهیت ارزهای دیجیتال را به رسمیت نشناخته است اما بهزودی با توجه به توسعه این نوع از پول‌ها مجبور است که آن را به رسمیت بشناسد. با توجه به زیاد شدن سایتها و کانال‌های خرید و فروش ارز دیجیتال، تهیه آن به این سادگی نیست و بسیار خطرناک است.

نیمايی اضافه کرد: گول تبلیغات سایتها و کانال‌های خرید و فروش ارز دیجیتال را نخوردید، آن‌ها با یکسری از ترفندها مانند قیمت پایین‌تر از قیمت جهانی، دریافت تصویر شناسنامه و کارت ملی سعی در اعتمادسازی متقاضیان می‌کنند. برای خرید سعی کنید حضوری اقدام کنید و به هیچ وجه کپی کارت ملی را در اختیار آن‌ها قرار ندهید و حتماً مطمئن شوید که ارز در والت یا کیف پول شما نشسته است. اطلاعات شخصی خود یا کیف پولتان را در اختیار هیچ کسی قرار ندهید، امنیت حساب شما در اختیار خود شماست و اگر اتفاقی برای حساب شما افتاد هیچ مرکز یا مجموعه‌ای پاسخگو نیست و پولتان به عبارت ساده به باد رفته است.

این کارشناس نحوی قیمت‌گذاری ارزهای دیجیتال را بر مبنای عرضه و تقاضا عنوان کرد و گفت: قیمت ارز دیجیتال را بازار تعیین می‌کند که مانند هر کالای دیگر بر اساس عرضه و تقاضا تعیین می‌شود. علاوه بر آن اخبار سیاسی و اقتصادی مانند اینکه مثلاً فروشگاه آمازون ارز دیجیتال را به رسمیت شناخت بر قیمت آن تاثیر می‌گذارد، مبنای قیمت‌گذار ارز دیجیتال بر اساس دلار است. ما در فضای اینترنت صرافی‌های آنلاین داریم که ممکن است آن‌ها به صورت غیرحقیقی اقدام به افزایش تقاضا یا کاهش آن کنند که در این صورت به سرعت بر روی قیمت نهایی ارز دیجیتال تاثیر می‌گذارد که خوشبختانه شناخته می‌شوند و هر چقدر که جلوتر می‌رویم قوانین سخت‌تری در این رابطه تعریف می‌شود تا کمتر پول مردم سوخت شود.

هنوز تردیدهای زیادی در مورد ارزهای دیجیتال وجود دارد به همین خاطر کشوری‌های زیادی هستند که هنوز آن را به رسمیت

ریپل، بیت‌کش و ای اواس دارای ارزشمندترین رمز ارزها هستند که در بازارهای دنیا معامله می‌شوند. طبق آخرین آمار (در تاریخ تهیه این گزارش) قیمت هر بیت‌کوین حدود ۴۰۰ میلیون تومان، هر اتریوم ۱۱ میلیون تومان، هر بیت‌کش برابر با ۶ میلیون تومان است. با توجه به ساختارهای تعریف شده برای ارزهای دیجیتال (رمز ارزها) این ارزها قابل تبدیل به ارزهای فیزیکی در کشورهای مختلف هستند اما هنوز هستند کشورهای که قوانین لازم را برای پذیرش این ارزها ندارند.

## بازار ارز دیجیتال

ارز دیجیتال به مخصوص بیت‌کوین امروزه به عنوان یک پول مجازی و قابل ارزش در برخی از کشورهای شناخته می‌شود، حتی ممکن است آن کشور هنوز قوانینی برای ارز دیجیتال تعریف نکرده باشد. جروم پاول رئیس فدرال رزرو ماه گذشته عنوان کرده بود که ۸۰ درصد از بانک‌های مرکزی سراسر جهان در حال بررسی کارایی و سودمندی بالقوه یک ارز دیجیتال بانک مرکزی هستند. علاوه بر استفاده این پول‌ها در بازارهای فیزیکی و حقیقی، متقاضیان می‌توانند سهام این ارزها را در دنیای مجازی مورد معامله قرار دهند و در این دادوستدهای سودهای خوبی کسب کنند. بورس کالای شیکاگو در ماه ژانویه سال ۲۰۲۰ ابزار معاملاتی اختیار معامله بیت‌کوین را ایجاد کرد.

همچنین شما در دنیای مجازی می‌توانید به تبادل ارزی بیت‌کوین به سایر ارزها بپردازید. برای این کار صرافی‌های به صورت مجازی تعریف شدند که شما می‌توانید با مراجعه به آن بیت‌کوین تهیه کنید یا اینکه با استفاده از سیستم کامپیوتر و یا ماینرها (دستگاه‌های هوشمند محاسباتی) بیت‌کوین تولید کنید یا به عبارتی به ازای محاسبه معادلات ریاضی در جایه‌جای بیت‌کوین و دادوستدهای، بیت‌کوین دریافت کنید.

نحوی قیمت‌گذاری بیت‌کوین هنوز مشخص نیست، اما آنچه تاکنون مطرح شده بیشتر بر مبنای عرضه و تقاضا و همچنین پذیرش ارز دیجیتال توسط صرافی‌ها یا بانک‌های مرکزی است. اما به صورت دقیق نمی‌توان بر این دو پارامتر تکه کرد و با آن وارد بازار ارزهای دیجیتال شد، چرا که هنوز هیچ گونه معیار اقتصادی یا شاخص اندازه‌گیری برای ارزش‌گذاری ارزهای دیجیتال تعریف نشده است.

ما در فضای اینترنت صرافی‌های آنلاین داریم که ممکن است آن‌ها به صورت غیرحقیقی اقدام به افزایش تقاضا یا کاهش آن کنند که در این صورت به سرعت بر روی قیمت نهایی ارز دیجیتال تاثیر می‌گذارد که خوشبختانه شناخته می‌شود و هر چقدر که جلوتر می‌رویم قوانین سخت‌تری در این رابطه تعریف می‌شود تا کمتر

و استقبال مردم کشورهای مختلف از آن، بسیاری از کشورها برای جلوگیری از توسعه ارز دیجیتال اقدام به افزایش تعریفهای برقی کردند و برخی دیگر مانند ایران اقدام به جمع‌آوری ماینرها و ایجاد قوانین محدودکننده کردند. این در حالی است که برخی دیگر از دولت‌ها به خاطر سودآوری بالای چنین سیستمی نه تنها فعالان را محدود نکردند بلکه با حمایت از آن‌ها به صورت کترل شده این بستر را برای آن‌ها فراهم کردند.

وی خاطرنشان کرد: در کشوری که از تحریم رنج می‌برند چنین سیستمی می‌تواند کمک زیادی به ارزآوری و درآمدهای خارجی داشته باشد اما هنوز به خاطر یکسری از مسائل غیرکارشناسی اجازه فعالیت رسمی و گسترده به فعالین این بازار نمی‌دهند. همان‌گونه که در تبادلات مالی حقیقی امکان بلوکه شدن پول است، ریسک‌های هم در تبادلات ارز دیجیتال وجود دارد که بسیار کم‌هزینه‌تر از تبادلات مستقیم است.

نورانی ادامه داد: وجود چنین سیستمی سبب شد که Fatf دستورالعملی را در خصوص ارز دیجیتال داده که بر اساس آن بانک‌ها ملزم به اشتراک گذاشتن اطلاعات مشتریان خود به هر ارائه‌دهنده خدمات دارایی‌های مجازی (VASP) فعال در معامله و یا انتقال این ارزها، هستند. طبق این قانون، ارائه‌دهنده‌گان خدمات کیف پول و همچنین صرافی‌ها باید اطلاعات مشتریان خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند. علاوه بر آن، اطلاعات شخصی افراد نیز باید در تراکنش‌ها، روی بلاک‌چین‌های عمومی قرار بگیرند. با این دستورالعمل مهم‌ترین کارکرد بیت‌کوین که همان عدم ریابی است از دست می‌رود.

این کارشناس عنوان کرد: به نظر می‌رسد که سازمان‌های پولی و بانکی دنیا در صدد هستند که این سیستم را در اختیار خود بگیرند و تنها بهانه آن‌ها افزایش پول‌شویی در چنین سیستم‌ها است.

ورود هر سیستم جدید در کنار مزایای خود، معایبی هم دارد که ارز دیجیتال هم تا زمانی که به رشد و بلوغ نرسیده باشد دچار یکسری ایرادات ساختاری مانند هک اطلاعات و بازی با ارزش ارز دیجیتال به صورت مصنوعی است که رفتارهای چنین خطراتی برای فعالین این بازار در حال کاهش است. در بررسی معایب و مزایای ارز دیجیتال دو دیدگاه وجود دارد، دیدگاه اول بر این باور است که باید ساختار قانونی و حاکمیتی برای این ارز تعريف شود تا در صورت زیان به فعالین این بازار قابل ردیابی باشد به همین منظور آن‌ها کاهش قدرت دولت و حکومت بر اقتصاد خود، افزایش پول‌شویی و پول بدون پشتونه را از معایب آن می‌دانند درحالی که دیدگاه دیگر کاملاً در برابر دیدگاه اول قرار دارند و تمامی آن معایب را به عنوان یک مزیت معرفی می‌کنند چرا که ساختار ارز دیجیتال با همین هدف یعنی عدم تسلط حاکمیت‌ها بر

نشناختند، اما هر روز در حال افزایش تعداد این ارزها در جهان هستیم. آنچه که اهمیت دارد خرید و فروش با این ارزها در دنیا حقیقی است، یکی از دلایل مهم که هنوز به صورت گسترده پول مجازی نتوانسته جایگزین پول حقیقی شود سرعت نقل و انتقال آن‌ها است. به عنوان مثال برای انتقال بیت‌کوین (به صورت تعداد، دلاری یا درصدی) حداقل ۱۰ دقیقه زمان لازم است که گاهی تا ۱ ساعت هم این روند به طول می‌کشد، دلیل آن هم محاسبات ریاضی است که ممکن است هم‌زمان در ۱۰ میلیون سرور در دنیا انجام گیرد که شرکت‌ها در حال کاهش این زمان هستند.

### جابه‌جایی ارز دیجیتال در دنیای مجازی

در دنیای اینترنت برای جابه‌جای پول هم مانند سیستم بانکی باید یک حساب (کیف پول) داشته باشید که به نام شما تعريف شده باشد. فرض کنید شما قرار است ۱ بیت‌کوین به حساب یک شخص در آمریکا واریز کنید. هر بیت‌کوین که در اختیار شما قرار دارد شامل یک رمزگاری است که آن بیت‌کوین را در دنیای مجازی به نام آن رمز می‌شناسند.

در زمان انتقال در سراسر دنیا سرورهای وجود دارد که این جابه‌جایی را انجام می‌دهند و به ازای آن درصدی از بیت‌کوین دریافت می‌کنند. این سرورهای باید معاملات ریاضی پیچیده این بیت را محاسبه و همان را در کیف شخصی که قرار است بیت‌کوین به حساب آن منتقل شود قرار دهند. در دنیای مجازی ممکن است برای انجام همین یک معامله ۱۰ میلیون سرور هم‌زمان محاسبات را انجام دهند به همین دلیل است که امنیت چنین سیستمی بسیار بالا است و میزان تقلب را به نزدیک صفر درصد می‌آورد.

در کشوری که از تحریم رنج می‌برند چنین سیستمی می‌تواند کمک زیادی به ارزآوری و درآمدهای خارجی داشته باشد اما هنوز به خاطر یکسری از مسائل غیرکارشناسی اجازه فعالیت رسمی و گسترده به فعالین این بازار نمی‌دهند

### دلایل مخالف بسیاری از دولت‌ها با ارزهای دیجیتال

احمد نورانی یکی از پژوهشگران ارز دیجیتال در رابطه با این سوال که چرا دولت‌ها با ارزهای دیجیتال مخالف هستند؟ گفت: هدف از ایجاد چنین ساختاری خارج کردن پول یا همان قدرت مالی از دولت‌ها به دست مردم سراسر جهان است. به این شکل که در این سیستم نه دولتی و نه حاکمیتی توان دخالت بر معاملات را ندارد یا ابزاری برای کترول فرایند اقتصاد مردم را که به وسیله آن محدودیت‌های را اعمال کند ندارد به همین منظور بیشتر دولت‌ها مخالف شکل گیری چنین سیستم‌هایی هستند. این کارشناس اضافه کرد: بعد از به وجود آمدن چنین سیستمی

## دولت الکترونیکی

یعنی پول از چرخه اقتصاد خارج کشور و به یک چرخه مجازی بدون هیچ مرکزی وارد می‌شود و یک نوع هرج و مرج اقتصادی در کشور ایجاد می‌کند.

**افزایش پول شویی:** به دلیل مشخص نبودن خریداران و فروشنده ارز دیجیتال خطر پول شویی در آن بسیار بالا است. این پول برخی از سرمایه‌گذاران را جذب می‌کند، چرا که آنها ضد دولت و ضد مقررات هستند.

**نداشتن قانون مشخص:** به دلیل عدم متمرکز بودن ارز دیجیتال هیچ کشور یا اتحادیه بین‌الملل قانونی برای آن تدوین نکرده است. هر اتفاقی مانند هک شدن قابل پیگیری یا ردیابی نیست و هیچ شخص و کشوری پاسخگویی آن نمی‌باشد.

کاهش ارزش پول ملی، نوسانات شدید قیمت ارز دیجیتال و افزایش فعالیت‌های خلاف‌کارانه از دیگر معایب بودند که تعداد اندکی از اقتصاددانان به آن اشاره کردند.

**موافقان ارز دیجیتال** معتقدند که غیرمتمرکز و دولت گریز بودن آن می‌تواند این امکان را به ما بدهد که تحریم‌ها را دور بزنیم. همچنین موافقان مخفی بودن بلاک چین و مشخص نبودن مبدأ و مقصد افراد را از جمله مزایای ارز دیجیتال برای دور زدن تحریم‌های می‌دانند. به دلیل وجود صرافی‌های بیت در نقاط مختلف دنیا و همچنین استقبال شرکت‌های بزرگ از ارز رمزنگار این امکان وجود دارد که خرید و فروش با ارز دیجیتال راحت‌تر صورت گیرد. مخالفان استفاده از بیت‌کوین را تنها خروج ارز از کشور می‌دانند و دلایل زیر را برای آن بیان می‌کنند.

با گسترش شیوع ویروس کرونا و استقبال شرکت‌های بزرگ اینترنتی و مارکتینگ‌ها از ارز دیجیتال روزبه روز به متقاضیان ارز دیجیتال افروزده می‌شود. با توجه به پایین بودن قیمت انرژی در ایران به خصوص برق و سوداواری بالای این نوع صنعت، کارشناسان از بانک مرکزی خواستند که با مدیریت درست اجازه فعالیت ارزهای دیجیتال را بدهد، این در حالی است که در هند، آلمان، ایرلند، ترکیه، ارمنستان، سنگاپور و حتی آمریکا با پذیرفتن چنین ساختاری اجازه فعالیت به فعالین این بازار را به صورت قانونی دادند.

بازار مالی ایجاد شده است. ما در این قسمت مزایا و معایب را بر اساس دیدگاه اول در نظر گرفتیم. آنچه در زیر مطرح می‌شود برایند نظر کارشناسان و فعالین این بازار است.

### مزایای ارز دیجیتال

**آزادی پرداخت:** ارز دیجیتال این امکان را می‌دهد که در هر زمانی و مکانی بدون دخالت حکومت‌ها و دولت‌ها پول جایه‌جا کند. افراد دیگر نگران هرگونه محدودیت مانند تعطیلات بانکی یا مسدود شدن حساب ندارند.

**پایین بودن هزینه‌های جایه‌جایی:** هزینه جایه‌جایی ارز دیجیتال نسبت به سایر ارزها که توسط صرافی‌ها صورت می‌گیرد بسیار ارزان‌تر است.

**عدم ردیابی تراکنش:** یکی از مزیت‌های که مسئولان کشور بر آن تأکید دارند عدم ردیابی تراکنش توسط اشخاص دیگر و نهادهای دیگر می‌باشد. اما طبق برآوردهای جدید حجم و میزان و حتی مکان اشخاص به راحتی قابل ردیابی است. شما حتی در زمان ثبت‌نام باید اطلاعات خود را در سایت ثبت‌نام کنید پس دارنده سایت به راحتی می‌تواند شما را رصد کند.

**جلوگیری از تخلف در جایه‌جایی پول:** چون ارز دیجیتال بر روی سیستم بلاک چین عمل می‌کند و به خاطر دسترس همه افراد به آن، تخلفی در نوع تراکنش صورت نمی‌گیرد به عبارت دیگر یک سیستم شفاف می‌باشد.

### معایب ارز دیجیتال

کاهش قدرت دولت و حکومت بر اقتصاد خود: با رواج یافتن ارز دیجیتال اقتصاد یک کشور دچار اختلال می‌شود و قدرت دولت در نظارت و کنترل کاهش پیدا می‌کند. کنترل پول و اسکناس بر عهده بانک مرکزی است که می‌تواند با کنترل آن تکانه‌های اقتصادی مانند تورم را کنترل کند. حال اگر این کنترل از دست بانک مرکزی خارج شود هر فردی امکان دارد که اسکناس یا پول تولید کند. اشخاص جامعه با پول خود بیت‌کوین خریداری می‌کنند



پایگاه خبری و اطلاع‌رسانی

عالاوه‌شکه‌های اجتماعی دنال کنید



به روزترین مقالات و تازه‌ها و آخرین اخبار

**فین‌تک (فناوری مالی)**  
**(بانکداری دیجیتال، ارز دیجیتال و...)**



ملحقه



## چرا صرافی‌های متمنکز دنیای ارزهای دیجیتال را به سمت آینده هدایت می‌کند؟

■ مازیار نسیمی؛ میهن بلاک چین

آیا صرافی‌های متمنکز به ارائه و فراهم‌سازی محیط قانون‌گذاری شده موردنیاز برای تکامل و گسترش پذیرش ارزهای دیجیتال ادامه خواهند داد یا آینده متعلق به صرافی‌های غیرمتمنکز (DEX) است؟

کاربران خود، تاییدیه احراز هویت را درخواست نمی‌کنند DEX کاربران خود، تاییدیه احراز هویت را درخواست نمی‌کنند. DEX ها می‌توانند بازارهای همتایی باشند که بر بستر بلاکچین و توسط قراردادهای هوشمند اجرا می‌شوند، اما بسیاری از افراد به اشتباہ معتقد هستند که نمی‌توان به آنها اعتماد کرد و همچنان به سراغ صرافی‌های متمنکز می‌روند. در چشم‌انداز کنونی، اجتناب صرافی‌های غیرمتمنکز از قانون‌گذاری بسیار بعید خواهد بود، بهویژه هنگامی که محافظت از مشتریان به نکته بسیار مهمی در این حوزه صرافی‌های متمنکز و غیرمتمنکز تبدیل شده است.

صرافی‌های متمنکز در این زمینه از صرافی‌های غیرمتمنکز جلوتر هستند، زیرا مطابق با قانون‌گذاری‌ها پیش می‌روند و اکثر آنها دارای فرایندهای تایید احراز هویت هستند. برای مثال، فرایند تایید احراز هویت در صرافی‌های متمنکز به یک استاندارد در قوانین و مقررات اقدامات احراز هویت، ضد پول‌شویی و تامین بودجه ضد تروریسم تبدیل شده است. این اقدامات امنیتی مانع از تراکنش‌های غیرقانونی و بهبود امنیت کیف پول پلتفرم موردنظر می‌شود.

بدون شک صرافی‌های غیرمتمنکز یک توسعه هیجان‌انگیز در عرصه ارزهای دیجیتال هستند. DEX ها معاملات مستقیم ارزهای دیجیتال بین کاربران و بدون نیاز به واسطه مانند یک صرافی متمنکز مورد اعتماد را تسهیل می‌کنند. این موضوع به کاربران امکان می‌دهد تا تصدی سرمایه خود را حفظ کنند.

### صرافی متمنکز و صرافی غیرمتمنکز

اگرچه صرافی‌های غیرمتمنکز مزایای مختص به خود را دارند، اما هنوز فاقد مفاد قانون‌گذاری و مقیاس‌پذیری هستند که نکاتی کلیدی در خصوص تعیین مسیر آینده صنعت ارزهای دیجیتال هستند. صرافی‌های متمنکز به این‌جا نقش کلیدی خود در این اکوسیستم ادامه خواهند داد و نقدينگی موردنیاز برای رشد جامعه بزرگ ارزهای دیجیتال را ارائه می‌دهند.

### مزایای فرایند احراز هویت صرافی‌های متمنکز برای کاربران

صرافی‌های غیرمتمنکز نیازی به قانون‌گذاری ندارند و از

بعضی از سریع‌ترین بلاک چین‌ها مدعی هستند که تا ۵۰,۰۰۰ تراکنش در ثانیه را می‌توانند پردازش کنند. هرچند، این ادعا کمی گمراه‌کننده است، زیرا این معیار به معنای راندمان ۵۰,۰۰۰ تراکنش در ثانیه در سراسر جفت ارزهای یا محصولات نیست.

اگر بیش از یک محصول فهرست شده باشد، این عدد می‌تواند تا ۵۰۰ تراکنش در ثانیه برای هر محصول کاهش یابد. ورود کاربران بیشتر به صرافی‌های غیرمت مرکز می‌تواند منجر به ایجاد تأخیر در شبکه، افزایش کارمزد تراکنش‌ها و ایجاد مانع در مسیر مقیاس‌پذیری بلاک چین‌ها شود. در حالی که صرافی‌های مت مرکز چنین محدودیتی را ندارند.

در این بین، صرافی‌های مت مرکز خود را به عنوان زیرساخت‌های مقیاس‌پذیر و با عملکرد عالی اثبات کرده‌اند و از استراتژی‌های متنوعی پشتیبانی می‌کنند. این موضوع به صرافی‌های مت مرکز امکان می‌دهد تا سرمایه‌گذاران حرفه‌ای و سازمانی که صنعت ارزهای دیجیتال به آنها نیاز دارد را جذب کنند تا مقیاس‌پذیرتر شوند و پذیرش گسترده به دست آورند.

در واقع، صرافی‌های مت مرکز حتی همانند صرافی‌های غیرمت مرکز عمل می‌کنند و ویژگی‌هایی نظیر راهکارهای غیرتصدی‌گرانه ارائه می‌دهند. این راهکارهای دوگانه یا هیبرید به صرافی‌های مت مرکز امکان می‌دهد تا تجربه‌ای با عملکرد عالی ارائه دهند و با رعایت قوانین از مزایای خودتصدی‌گری (self-custody) بهره ببرند. صرافی‌های غیرمت مرکز به تدریج جایگاه خود را به دست می‌آورند و مشخص است که صرافی‌های مت مرکز نیز به تکامل خود ادامه داد و در هدایت صنعت و جامعه ارزهای دیجیتال در سال‌های آتی نقش مهمی را ایفا خواهد کرد.

### ارائه تجربه معاملاتی سریع‌تر و بهتر به کاربران

اگرچه محبوبیت صرافی‌های غیرمت مرکز رو به افزایش است، اما نسبت به صرافی‌های مت مرکز دارای حجم معاملات و نقدینگی کمتری هستند. داشتن نقدینگی کافی به صرافی‌های مت مرکز کمک می‌کند تا نوسان‌های بزرگ بازار را تحت کنترل داشته باشند.

این حجم از نقدینگی را می‌توان در صرافی‌هایی نظیر بیت‌فینکس مشاهده کرد که بیشترین نقدینگی بیت‌کوین و اتر را در اختیار دارد. قارت و میزان نقدینگی بیت‌فینکس طی ۲۴ ساعت در تاریخ ۱۲ و ۱۳ مارس، هنگامی که قیمت بیت‌کوین تا ۵۰ درصد کاهش یافت، مشهود بود.

گزارش‌ها حاکی از آن بود که بیشترین حجم معاملات USD/BTC و BTC/USDT را در این برهه در اختیار داشت. اگرچه صرافی‌های غیرمت مرکز راهکارهای غیرتصدی‌گری ارائه می‌دهند و همه چیز را به صورت درون زنجیره‌ای اجرا می‌کنند، اما این نکته که تمام سفارش‌ها و تراکنش‌ها به صورت عمومی است منجر به افزایش احتمال فرانت رانینگ یا استفاده از اطلاعات پنهان معاملات کاربران توسط اپراتورهای نودهای بلاک چین می‌شود. این موضوع می‌تواند مانع از بیرون تجربه معاملاتی کاربران و رشد جامعه ارز دیجیتال شود.

### صرافی‌های مت مرکز به ایفای نقش کلیدی در پذیرش ارزهای دیجیتال ادامه خواهند داد

هنگامی که صحبت از مقیاس‌پذیری می‌شود، صرافی‌های غیرمت مرکز به دلیل ظرفیت محدود خود، پتانسیل و فرصت رشد را دارند.

پوچکهای مجزعی و اخلاقی رسانی

**elececo**  
اقتصاد الکترونیکی  
[www.elececo.ir](http://www.elececo.ir)

در

عازم ارشیکه‌های اجتماعی دنبال کنید

 elececo  
 elececo.ir  
 elececoir  
 elececoir

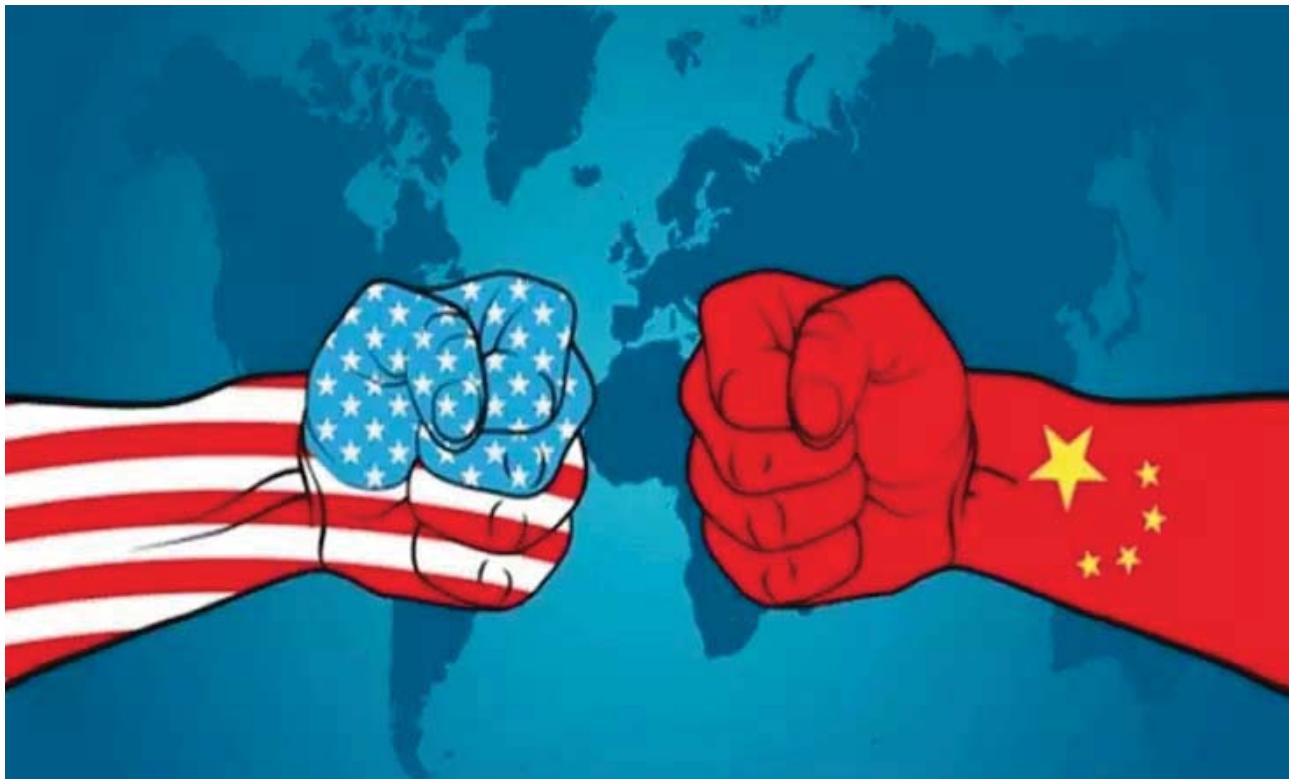
به روزترین مقالات و گزارش‌ها و آخرین اخبار

## فین‌تک (فناوری مالی) (بانکداری دیجیتال، ارز دیجیتال و...)

ماهنه  
**اقتصاد دیجیتال**  
[www.DigitEco.ir](http://www.DigitEco.ir)

جهت ارسال مقاله، گزارش و خبر:

تلگرام و اتساب: ۰۹۳۷۳۷۶۰۹۵۵  
شماره مستقیم سردبیر: ۰۹۱۱۷۸۹۴۰۶



## جنگ تجاری چین و آمریکا در میدان ارزهای دیجیتال

چین، به عنوان دومین اقتصاد بزرگ دنیا در پی دیجیتالی کردن «یوان» به عنوان یک ارز ملی و بین‌المللی است. این اقدام می‌تواند جبهه جدیدی را در جنگ تجاری این کشور با آمریکا بگشاید.

و فقط به صورت اطلاعاتی است که روی تراشه‌های حافظه رایانه ثبت شده و به صورت نقدی صادر نمی‌شود. البته ارز دیجیتال ملی با رمز ارزهای رایج امروزی متفاوت است. سی بی دی سی به طور کامل توسط موسسات مالی دولتی کنترل می‌شود. برخلاف اکثر ارزهای رمزپایه امروزی، این ارزها به صورت متمرکز منتشر می‌شوند و معادل پول سنتی "کاغذی" به شکل دیجیتال هستند. بانک مرکزی که سی بی دی سی را صادر می‌کند، هم به عنوان تنظیم‌کننده و هم دارنده حساب کلیه دارندگان ارز دیجیتال ملی عمل می‌کند. هر واحد سی بی دی سی به عنوان معادل اسکناس کاغذی عمل می‌کند.

### چین؛ پیش‌گام در دیجیتالی کردن ارز

چین به عنوان یک پیش‌گام در معرفی ارزهای دیجیتال ملی عمل می‌کند. اولین تحقیق نظری در مورد یوان دیجیتال در سال ۲۰۱۴، به ابتکار بانک خلق چین آغاز و آزمایشگاه تحقیق در مورد ارزهای دیجیتال در سال ۲۰۱۷ ظاهر شد. در پایان آوریل سخنگوی بانک خلق چین تایید کرد که آزمایش‌های دیجیتال یوان در چندین

سایت خبری تحلیلی دیپلماسی مدرن (Modern diplomasy) در گزارشی تحلیلی به نقش ظهور ارز دیجیتال ملی چین در تعیین مسیر آینده نظام جهانی و بین‌المللی بانکی پرداخته و آینده ارزهای دیجیتال را در قالب سه سناریو مختلف موربدیحث قرار داده است. طبق گزارش‌های رویترز اقدامات چین در راستای توسعه ارز دیجیتال به گسترش و تقویت جایگاه یوان در عرصه بین‌المللی و کاهش وابستگی این کشور به دلار در سیستم‌های پرداخت بین‌المللی منجر شده است. بعلاوه، حق صدور و کنترل ارز دیجیتال به یک "میدان جنگ جدید" در رقابت بین دولتها تبدیل شده است.

بر اساس گزارش‌های موجود نزدیک به چهار پنجم بانک‌های مرکزی در سراسر جهان ایجاد سیستم‌های تسویه‌حساب دیجیتال ملی را بررسی کرده‌اند. ارز دیجیتال ملی عنصر کلیدی در این سیستم‌ها است. به این ارزهای ملی ارزهای دیجیتال بانک مرکزی (CBDC) نیز گفته می‌شود.

"سی بی دی سی" یک نوع پول مجازی است که توسط بانک مرکزی ملی یا فراملی کنترل می‌شود، مانند مورد بانک مرکزی اروپا

منظور، بهزودی حلقه‌ای از کشورها در آفریقا، خاورمیانه و جنوب شرق آسیا ظاهر می‌شوند که تجارت خود را بدون استفاده از دلار آمریکا انجام می‌دهند.

### ارز دیجیتال و سناریوهای پیشرو

چندین سناریو برای شکل‌گیری "جندقطی" ارز دیجیتال وجود دارد.

**سناریو اول:** در میان تقابل تجاری و مالی فعلی ایالات متحده آمریکا و چین و در صورت تداوم حرکت چین برای گسترش حضور خود در اقتصاد جهانی، محتمل‌ترین سناریو حرکت به سمت سیستم "دوقطبی" ارزهای دیجیتال، دلار و یوان با نقش مهم اما عمده‌تاً منطقه‌ای یورو دیجیتال وین ژاپن است.

**سناریو دوم:** با این حال، در شرایط نگرانی فزاینده نهادهای اقتصادی و مالی بین‌المللی در مورد افزایش تقابل دلار و یوان، فرصتی برای ارز دیجیتال سوم فراهم خواهد شد؛ سومین ارز دیجیتال یورو خواهد بود.

**سناریوی سوم:** سناریو سوم به امکان ظهور یک ارز دیجیتال "جهانی" اشاره دارد. به عنوان مثال، "دیجیتالی کردن" حق دریافت وام از صندوق بین‌المللی پول. روند تقسیم اقتصادی همراه با وقوع بحران کرونا و نیاز بسیاری از کشورها به صنعتی‌سازی مجدد، ممکن است روح تازه‌ای در ایده یک ارز دیجیتال غیردولتی بین‌المللی بدمد. در این سیستم غیردولتی ابزارهای پرداخت دیجیتال دولتی، خصوصی و شرکتی در کنار هم حضور خواهد داشت.

در پایان این گزارش می‌خوانیم: ورود یک ارز دیجیتال ملی که توسط مقامات مالی یکی از برترین اقتصادهای جهان منتشر می‌شود یک تأثیر اقتصادی و سیاسی ایجاد می‌کند و به میزان قابل توجهی از اهمیت تعدادی از ابزارهای سنتی سیاست بین‌الملل خواهد کاست.

منبع: ایرنا

شهر چین در حال انجام است.

در این گزارش ضمن تأکید بر اهمیت پیامدهای ژئوپلیتیکی انتشار سی‌بی‌دی سی‌آمده است: چند سال پیش «نیوزویک» اشاره کرد که مقامات و سرویس‌های ویژه ایالات متحده از همان روزهای اول ظهور، اولین ارز رمزگاری خصوصی، یعنی بیت‌کوین را زیر نظر دارند. چیزی که آنها بیشتر از آن می‌ترسند این است که "دشمنان آمریکا"، چه دولت‌ها و چه سازمان‌های غیردولتی، موفق به ایجاد یک شبکه مالی شوند که حداقل به دلار آمریکا بستگی نخواهد داشت. در این صورت ایالات متحده یک ابزار فشار مهم غیرنظامی را که می‌توانست علیه مخالفان و دشمنان استفاده کند از دست خواهد داد. در حال حاضر، دلار بیش از چهار پنجم معاملات و مبادلات ارزی در سراسر جهان را تشکیل می‌دهد. در نتیجه، آمریکا قادر است از عملیات‌های مالی با قراردادن افراد، سازمان‌ها یا کشورها در لیست سیاه در سراسر دنیا جلوگیری کند. در حال حاضر، اکثر موسسات مالی از ترس از دست دادن فرصت پرداخت به دلار، مطابق دستورالعمل‌های ایالات متحده عمل می‌کنند.

### احتمال پایان سوئیفت

ارزهای دیجیتال دولتی ابزارهایی قوی هستند که نفوذ سیاسی ایالات متحده از طریق سیستم تسویه بین‌بانکی «سوئیفت» را تهدید می‌کند. این ارزها پرداخت‌های فوری و بدون مشارکت دلار را تضمین می‌کنند. در میان عصبانیت فزاینده از افزایش تحریم‌های ایالات متحده، کانادا، سنگاپور، هنگ‌کنگ و تایلند در حال آزمایش تبادل اطلاعات و پرداخت بدون حضور سوئیفت و بانک‌های آمریکایی هستند. بانک مرکزی اروپا کارگروهی را برای بررسی امکان ایجاد تعامل در پرده‌های ملی ارز دیجیتال با مشارکت کانادا، ژاپن، سوئد، سوئیس و انگلیس تشکیل داده است.

با توجه به این موضوع، ظهراً یوان دیجیتال می‌تواند به ویژه برای ایالات متحده تهدیدکننده باشد. به شرط تلاش پکن برای این





## دلایل تاخیر در صدور ارز دیجیتال بانک‌های مرکزی

■ مترجم: سعیده فتحی مغانلو؛ بانکداری الکترونیک از [coindesk.com](http://www.coindesk.com)

ارز دیجیتال بانک مرکزی یا رمزارز جایگزین دیجیتالی پول کاغذی می‌باشد و با دارا بودن ویژگی‌هایی از جمله انعطاف‌پذیری، ایمن برای حفظ یکپارچگی، استفاده راحت و در دسترس بودن و مطابقت داشتن با استانداردهای قانونی که با مشارکت چندین بانک با کمیته بال منشر شده است، توانسته است محدودیت‌های زمانی و مکانی معاملات با پول کاغذی را برطرف کند.

اما با اینکه این مزايا برای همه روشن است، هنوز بانک‌های مرکزی نسبت به صدور سریع ارز دیجیتال اقدامات قابل توجهی انجام نمی‌دهند. از این‌رو، در مقاله حاضر هدف این است که دلیل تاخیر صدور رمزارز دیجیتال توسط بانک‌های مرکزی و همچنین سیاست‌های آنها بررسی گردد.

طی سال‌ها، CBDC تنها به عنوان یک تئوری و اندیشه برای بانک مرکزی باقی‌مانده است. اما اخیراً بانک خلق چین شروع به صدور آزمایشی CBDC کرد، سوئیز نیز در حال اثبات مفاهیم کاربردی است و با هاما پرتوزه CBDC Sand dollar خود را راه‌اندازی کرد.

جروم پاول، رئیس فدرال رزرو ایالات متحده (بانک فدرال)، در این مدت بسیار خویشتن‌دار بوده است. پاول اخیراً در مورد CBDC اظهار نظر کرد که "صدور مناسب ارز دیجیتال بانک مرکزی بسیار مهم‌تر از اول بودن در صدور آن است".

رویکرد پاول روش درستی است

### ارز دیجیتال بانک مرکزی (CBDC) چیست؟

در حال حاضر بانک‌های مرکزی خدمات پرداخت دیجیتالی را ارائه می‌دهند، اما این خدمات فقط به بانک‌ها و سایر موسسات مالی محدود شده و تعامل آنها با مردم فقط از طریق پول کاغذی انجام شده است.

ارز دیجیتال بانک مرکزی یا CBDC فرصتی را برای همه فراهم می‌کند تا به نسخه دیجیتالی پول بانک مرکزی دسترسی پیدا کنند. من یا شما می‌توانستیم دلارهای دیجیتال فدرال رزرو یا بانک تراپن را در یک پول‌های دیجیتال خود نگه داریم و از این حساب‌ها برای خرید قهوه استفاده کنیم.

اما به این سادگی‌ها نیست!



### خطرات پنهانی صدور ارز دیجیتال بانک مرکزی

یک استراتژی کلاسیک در مسابقات اتومبیل‌رانی این است که به دیگران اجازه دهد پیش قدم شوند. در نتیجه بار شکستن مقاومت در برابر باد بر دوش پیش گامان است در حالی که پیروان انرژی را حفظ می‌کنند. همین تشبیه برای سفر در جاده پر خطر CBDC اعمال می‌شود.

ما نمی‌دانیم صدور CBDC در سیستم بانکی ستی چه تاثیراتی می‌تواند داشته باشد. برخی از اقتصاددانان نگران هستند که این امر باعث شدید شدن تخلیه حساب‌های بانکی در هنگام بحران‌ها می‌شود، زیرا سپرده گذاران وحشت‌زده از بانک‌ها حساب‌های خود را ۱۰۰ درصد تخلیه کرده و به ارز دیجیتال بانک مرکزی روی می‌آورند.

علاوه بر این، نمی‌دانیم که مردم خواهان یک سیستم پرداخت جدید هستند یا خیر! بانک مرکزی فنلاند در اوایل دهه ۱۹۹۰ سیستم کارت هوشمند Avant را معرفی کرد، اما دوام نیاورد. این امر منجر به خرابی متعاقب صادر کننده کارت هوشمند Mondex در اوخر دهه ۱۹۹۰ شد. حرکت ناگهانی به سمت CBDC می‌تواند اعتماد به نفس در مهم‌ترین کاری را که یک بانکدار مرکزی مانند پاول انجام می‌دهد، یعنی سیاست گذاری پولی، تعییف کند.

### جمع‌بندی

با مطالعه سیاست‌های بانک‌های مرکزی در زمینه صدور ارز دیجیتال مشخص شد که این مراکز اقتصادی عجله‌ای برای اول شدن در بازار صدور رمزارز دیجیتال بانک مرکزی ندارند، زیرا تاخیر در این زمینه می‌تواند سودآوری بیشتری برای آنها داشته باشند. بانک‌های مرکزی با پایش لحظه‌به‌لحظه استقبال بازار از رمزارزها و همچنین زیر نظر گرفتن کارنامه مالی بانک‌های ستی که رمزارز صادر کرده‌اند، تلاش دارند کامل‌ترین نوع ارز دیجیتال را صادر کنند زیرا کوچک‌ترین اشتباه در این زمینه می‌تواند منجر به ایجاد مشکلات در سیستم بانکی کشور شود.

### دلیل تاخیر صدور ارز دیجیتال بانک مرکزی

دلیل تاخیر در صدور ارز دیجیتال بانک مرکزی این است که هیچ مزیتی در اول بودن بانک‌ها جهت صدور رمزارز وجود ندارد. گرچه در بسیاری از زمینه‌ها، اول بودن یک امتیازات بزرگ برای بانک‌ها و موسسات مالی محسوب می‌شود، اما بیشترین مزیت در صدور ارز دیجیتال بانک مرکزی زمانی ایجاد می‌شود که آخرین بانک باشید، نه اولین بانک. زیرا بانک‌های مرکزی برنده محسوب نمی‌شوند.

در نتیجه تنها اصل مهم در صدور رمز ارز توسط این بانک‌ها، ارزیابی تمام جوانب امنیتی و کارایی و در نهایت صدور آن است. اول بودن در صدور ارز دیجیتال می‌تواند منجر به ایجاد مشکلات در سیستم بانکی کشور شود، زیرا این زمین‌بازی بسیار پر ریسک و ناآشنا است.

### عدم وجود رقابت در صدور ارز دیجیتال بانک مرکزی

به طور معمول اول بودن در بازار مزایای قابل توجهی دارد. به عنوان مثال بیت‌کوین را در نظر بگیرید. در حالی که از نظر فنی بلاک‌چین‌های برتر فنی زیادی نسبت به بیت‌کوین وجود دارد، اما با این حال بیت‌کوین اولین بود؛ بنابراین سال‌ها فرصت داشت بزند خود را بسازد و شبکه‌ای از کاربران را به خود جلب کند، این مزیتی است که سکه‌های بهتر نتوانستند آن را تکرار کنند.

در این بین اما بانک‌های مرکزی انحصار دارند. در حالی که بانک‌های تجاری و شرکت‌های پرداخت مانند PayPal تولیدکنندگان بزرگ دلار دیجیتال هستند، بانک‌های مرکزی می‌توانند چیزی تولید کنند که این بازیگران خصوصی قادر به آن نیستند: ابزارهای سهل‌الوصول قانونی بدون ریسک. بنابراین به دلیل عدم وجود رقابت، بانک‌های مرکزی می‌توانند کند عمل کنند.

### ارز دیجیتال بانک مرکزی ابزار جذب اقتصادی نیست

داشتن CBDC برای کشوری چون ایالات متحده برای محافظت از سلطه بین‌المللی دلار در برابر یوان دیجیتال چین ضروری نیست.

زیرا آنچه همه را به سمت دلار می‌کشاند، ترکیبی از یک گرداب بانکی فوق العاده قدرتمند در شهر نیویورک و اقتصاد عظیم آمریکا است، نه ابزاری که دلار روی آن چاپ می‌شود. بنابراین فدرال رزرو برای اول بودن عجله‌ای نداشته و حتی ممکن است دلایل خوبی برای حرکت کند خود داشته باشد.



## ۶ راه ساده برای حفاظت از ارزهای دیجیتال

■ محمدسعید بهمنی؛ آی‌تی‌رسان

تاکنون به این موضوع فکر کرده‌اید که در آینده‌ای نزدیک هر کسی بانک خود خواهد بود و دیگر نیازی به وجود سیستم‌های اداری و بانکی خاص برای نگهداری سرمایه شما نیست؟ در شرایط فعلی رمزارزها، شاهد یک بازار کاملاً گاوی هستیم و در راس آن بیت‌کوین با افزایش قیمتی جذاب سود خوبی به صاحبان خود رسانده است. این افزایش قیمت البته سوی دیگری داشته و نگرانی‌هایی بابت امنیت کریپتوها به وجود آورده است.

همان‌طور که می‌دانید بیت‌کوین به عنوان بزرگ‌ترین ارز رمزنگاری شده دنیا توانست به قیمت جذاب بالای ۲۰ هزار دلار برسد. با افزایش قیمت بیت‌کوین و انتظار برای افزایش قیمت سایر آلت‌کوین‌های بازار، نگرانی‌های زیادی بابت حفظ امنیت رمزارزها در دنیا به وجود آمده است که البته می‌توان با چند راهکار بسیار ساده از آنها به طور کامل محافظت کرد.

همان‌طور که می‌دانید بیت‌کوین به شما اجازه می‌دهد تا بانک خود باشید. در واقع حفاظت از بیت‌کوین بر عهده صاحب آن است. جمله معروفی در بازار کریپتوها وجود دارد که می‌گوید: کلید شما، بیت‌کوین شماست!

### ۱- از کیف پول‌های با امنیت استفاده کنید

اما کیف‌های پول مدنظر در مدل‌های مختلفی به فروش مخصوص خود کد موردنظر را اسکن کنند. کیف پول‌های کاغذی شده است. فرد برای استفاده به کیف پول می‌باشد با دسترسی و بسیاری از سایت‌های ارائه‌دهنده آن کیف پول کاغذی ایجاد شده، چاپ شده است. بر روی آن رمز کیف پول در قالب یک کد QR مخصوص توسعه داده شده است. در واقع حفاظت از بیت‌کوین بر عهده صاحب آن است. جمله معروفی در بازار کریپتوها وجود دارد که می‌گوید: کلید شما، بیت‌کوین شماست!

کیف پول‌های کاغذی معمولاً در اصل تکه‌ای کاغذ است که بر روی آن رمز کیف پول در قالب یک کد QR مخصوص توسعه داده شده است. فرد برای استفاده به کیف پول می‌باشد با دسترسی و بسیاری از سایت‌های ارائه‌دهنده آن کیف پول کاغذی ایجاد شده، چاپ شده است. بر روی آن رمز کیف پول در قالب یک کد QR مخصوص توسعه داده شده است. در واقع حفاظت از بیت‌کوین بر عهده صاحب آن است. جمله معروفی در بازار کریپتوها وجود دارد که می‌گوید: کلید شما، بیت‌کوین شماست!

## ۴. مطمئن باشید آدرس کیف پول گیرنده درست است

همیشه قبل از شروع معامله آدرس کیف پول گیرنده را بررسی کنید. یک اشتباه ساده یک حرفی می‌تواند معامله شما را به سمت کیف پول دیگری سوق دهد. برخلاف برخی از خدمات مالی سنتی، بیشتر معاملات رمزنگاری برگشت‌پذیر نیستند. همچنین این روزها برخی از بدافزارها می‌توانند مقصد صحیح رمزنگاری شما را تغییر دهند، بنابراین بررسی مجدد جزئیات معامله هرگز کار بیهوده‌ای نیست.

## ۵. مراقب روش‌های کلاهبرداری اینترنتی باشید

این روزها هرگزی به دنبال کلاهبرداری و سرقت بیت‌کوین‌های شماست. پس هرگز به دنبال پیشنهادهایی مانند "برای ما بیت‌کوین بفرستید و بیت‌کوین خود را دوباره پس بگیرید" نباشید. این یک نوع حمله کاملاً رایج در فضای توییتر است که هکرها غالباً با جعل عنوان افراد مشهور، سیاستمداران یا شخصیت‌های بزرگ رمزارزها قول می‌دهند بیت‌کوین شما را دوباره کنند. از آنجا که این نوع حمله اغلب افراد تازه‌وارد را هدف قرار می‌دهد، با افزایش گرایش افراد به این فضای جذاب، روزبه‌روز بیشتر خواهد شد. خوب است بدانید در ژوئیه سال ۲۰۲۰، هکرهای آنلاین موفق به جمع‌آوری حداقل ۱۲ بیت‌کوین در یک حساب توییتری جعلی با عنوان‌یونون ماسک و جو بایدن نامزد ریاست جمهوری سال ۲۰۲۰ ایالات متحده شدند.

## ۶. در معاملات خود از معاملات کم و مبادلات مختلف استفاده کنید

هنگامی که نیاز به خرید یا فروش کریپتو دارد، معاملات خود را به طور کلی یا دسته‌ای در یک معامله واحد ارسال نکنید. اگر قصد معامله حجم زیادی پول دارید، بهتر است آن را به چندین معامله تقسیم کرده تا از صحبت عملکرد بروکر خود مطمئن شوید.

در برابر حملات آنلاین هکرها بسیار مقاوم بوده و معمولاً به عنوان یک راه مناسب برای ذخیره کریپتو پیشنهاد می‌شود.

کیف پول‌های سخت‌افزاری یکی دیگر از روش‌های پیچیده ذخیره رمزارزها به شمار می‌رود. این کیف پول یک دستگاه فیزیکی با پورت USB و حافظه مشخصی است که کلید اختصاصی شما را به صورت آفلاین در خود نگه می‌دارد. این کیف‌ها معمولاً به عنوان کیف‌های سرد شناخته شده و در برابر حملات آنلاین کاملاً ایمن هستند. Trezor و Ledger از محبوب‌ترین ارائه‌دهنده کیف پول‌های سخت‌افزاری محسوب می‌شوند.

## ۲- شناسایی ۲ عاملی یا 2FA را فعال کنید

در صورت عدم فعال‌سازی سیستم احراز هویت ۲ عاملی، یکی از مهم‌ترین روش‌های حفظ امنیت کریپتوی خود را نادیده گرفته‌اید. با این روش شما هر بار هنگام ورود به کیف پول خود، سیستم 2FA رمز عبور دیگری را به تلفن همراه یا ایمیل شما ارسال می‌کند. با فعال‌کردن سیستم 2FA، کاربر از دسترسی فوری هکر به حساب کیف پول رمزنگاری خود جلوگیری می‌کند؛ زیرا هکر هیچ‌گاه دسترسی فیزیکی به تلفن یا ایمیل کاربر ندارد. سیستم Google Authenticator یکی از محبوب‌ترین برنامه‌های 2FA است که تأیید دو مرحله‌ای کاربران را در تلفن همراه به کاربران ارائه می‌دهد.

## ۳- رمز و کلیدهای خصوصی خود را به اشتراک نگذارید

هرگز کلید خصوصی رمز اصلی کیف پول خود را به کسی ندهید. با این کار، در واقع شما راه دسترسی به ارزهای دیجیتال خود را به سایرین داده‌اید. به یاد داشته باشید که شرکت‌های معتبر رمزنگاری حتی هنگام تلاش برای کمک به شما در حل مشکلات، هرگز از شما کلید نمی‌خواهد.



ماهواره‌های اجتماعی دنبال کنید



به روزترین مقالات و گزارش‌ها و آخرین اخبار

ارز دیجیتال در

جهت ارسال مقاله، گزارش و خبر:

تلگرام و واتساپ: +۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵  
شماره مستقیم سردبیر: +۹۲۱۲۷۸۹۴۰۶

دفتر نشریه: ۶۶۵۲۱۲۸۳

ایمیل: elececo.ir@gmail.com



## ۷ تحول دنیای دیجیتال در ۵ سال آینده

با پیشرفت فناوری، کامپیوتر می‌تواند به صدای شما گوش بدهد و بگوید که آیا نشانه‌های اولیه آلزایمر در شما وجود دارد یا خیر؛ یعنی بهزودی ماشین‌ها بیشتر از خود شخص در مورد سلامت جسمی او می‌دانند.

**تغییر ناپایا:** موارد کوتاه‌مدت، هیجان‌انگیز و تاثیرگذاری که خیلی زود از بین می‌روند.  
**تحول:** موردی که بعد از تغییر ناپایا ظاهر می‌شود، اما به قوت خود باقی می‌ماند و مدل‌های کسب‌وکار را تغییر می‌دهد. این مورد تغییری بنیادی محسوب می‌شود.  
**سازمان‌ها** باید روی شناسایی تحول‌هایی تمرکز کنند که تأثیر بلندمدتی در جهان می‌گذارند. برای مثال می‌توان به سرویس پخش آنلاین تلویزیون یا سرویس سفرهای اشتراکی اشاره کرد.

### فناوری‌های محاسباتی غیرسترن

فناوری‌های محاسباتی غیرسترن، فناوری‌هایی هستند که نباید آن‌ها را نادیده گرفت. با نزدیک شدن قانون مور به نقطه شکست، فناوری‌های جدیدی باید دنیا را به دست بگیرند. قانون مور تنها اصل حوزه فناوری است که در معرض خطر است. در حال حاضر شبکه‌های عصبی عمیق، ذخیره‌سازی در DNA، محاسبات کوانتمی و فناوری‌های دیگر طرز فکر سازمان‌هارانسبت به مدل‌ها و شیوه‌های محاسباتی و افزایش قدرت محاسباتی ناشی از آن‌ها تغییر داده‌اند. فناوری‌های محاسباتی از شکل سنتی به شکل دیجیتال و سپس عصب‌گون درمی‌آیند که به آن‌ها این امکان را می‌دهد که بیشتر شبیه انسان باشند. چیزها هر روز کوچک‌تر و مترکم‌تر می‌شوند، مواد و بازارهای جدیدی به وجود می‌آید و هزینه محاسبات دچار تغییر می‌شود. این فناوری‌ها، محصولات و فرصت‌های فروش جدیدی را نیز به وجود می‌آورند.

معمولًاً اگر بیمار شوید از پزشک خود وقت می‌گیرید (احتمالاً از طریق یکی از برنامه‌های نرم‌افزاری مربوطه)، سپس معاینه می‌شوید یا مورد آزمایش قرار می‌گیرید تا مشکل تان تشخیص داده شود. با پیشرفت فناوری، کامپیوتر می‌تواند به صدای شما گوش بدهد و بگوید که آیا نشانه‌های اولیه آلزایمر در شما وجود دارد یا خیر؛ یعنی بهزودی ماشین‌ها بیشتر از خود شخص در مورد سلامت جسمی او می‌دانند.

هیچ‌کس نمی‌تواند آینده را دقیقاً پیش‌بینی کند، پس باید برای آن آماده باشیم. این موضوع باعث به وجود آمدن سؤالات زیادی می‌شود: آیا کامپیوتر باید شما را از بیماری احتمالی مطلع کند؟ اگر نرم‌افزار این موضوع را به شما اطلاع ندهد و اتفاق ناخواهایی برایتان بیافتد، آیا می‌توانید از سازندگان آن شکایت کنید؟ آیا کار درستی است که به شما بگویند به یک بیماری وخیم مبتلا هستید؟

این موضوع بایوهکینگ (Biohacking) در فناوری نام دارد و یکی از هفت تحولی است که انتظارش را ندارید. این مورد هم مانند موارد دیگر حاضر در این لیست می‌تواند جهان را تغییر دهد.

داریل پلامر (Daryl Plummer)، تحلیل‌گر برجسته، در سخنرانی خود در گردهمایی و سمپوزیوم گارتنر سال ۲۰۲۰ می‌گوید: «هیچ‌کس نمی‌تواند آینده را دقیقاً پیش‌بینی کند، پس باید برای آن آماده باشیم. ما در دهه‌ای هستیم که باید انتظار تحولات چشمگیری را در حوزه فناوری داشته باشیم. اکنون زمان شروع فرا رسیده است»

مهم است که با انواع مختلف تغییر آشنا باشیم:  
**تغییر کارکردی:** بهبود مداوم تغییرات دائمی و افزونه‌ها.

حیوانات و رفتارهای انسانی، همه چیز را شبیه‌سازی می‌کنند.

### انسان‌های ماشینی

در حال حاضر کامپیوترها می‌توانند افکار انسان را به صورت متن در آورده و روی یک صفحه، نمایش بدهند. مرحله بعد چیست؟ برداشت کردن تصاویر از ذهن افراد؛ فناوری جدید به افراد این امکان را می‌دهد که خاطرات یا تصاویری را وارد ذهن خود کنند. فناوری امکان ماشینی شدن را در اختیار انسان‌ها قرار می‌دهد (از ربات‌های پوشیدنی برای رسیدن به سرعت فرابشری گرفته تا ایمپلنت‌هایی که شنوندی فرابشری را ممکن می‌کنند). این موضوع تعریف انسان را تغییر می‌دهد، اما مسائل اخلاقی جدی را نیز به دنبال خواهد داشت. البته ماشینی شدن این توانایی را دارد که به افراد کمک کند زندگی بهتری داشته باشند.

### بایوهکینگ در فناوری

همه چیز ثبت و ضبط می‌شود. کامپیوترها دائمًا در حال گوش دادن، تحلیل کردن و ذخیره‌سازی داده‌ها هستند، اما در رابطه با نحوه استفاده از این اطلاعات، سوال‌هایی مطرح می‌شود. این موضوع زمانی اهمیت پیدا می‌کند که کامپیوترها داده‌هایی را جمع‌آوری می‌کنند که شما به صورت ناخودآگاه آن‌ها را به اشتراک می‌گذارید، از وضعیت جسمانی گرفته تا محرك‌های کلامی. اگر دوربینی که در پارک کار گذاشته شده مشکلی را در رابطه با وضعیت سلامت شما شناسایی کند که حتی خودتان هم از آن خبر ندارید، دیگر حفظ حریم خصوصی اهمیتی ندارد، بلکه درک نحوه استفاده از اطلاعات خصوصی شما است که اهمیت پیدا می‌کند. البته بایوهکینگ در مجموع می‌تواند به کاهش هزینه تولید داروها و پدید آمدن گرینه‌های درمانی بهتر کمک کند.

### تجربیات عاطفی

ممکن است به دلیل شاد نبودن، از کارتان اخراج شوید؟ در حال حاضر کامپیوترهای دوربین‌دار می‌توانند ناراحتی، عصبانیت یا اضطراب شما را تشخیص بدهند. در نتیجه شرکت می‌تواند احساسات شما را بر اساس حالت چهره‌تان ارزیابی کرده و از آن برای تصمیم‌گیری استفاده کند. سنسورهای ارزان‌قیمتی وجود دارند که می‌توانند مشخصات بیولوژیکی را ارزیابی کرده، محاسبات خود را مبتنی بر وضعیت روانی فرد انجام دهند و تجربه شخصی‌سازی شده‌ای را ارائه کنند. در واقع گارتنر پیش‌بینی می‌کند که تا سال ۲۰۲۴، تشخیص عواطف با استفاده از هوش مصنوعی روی نیمی از تبلیغ‌هایی که در اینترنت مشاهده می‌کنید تأثیر خواهد گذاشت.

منبع: مرکز ملی پژوهشگاه فضای مجازی

### ذخیره‌سازی داده در DNA

ذخیره‌سازی داده در DNA، مشکل ذخیره‌سازی داده‌های انبوه و طول عمر داده‌ها را برطرف می‌کند. با استفاده از این فناوری می‌توان حجم بی‌سابقه‌ای از فناوری را به مدت چند هزار سال در فضای کوچکی که احتمال خرابی کم‌تری دارد ذخیره کرد. این کار از طریق رمزگذاری داده‌های دودویی در جفت باز DNA مصنوعی انجام می‌شود. امکان ذخیره‌سازی چندین پتابیت، اگزابیت یا یوتاپابیت داده در چند گرم DNA مصنوعی وجود دارد. برآوردها نشان می‌دهد تمام جملاتی که توسط بشر بیان شده را می‌توان در پنج اگزابیت فضا جای داد. یک گرم DNA می‌تواند تمام دانش تولید شده بشر طرف مدت یک سال را در خود بگنجاند. سپس می‌توان این داده‌ها را در مکان موردنیاز نگهداری کرد. مثلاً می‌توان آن را در موتور خودرو نگهداری کرد تا هنگام تعییرات مورداستفاده قرار بگیرد. ذخیره‌سازی داده در DNA، نحوه دستیابی، ذخیره‌سازی و بازیابی داده‌ها را به کلی متتحول می‌کنند.

### فضای ابری غیرمتامرکز

فضای ابری غیرمتامرکز زمانی اتفاق می‌افتد که سرویس‌های ابری در مکان‌های فیزیکی مختلف توزع می‌شوند، اما ارائه‌کننده خدمات همچنان وظیفه به کارگیری، کنترل و تکامل آن‌ها را بر عهده دارد. در نتیجه کاربران در هنگام نیاز، به خدمات ابری دسترسی دارند، اما مسئولیت آن‌ها هنوز با ارائه‌کنندگان خدمات است. همچنین این امکان وجود دارد که هزینه انتقال داده برای برنامه‌هایی مانند یادگیری ماشین که به ترافیک داده‌ای بالایی نیاز دارند، کاهش داده شود. علاوه بر این می‌توان از امنیت داده‌ها نیز مطمئن بود، زیرا سرویس‌ها در مکان‌های جغرافیایی خاصی نگهداری می‌شوند، اما در عین حال امکان دسترسی به آن‌ها در فضای ابری وجود دارد.

### شبیه‌سازی دیجیتال کره زمین

عموماً شبیه‌سازی دیجیتال فقط در بافت‌های خاص و مشخصی انجام می‌شود. اما پلامر عقیده دارد «هر چیزی را بتوانیم بینیم، می‌توانیم آن را شبیه‌سازی کنیم». شبیه‌سازی دیجیتال کره زمین به ما این امکان را می‌دهد که دیدی کلی نسبت به تغییرات اقلیمی، مهاجرت‌ها و حتی حرکت کشتی‌ها بین بندرهای مختلف پیدا کنیم. این کار طرز فکر انسان را در زمینه نقشه‌برداری، مسیریابی، عملکردهای فیزیکی و خدمات اضطراری تغییر می‌دهد.

برای مثال نسخه شبیه‌سازی شده زمین می‌تواند آتش‌سوزی‌های کوچک را تا زمانی که از کنترل خارج نشده‌اند به مقامات اطلاع دهد. ماهواره‌هایی که در مدارهای کم ارتفاع کره زمین به حرکت در می‌آیند به ابزاری ناظرتی تبدیل می‌شوند که از فرسایش خاک تا مهاجرت



## رونق کشاورزی دیجیتال در بحران کرونا

■ میترا جلیلی

مجمع جهانی اقتصاد به تازگی اعلام کرده است که تنها کشاورزی دیجیتال می‌تواند با کمبود احتمالی مواد غذایی جهان در آینده مقابله کرده و به کشاورزان بهویژه در حال توسعه کمک کند تا از مشکلات اقتصادی کرونا عبور کنند.

بر تعداد کسانی که از روستاهای شهرها مهاجرت می‌کنند افزوده می‌شود و همین موضوع عملاً توازن بین نیروی کار حوزه تأمین غذای جهان و مصرف‌کنندگان را به هم می‌زند.

شیوع کرونا نیز در کوتاه‌مدت در اثر محدودیت‌های حمل و نقل هوایی، زمینی و ... انتقال غذای تازه را مختل می‌کند و در درازمدت نیز فقدان نیروی کار بر کاشت و برداشت محصولات اثرگذار است و می‌تواند به کمبود محصول و افزایش قیمت محصولات منجر شود. در این میان به نظر می‌رسد تکنولوژی، پاسخی صریح برای حل تمام این مشکلات در آستین دارد چرا که شاهد اجرای طرح‌های فناورانه مختلفی در این زمینه هستیم. یکی از این مراکز، سازمان توسعه کشاورزی دقیق (PAD)، یک سازمان غیرانتفاعی است که در زمینه آموزش کشاورزی فناورانه و دقیق به کشاورزان جهان بهویژه در کشورهای کمتر توسعه یافته، فعالیت دارد.

تحقیق PAD نشان می‌دهد کرونا بر میزان تولید و زندگی کشاورزان در کشورهای جهان سوم تأثیرگذار بوده و هر چند شکاف بین طبقه ثرومند و فقرا بیشتر شده ولی با کمک تکنولوژی می‌توان وضعیت زندگی کشاورزان را در کشورهای در حال توسعه بهبود بخشید. در گزارش این سازمان آمده است: درآمد ۹۰ درصد مردم

حالا دیگر بحران کرونا به یک تهدید جدی برای تأمین امنیت غذایی صدها میلیون نفر در سراسر جهان تبدیل شده و مجمع جهانی اقتصاد نیز هشدار داده است که با توجه به ادامه‌دار شدن این بیماری، چرخه کشاورزی جهان هم دچار مشکلاتی جدی می‌شود که خود در تأمین غذای جهان تأثیرگذار خواهد بود.

این مجمع، به تازگی اعلام کرده است که تنها کشاورزی دیجیتال می‌تواند با کمبود احتمالی مواد غذایی جهان در آینده مقابله کرده و به کشاورزان بهویژه در کشورهای در حال توسعه کمک کند تا از مشکلات اقتصادی کرونا عبور کنند. در همین راستا بسیاری از کشورها دست به دامان تکنولوژی شده‌اند تا با کمک جدیدترین ابزارها و تجهیزات فناورانه بتوانند از این گردنده سخت اقتصادی عبور کنند.

### تکنولوژی یاریگر کشورهای کم‌درآمد

انتظار می‌رود تا سال ۲۰۵۰ تعداد جمعیت جهان از ۱۰ میلیارد نفر فراتر برود که دوسوم این جمعیت در مناطق شهری زندگی می‌کنند و نسبت به ۷/۸ میلیارد نفر فعلی، رقم بالایی است. از سوی دیگر هر روز

## فناوری هوشمند



گیاه، سایز میوه، میزان سبزی و طراوت برگ و... را جمع آوری کنند و آن را همراه با سایر اطلاعات همچون وضعیت خاک، وضعیت آب و هوایی و... در اختیار سیستم ماشین یادگیری قرار دهند.

حالا کشاورزان با توجه به این داده‌ها بهترین زمان برای کوددهی، آبیاری، برداشت محصول و... را در اختیار دارند و می‌توانند با کمترین ضایعات، بیشترین بازده محصول را تجربه کنند. این روبات‌ها حتی می‌توانند در صورت آلوده شدن یک بوته به آفت، بلا فاصله به کشاورز اطلاع دهد تا با اقدامات اولیه ضروری، بیماری به کل مزرعه سرایت نکند.

یکی دیگر از مشکلات کشاورزی وجود کردن علف‌های هرز است که در مزارع بزرگ هزینه زیادی باید برای کارگر پرداخت شود و در صورت استفاده از علف‌کش‌ها نیز محیط‌زیست آلوده می‌شود و احتمال دارد استفاده از محصولات این مزارع برای سلامت مردم مشکلاتی ایجاد کند.

بنابراین روبات‌های ecoRobotix AVO توسط کمپانی آلمانی به عنوان گزینه‌ای مناسب ارائه شده‌اند. این روبات‌ها از هوش مصنوعی بهره می‌گیرند و میزان استفاده از علف‌کش‌ها در مزارع را تا ۹۰ درصد کاهش می‌دهند. این روبات‌ها با انژری خورشیدی کار می‌کنند و می‌توانند تا ۱۲ ساعت در مزارع فعالیت داشته باشند. شب‌هنگام هم می‌توانند برای شارژ آن از باتری استفاده کرد. این روبات‌ها می‌توانند دوربین و سنسور دارند و مجهز به سیستم هشدار است تا چنانچه با وضعیت غیرمنتظره از نظر میزان علف‌ها و... مواجه شد، به کشاورز اطلاع‌رسانی کنند.

### پهپادهای چینی

یکی از کشاورهایی که با شیوع کرونا تحقیق درباره کشاورزی مبتنی بر فناوری، کشاورزی دقیق، آبیاری هوشمند و... در آن به سرعت جان گرفت، چین است. با شیوع کرونا در چین، کشاورزان توسط دولت تشویق شده‌اند که امسال بر سطح زمین‌های زیر کشت خود بیفزایند تا محصول بیشتری تولید شود و در این میان مزارع هوشمند مورد توجه قرار گرفته‌اند و پهپادها جایگاه ویژه‌ای در این

این مناطق از کشاورزی تأمین می‌شود اما بیشتر از روش‌های سنتی بهره می‌گیرند که بازدهی کمی دارد و باید به آنها لزوم استفاده از تکنولوژی را آموزش داد.

این سازمان تاکنون در بنگلادش، کنیا، روآندا، پاکستان، اوگاندا، زامبیا، اتیوپی و هندوستان تلاش‌های فراوانی کرده تا کشاورزان کم درآمد را با ابزارهای فناورانه آنالیز خاک، عکس‌برداری پهپادها از مزارع و تهیه بیگ دیتا (ابرداده) و همچنین استفاده از تحقیقات ماشین‌های یادگیری آشنا کند و البته این موضوع از زمان آغاز بحران کرونا شدت یافته است تا تأثیر این بحران بر کشاورزان فقیر این مناطق به حداقل برسد و ازسوی دیگر در جریان چرخه تأمین غذای این کشورها نیز مشکل زیادی ایجاد نشود.

از زمان آغاز کرونا و جدی‌تر شدن این بحران، سازمان PAD همچنین با شرکت mPower که در زمینه تولید اپلیکیشن و طراحی برنامه‌های خاص برای کشاورزان کم درآمد فعالیت دارد، همکاری خود را آغاز کرده است. این شرکت در حال حاضر نحوه کشاورزی و زندگی کشاورزان در ۱۵ کشور فقیر جهان را با کمک طرح‌های GeoPotato و Agro۳۶۰ تغییر داده است.

Agro۳۶۰ با برنج کاران و کسانی که مزارع فلفل دارند از طریق پیامک ارتباط دارد و مشکلات آنها را حل می‌کند تا بدون نگرانی از ضعیف بودن اینترنت، راهنمایی‌های لازم را در زمینه کشاورزی دریافت کنند. در قالب GeoPotato نیز کشاورزان هشدارهای هواشناسی را دریافت می‌کنند و زمان مناسب برای هر کار مربوط به کشاورزی دقیق به آنها یادآوری می‌شود.

### بازهم ردهای گوگل و روبات‌ها

یکی از کمپانی‌های بزرگ فعال در زمینه کمک به کشاورزان در دوران کرونا نیز شرکت آنفابت (شرکت مادر تخصصی گوگل) است که به تازگی به کمپین تلاش برای کشاورزی پایدار پیوسته است. این شرکت از روبات‌ها و آنالیز بیگ دیتا (ابرداده) استفاده می‌کند تا در جنگ با کمبود احتمالی غذا و گرسنگی، پیروز میدان باشد.

همان‌طور که گوگل ارتباط مردم جهان با یکدیگر را از طریق شبکه جهانی وب برقرار کرده است، حال آنفابت می‌خواهد به کشاورز کمک کند تا شبکه‌ای از دیتای هر گیاه را در یک مزرعه در اختیار داشته باشد و برای این منظور هم از روبات‌های توسعه‌یافته و پیشرفته استفاده می‌کند. این روبات‌ها به پنلهای خورشیدی مجهز هستند بنابراین از سوخت فسیلی استفاده نمی‌کنند و سهمی در آلودگی محیط‌زیست و تغییرات اقلیمی نخواهند داشت.

این روبات‌ها که تعدادی دوربین و سنسور دارند و به نرم‌افزارهای خاص مجهز هستند، در اندازه و شکل‌های مختلف طراحی خواهند شد تا در مزارع با محصولات مختلف بتوانند کارایی داشته باشند. این روبات‌ها با حرکت در مزارع می‌توانند دیتا و اطلاعاتی درباره ارتفاع

کارگر برای مزارع چندان راحت نیست. وی که حالا کار با پهپادها را یاد گرفته می‌گوید امسال ۲۰ هکتار بیشتر برنج کاشته و با توجه به استفاده از پهپاد احتمالاً بازده محصول بالایی خواهد داشت چرا که خطاهای انسانی در آن به حداقل می‌رسد. DJI هم یکی دیگر از کمپانی‌های پهپادی چین است که بیش از ۱۰ میلیون یوان در پهپادهای کشاورزی هزینه کرده و قرار است حداقل به ۲۰ هزار نفر آموخت استفاده از پهپاد را بدهد.

## ۵G بازوی کمکی مالزی

مالزی نیز یکی از کشورهایی است که در زمینه کشاورزی فناورانه و پایدار تلاش فراوانی دارد و حالا در بحران کرونا این تلاش افزون شده است. در مالزی کشاورزی یکی از بازووهای اقتصاد این کشور محسوب می‌شود و حدود ۷ تا ۱۲ درصد تولید ناخالص داخلی این کشور به کشاورزی مربوط می‌شود اما کرونا به آن آسیب زیادی وارد کرده است.

مؤسسه تحقیقات و توسعه کشاورزی مالزی (MARDI) برای توسعه سریع کشاورزی این کشور از انقلاب صنعتی چهارم استفاده کرده و با کمک اپراتور مخباراتی Maxis از فناوری ۵G بهره گرفته تا راهکارهایی به کشاورزان ارائه بدهد.

به این ترتیب داده‌های فراوانی از طریق فناوری اینترنت اشیا سنسورها جمع‌آوری می‌شود و به کشاورزان کمک می‌کرد تا با استفاده از سیستم هوشمند agritech بر رشد محصولات خود نظارت دائم و فناورانه داشته باشند و به طور دقیق از کود، سموم و ... استفاده کنند. در این سیستم سنسورها میزان رطوبت و pH خاک، دمای محیط و ... به طور دائم اندازه‌گیری و بهترین و مؤثرترین زمان ممکن برای آبیاری و ... اعلام می‌شود.

منبع: ایران



طرح دارند. چین که در زمینه استفاده از پهپادها در ارتش پیشاز است با کمک این فناوری می‌خواهد انقلابی در کشاورزی نیز ایجاد کند. بنیان‌گذار XAG، یک کمپانی پهپادی واقع در گوانگجو چین اعلام کرده که پهپادهای این کمپانی به کشاورزان کمک می‌کند تا بر محصولات خود نظارت بیشتری داشته باشند و نحوه کاشت بذر و استفاده از کودها به صورتی کاملاً مؤثر انجام گیرد. در حال حاضر ۴۲ هزار پهپاد این کمپانی روزانه بیش از ۱۰ میلیون پرواز دارند.

از آنجا که پهپادها ۱۰ بار مؤثرتر از نیروهای انسانی کارآزموده عمل می‌کنند، کم‌هزینه‌تر بوده و دوستدار محیط‌زیست هستند این فناوری در چین بسیار مورد توجه قرار گرفته است. «لی لینگ» یک کشاورز ۵۱ ساله که حالا از این پهپادها کمک می‌گیرد می‌گوید دیگر لازم نیست تمام مزرعه را طی کنم. پهپادها بر حسب نیاز محصول به کوددهی و دفع آفات می‌پردازنند و ۸۰ تا ۵۰ بار سریع‌تر از روش‌های سنتی عمل می‌کنند و کشاورز هم دیگر بُوی سم یا آفت‌کش‌ها را استنشاق نمی‌کند.

وی اعتقاد دارد شاید استفاده از پهپاد در نگاه نخست پرهزینه به چشم بیاید اما با توجه به اینکه بیشتر کشاورزان سن بالایی دارند و جوانان کمتر به این موضوع روی خوش نشان می‌دهند امروزه یافتن

پایگاه خبری و اطلاع رسانی

**elececo**

اقتصاد الکترونیکی

[www.elececo.ir](http://www.elececo.ir)

مارادر شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید



دفتر نشریه: ۶۶۵۲۱۲۸۳  
ایمیل: elececo.ir@gmail.com

به روزترین مقالات و گزارش‌ها و آخرین اخبار

انقلاب صنعتی چهارم، بلاکچین، اینترنت اشیا،  
هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و ... با رویکرد  
کاربرد در صنعت و کسب و کارها

ماهname غیربرخط

فناوری  
همه‌نگار

جهت ارسال مقاله، گزارش و خبر:

تلگرام و واساب: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵  
شماره مستقیم سردبیر: ۰۹۲۱۲۷۸۹۴۰۶

### کوته از دنیای فناوری ...

#### اینترنت رفتارها؛ مهم‌ترین روند فناورانه سال ۲۰۲۱

##### تبعات اینترنت رفتارها

با پیشرفت اینترنت اشیا و افزایش داده‌هایی که با استفاده از اپلیکیشن‌های مورداً شناخته شده، شرکت‌های تجاری و دولت‌ها می‌توانند اینبوهی از اطلاعات را از هر فرد جمع‌آوری کنند. با پیوند زدن داده‌های به دست آمده از گوشی، لپ‌تاپ، دستیارهای صوتی، دوربین‌های خانه‌ها و خودروها شرکت‌ها می‌توانند از علاقه‌مند و منفی، نحوه رای دادن، عادات خرید هر شخص و غیره اطلاعات دقیق جمع‌آوری کنند.

از این اطلاعات علاوه بر ارسال تبلیغات هدفمند می‌توان برای بررسی میزان کارایی پیکارهای تبلیغاتی سیاسی، اجتماعی و غیره، بررسی لحظه‌به‌لحظه وضعیت بیماران، شخصی‌سازی سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌های مختلف استفاده کرد. سیاستمداران و شرکت‌های تجاری با کسب اطلاع از سلاطیق و علاقه‌مندان هر فرد می‌توانند برای تغییر عادات و رفتارهای اشخاص هم برنامه‌ریزی کنند تا آنها به خرید کالاهای خاصی علاقه‌مند شوند یا به فرد خاصی در انتخابات رای بدهنند. البته چنین رفتارهایی ممکن است از سوی برخی مخاطبان پس‌زده شود.

منبع: فارس به نقل از زد دی نت.

بررسی‌های موسسه گارتنر نشان می‌دهد شکل‌گیری اینترنت رفتارها مهم‌ترین روند فناورانه سال ۲۰۲۱ است. اینترنت رفتارها بر مبنای اینترنت اشیا شکل می‌گیرد.

اینترنت رفتارها یا IoT با توجه به استفاده انسان‌ها از اینبوهی از وسائل الکترونیک هوشمند مانند گوشی، ساعت‌ها و مچ بندهای هوشمند و غیره شکل می‌گیرد. ردگیری لحظه‌به‌لحظه زندگی انسان‌ها و کسب اطلاع از موقعیت مکانی و حالات چهره اشخاص و سلاطیق افراد و مرتبط کردن این داده‌ها به موقعیت جغرافیایی آنها باعث می‌شود تا تصویری دقیق از رفتارها و حالات روحی و روانی انسان‌ها به صورت آنی به دست آید. بر اساس بررسی گارتنر تا سال ۲۰۲۵ نیمی از جمعیت جهان در معرض برنامه‌های تجاری یا دولتی مبتنی بر اینترنت رفتارها قرار می‌گیرند.

گارتنر هشدار داده که اینترنت رفتارها اگر چه از نظر فناورانه قابل پیاده‌سازی است، اما مشکلات اخلاقی و اجتماعی ناشی از همه‌گیر شدن آن غیرقابل انکار است.

#### ۱۳ شرکت فناوری برای دفاع از هوش مصنوعی متخصص دست به کار شدند

هشدار و پاسخ به تهدیدها علیه سیستم‌های یادگیری ماشینی (ML) به تحلیلگران کمک کند.

مایکروسافت در وبلاگ خود اعلام کرد طی ۴ سال گذشته با افزایش قابل توجه حملات به سیستم‌های ML تجاری رویرو بوده است.

گزارش‌های بازاری ماتریکس تهدید ناشی از یادگیری ماشینی متخصص قرار است تیم‌های امنیتی را تقویت کند. این ماتریکس مجموعه‌ای از رفتارهای خصمانه و آسیب‌پذیری‌هایی را در بردارد که شرکت مایکروسافت و MIRTE طی سال‌ها مشاهده کرده‌اند.

مایکروسافت در پستی در وبلاگ خود گفت: متوجه شده‌ایم مهاجمان هنگام حمله به یک سیستم یادگیری ماشینی از ترکیبی از "تکنیک‌های سنتی" مانند فیشینگ در کنار تکنیک‌های یادگیری ماشینی متخصص استفاده می‌کنند.

منبع: مهر به نقل از اینترنت آوتینگر.

یک سازمان تحقیقاتی با همکاری مایکروسافت و ۱۱ شرکت فناوری چارچوبی را برای مقابله با حملات متخصص که به سیستم‌های هوش مصنوعی وارد می‌شود، فراهم کرده‌اند.

شرکت مایکروسافت با همکاری سازمان تحقیقاتی MITRE چارچوبی برای کمک به کارشناسان امنیت سایبری جهت مقابله با حملات به مدل‌های هوش مصنوعی فراهم کرده‌اند.

این چارچوب "ماتریکس تهدید یادگیری ماشینی متخصص" Adversarial ML Threat Matrix نام دارد و در گیت‌هاب فراهم است. علاوه بر مایکروسافت و MITRE یازده شرکت دیگر نیز در این پروژه با آنها همکاری می‌کنند.

در همین راستا MITRE در بیانیه‌ای رسمی در وب‌سایت خود نوشت: با همکاری مایکروسافت، بوش، آی‌بی‌ام، انویدیا، ایریاس، دیپ اینستینک، تو سیکس لبز، دانشگاه تورنتو، دانشگاه کاردیف، دانشگاه کارنگی ملون، پرایس واترهاوسکوپرز و انتیتو ماشین یادگیری بری ویل این چارچوب را عرضه می‌کند تا در شناسایی،

# چرا در توییتر بحث سقراطی ناممکن است؟

**اگر فیلسوف یونانی در شبکه‌های اجتماعی فعال بود، بعید بود بگوید «می‌دانم که هیچ نمی‌دانم»**

■ نیکول بیتمن

■ ترجمه: علیرضا شفیعی نسب؛ ترجمان از Big Think

احتمالاً همه ما در شبکه‌های اجتماعی چنین تجربه‌ای را داشته‌ایم: نوشته کاربری را خوانده‌ایم، به نظرمان اشتباه آمد و تلاش کرده‌ایم تا با دلیل و منطق انتقادمان را برایش توضیح دهیم، اما در جواب بلاک شده‌ایم یا فحشی نثارمان شده است. بعید نیست که خودمان هم در واکنش به چنین کارهایی زده باشیم. چرا در شبکه‌های اجتماعی گفت‌وگوی سازنده اینقدر دشوار است؟ نیکول بیتمن، متخصص ارتباطات اجتماعی، چند دلیل برای این قبیله‌گرایی رایج در شبکه‌های اجتماعی برمی‌شمارد.

چالش جدی‌ای روبرو نمی‌شویم و جماعتی که خودمان آن‌ها را برگزیده‌ایم تشویقمان می‌کنند و بدین ترتیب، رفتارهای توانایی خودارزیابی دقیق را از دست می‌دهیم و خودمان را بسیار دانابر از آن چیزی تصور می‌کنیم که واقعاً هستیم.

## پیامدهای تعهد‌علنی

اما آنچه فروتنی فکری را نابود می‌کند فقط مکانیسم تقویت اجتماعی از طریق افراد هم‌باور نیست. ردپاهای دیجیتال خودمان هم در این قضیه دخیل است، یعنی آثار دائمی‌ای که نظرات قبلی خودمان بر جا می‌گذارند.

جاناتان هایت، استاد مدرسه کسب‌وکار اشترن در دانشگاه نیویورک، در ژانویه ۲۰۲۰ در توییتی چند صفحه از کتاب مشهور را بر چالدینی در زمینه بازاریابی، تحت عنوان تاثیر گذاری، را به اشتراک گذاشت و نوشت «این هم یکی دیگر از راههایی که توییتر می‌تواند به مباحثه دموکراتیک آسیب برساند.

تعهد‌علنی به پاسخ‌های خود باعث می‌شود تا افراد در برابر داده‌هایی که نشان می‌دهد قبل اشتباہ کرده‌اند، مقاومت بیشتری به خرج دهند». در آن گزیده از کتاب تاثیر گذاری، چالدینی خلاصه آزمایشی از مورتن دویچ و هارولد جرارد، روانشناسان اجتماعی، را می‌آورد که در آن، مجموعه‌ای از خطوط را به سه گروه دانشجو نشان می‌دهند.

از گروه اول خواستند تا برآورده خودشان را از طول خطها بنویسند و تحويل آزمونگ بدهند؛ از گروه دوم خواستند برآورده خودشان را روی مجیک پد بنویسند و پیش از آنکه کسی آن را ببیند، پد را پاک کنند؛ گروه سوم هم اصلاً برآوردهشان را ننوشتند. به دانشجویان ارقامی نشان دادند تا متوجه شوند که برآوردهای اولیه‌شان دقیق نبوده. چالدینی در ادامه می‌نویسد:

دانشجویانی که ارزیابی اولشان را ننوشته بودند خیلی کمتر

نیکول بیتمن، بیگ‌ثینک و جاناتان راوج در کتاب مفتش‌های مهربان (۱۹۹۱) می‌نویسد: «هر آدم لیرالی عاشق شخصیت سقراط است که شیوه تحقیق شکاکانه و اهمیت فروتنی فکری یعنی درنظرداشتن تفاوت میان آنچه می‌دانید و آنچه خیال می‌کنید می‌دانید را به خیلی‌ها آموخته است».

اما در عصر رسانه‌های اجتماعی، آیا سقراط (که هنگام مرگش گفت: «فقط یک چیز می‌دانم: اینکه هیچ نمی‌دانم») هنوز هم ایدئال لیرال‌است؟ یا اکوسیستم اینترنت، با پروپال دادن به اتاق‌های پژواک، تعهدات علنی و تخریب حقیقت‌جویی و پویندگی، باعث نابودی فروتنی فکری شده است؟

## خود در اتاق پژواک

پروفسور مایکل پاتریک لینچ، نویسنده کتاب اینترنت ما: بیشتر دانستن و کمتر فهمیدن در عصر کلان‌داده‌ها، در کرانیکل آوهایر اجوکیشن می‌نویسد «یکی از شیوه‌هایی که اینترنت تصویر ما از خودمان را تحریف می‌کند این است که تمایل ما انسان‌ها برای دست بالاگرفتن دشمنان درباره نحوه عملکرد دنیا را تشید می‌کند. اینترنت ما به یک مکانیسم تقویتی بزرگ تبدیل می‌شود که تمام اطلاعاتی را که، بر اساس پیش‌داوری‌هایمان، مستعد پذیرش‌شان هستیم به خوردمان می‌دهد و تشویقمان می‌کند تا افراد حاضر در حباب‌های دیگر را پست‌فطرت‌هایی ناآگاه بدانیم. فقط خودمان همه‌چیز را می‌دانیم، این راحتی اینترنت هم به ما گفته است».

به بیان دیگر، اینترنت نوعی غرور معرفتی را در ما می‌پروراند، یعنی این تصور که دانسته‌هایمان خیلی بیشتر از آن چیزی است که واقعاً هست. فیدها و الگوریتم‌های جهت‌دهی شده رسانه‌های اجتماعی ما را به سمت اتاق‌های پژواکی حرکت داده‌اند که در آن‌ها دیدگاه‌های خودمان مورد استقبال و دیدگاه‌های مخالف مورد تمسخر قرار می‌گیرند. در پناه این اتاق‌های پژواک، با هیچ

زندگی شان بیندیشند و به حرفشان گوش فرا دهد. بدین صورت نیست که از کسی انتقاد کنید یا بر آنها برچسب پرسش نامه هراسی بزنید. همین باعث می شود که با خیلی از گفت و گوهای سیاسی کنونی تفاوتی بزرگ داشته باشد.

به بیان دیگر، آن نوع از گفت و گو که احتمال دارد نظر مردم را عوض کند (یعنی در غرور معرفتی شان رخنه و آنها را وابدارد تا با محدودیت داشت خود روبه رو شوند) دقیقاً همان گفتمان بدون قضاوت، طولانی و اصلی است که در اقتصاد کنونی رسانه های اجتماعی بهایی به آن داده نمی شود.

پس پرسش مهم این است: آیا می توانیم درس های محله پویی ژرف را در رسانه های اجتماعی به کار بیندیم؟ آیا می توانیم به تغییر اقتصاد رسانه های اجتماعی مبادرت بورزیم به شکلی که به جای غرور معرفتی و قبیله گرایی، به دادوستد آزاد اندیشه ها، کشف و گفتمان نیکاندیشانه بها بدهند؟

### استفاده فروتنه از رسانه های اجتماعی

امیلی چاملی رایت، رئیس مؤسسه پژوهش های انسانی در مصاحبه ای با بیگانه کی می گوید: «آخرین باری را به یاد بیاورید که پس از گفت و گویی با خود فکر کردید: 'ایول، عجب گفت و گویی بود' به احتمال زیاد پس از این گفت و گو حس می کردید آدم باهوشی هستید، چیز جدیدی کشف کرده اید و درباره چیز های دیگری کنجدکاو شده اید».

چاملی رایت، استاد سابق اقتصاد که نوشه های زیادی درباره اخلاق گفت و گو دارد، توضیح می دهد که چرا فروتنی فکری اصل نخست یک گفت و گویی خوب است:

دنیا جای واقعی پیچیده ای است. هیچ کدام از ما نمی توانیم دسترسی کامل به حقیقت داشته باشیم. فقط می توانیم دنیا را از نظر گاه خاصی بینیم، پس دانشمنان به خاطر همان نظر گاه حاوی بینش های خاصی است، اما باز به خاطر همان نظر گاه، محدودیت هایی هم دارد. پس با داشت محدودی که در دسترس داریم، باید با فروتنی کامل به هر گفت و گویی وارد شویم، چون من به شما نیاز دارم تا ندانسته هایم را جبران کنم، درست است؟ شما هم به من نیاز دارید.

این را مد نظر داشته باشید که رسانه های اجتماعی فرصت های بی شماری برای گفت و گوهای خوب و آموزنده (مثل محله پویی ژرف) میان افرادی غریب در سرتاسر دنیا فراهم می آورد. اگر هر کاربر رسانه های اجتماعی از موضع فروتنی فکری واقعی وارد گفت و گوهای آنلاین شود و درک کند که هر یک از دیگر کاربران می توانند فرصتی برای جبران ندانسته ها و رشد او باشند، شبکه های اجتماعی به نیروی پیش ران بی سابقه ای برای ترقی انسانی تبدیل می شوند، نه مثل حالا که ظاهرا در قبیله گرایی سقوط کرده اند.

از بقیه به ارزیابی شان پایین بودند... اما دانشجویانی که موضع اولیه شان را علنی ثبت کرده بودند، با اختلاف زیادی نسبت به بقیه، سرسختی می ورزیدند و حاضر نبودند موضع شان را تغییر دهن. تعهد علنی باعث شده بود یک دنده تر از همه باشند.

به سبب وجود رسانه های اجتماعی، اکثر ما خود را به طور علنی پایین نظراتمان کردیم. صفحه هایمان در شبکه های اجتماعی حاصل مدخل های روزانه ای است که طی سال ها به طور علنی منتشر شده و دیدگاه های منجمد مان درباره سیاست، اخبار، روابط، مذهب و خیلی موضوعات دیگر در آن ثبت شده است.

کاربران زیرک شبکه های اجتماعی نگرانی این را دارند که رد پاهای دیجیتال شان بر فرصت های شغلی آینده شان تاثیر بگذارد، اما کمتر کسی نگران است که رد پاهای دیجیتال شان بر ذهن خودش تاثیر بگذارد. پایین دنی علنی به نظرات کنونی مان شاید این اثر را بر ما داشته باشد که اگر در آینده اطلاعاتی به دستمنان برسد که در حالت عادی نظرمان را تغییر می دهد، حالا نسبت به آنها مقاومت می ورزیم و بدین ترتیب امکان فروتنی فکری در ما از بین می رود.

### ت رویج شایعات داغ و تخریب گری

گرچه شاید بعضی از افراد پذیرای این باشند که نظرشان را تغییر دهند، اما بعد است در رسانه های اجتماعی به آن نوع از مطالبی برخورند که کشف و رشد واقعی را برانگیزد. با توجه به اینکه سکه رایج رسانه های اجتماعی را هم رسانی و ریتویت و لایک و کامنت تشکیل می دهند، اقتصاد این رسانه ها همیشه برندگان و بازنده گانی را بر می گزیند و به آفرین گویی ها و هجوم ها، میم ها و تحیره ها، و گفت و گوهای کوتاه و بی رحمانه ای پاداش می دهد که در آنها برندگان یک بازنده را «خرد می کند».

دیوید بروکمن، دانشمند علوم سیاسی از دانشگاه کالیفرنیا در برکلی، در مقاله ای تحت عنوان «چگونه از طریق صحبت، تصب فردی را از بین ببریم» به وبسایت ووکس می گوید: «این مفهوم در توییتر موج می زند که وظیفه ما تخریب و تقبیح کسانی است که با ما مخالف اند». بروکمن و همکاران پژوهشی اش در حال انجام آزمایشاتی با روش «محله پویی ژرف» هستند.

این تکنیک مستلزم برقراری گفت و گوهای حضوری و دهدیقیه ای با رأی دهنده گان است که پژوهشگر صبورانه و بدون هیچ قضاؤتی به حرف آنها گوش می کند. نشان داده شده که محله پویی ژرف، برخلاف تعاملات کوتاه، نمایشی و غالباً قضاؤت آلود شبکه های اجتماعی، در تغییر نظر مردم موفق است.

### برایان بروزیک در وبسایت ووکس می نویسد:

پژوهش های جدید نشان می دهد که اگر می خواهید نظر کسی را عوض کنید، باید با آنها صبوری کنید، از آنها بخواهید درباره

اشتراك

امکان اشتراک ماهنامه اقتصاد دیجیتال به دو گونه است:  
فایل الکترونیکی (PDF) و نسخه چاپی می باشد.  
الیته نسخه الکترونیک رنگ و نسخه حاب، محبوه، تک رنگ (سماه و سفید) مم، باشد.

نسخه چاپی تعداد ۶ شماره (نیمه دوم سال ۹۹):	۲۰/۰۰۰ تومان
نسخه الکترونیکی ۶ شماره (نیمه دوم سال ۹۹):	۹۰/۰۰۰ تومان
** جهت خرید تک نسخه و پس از چاپ:	
نسخه چاپی تعداد ۱ شماره (نیمه دوم سال ۹۹):	۴۰/۰۰۰ تومان
نسخه الکترونیکی ۶ شماره (نیمه دوم سال ۹۹):	۱۵/۰۰۰ تومان

ارسال نسخه جايي يا پست سفارشي مي باشد و جنابجه تمایل ارسال با پست پيشتاز و يك داري هزينه ارسال اضافه مي گردد

**جهت اشتراک ماهنامه اقتصاد دیجیتال فرم زیر را تکمیل نمایید**

مشترکان الکترونیکی نیاز به تکمیل آدرس ندارند فقط کافی است که پست الکترونیکی خود را وارد نمایند  
جنابجه تمایل به دریافت از طریق بام رسان دارید این امکان فقط از طریق واتس‌آپ و تلگرام وجود دارد

..... نام شرکت / نام:

نام خانه‌ادگر : .....

شغاف : قاتل شرقي اشتراكياً : شمال افريقيا

بيانات الكتب المدرسية | شهادة حفظ | تأثيرات | ملخصات | مراجعة

لـ [الطباطبائي](#) | لـ [المرتضوي](#) | لـ [الشافعي](#) | لـ [النوراني](#) | لـ [النجمي](#)

□ [સેવા](#) □ [સંપર્ક](#) □ [અધ્યક્ષ](#) □ [નિયમો](#)

الكته ونڪ

نوع اشتراک: حامی

رس از ملیت حق اشت اک به حساب حاء، شماهه کارت ۱۷۷۶۳۰۰۹۳۱۵۰۸ (شماهه کارت ۱۰۱۱-۷۹۵۳-۰۴۲۶-۵۸۹۲)، بانک سپه شعبه سلمان. خاطر به نام علی خداوار.

شماره مستقیمه: ۰۶۰۲۱۷۸۹۴۲، تلفکس: ۰۶۰۲۱۶۸۵۲۱۸۳، Eeleco ir@gmail.com

تصویرسازی  
طراحی لوگو  
طراحی جلد کتاب و نشریات  
صفحه‌بندی و صفحه آرایی انواع کتاب و مجله  
چاپ بروشور و کاتالوگ  
چاپ بنر  
ساخت تیزر و اینیمیشن  
عکاسی صنعتی  
طراحی انواع وبسایت  
خبری، فروشگاه و  
مشاوره دیجیتال مارکتینگ  
تولید محتوی

# مانی

بصورت آنلاین و مجازی  
کارگاه‌های آموزشی همیشہ  
بجزی نمایشگاه

تبلیغ  
۰۹۱۰.۱۹۴-۷۹۴۸.۹۵-۰۱  
۰۹۱۲۲۹.۹۰۵-۰۱



Digital Marketing  
Search Engine Optimization (SEO) Marketing  
Social Media Marketing Platforms  
Influencer Marketing  
Email Marketing  
Content Marketing  
Pay-per-click (PPC)  
Affiliate Marketing

# فناوری

پایگاه خبری و اطلاع رسانی  
**elececo**  
اقتصاد الکترونیکی  
[www.elececo.ir](http://www.elececo.ir)

ماهnamه

اقتصاد دیجیتال

[www.digiteco.ir](http://www.digiteco.ir)

امروزه رسانه‌های تخصصی نقشی اساسی در توسعه صنعت و دانش دارند وقتی یک رسانه تخصصی می‌تواند رسالت خود را با موفقیت بدهد که بتواند کلیه نظرات، تجربیات، تحقیقات اساتید دانشگاه، متخصصان و کارشناسان دست اندر کاردار این زمینه را در سانه خود نشر بدهد.

ماهnamه "اقتصاد دیجیتال" و پایگاه خبری و اطلاع رسانی "اقتصاد الکترونیکی" از متخصصان و دست اندر کاران این حوزه دعوت می‌نماید تا مقالات و گزارش‌های خود در زمینه‌های زیر را برای دبیرخانه این رسانه‌ها ارسال نمایند:

- کسب و کار دیجیتال (...)
- فناوری مالی (فین تک): (بانکداری دیجیتال، ارز دیجیتال و ...)
- دولت الکترونیک
- امنیت اطلاعات
- بلاک چین، هوش مصنوعی
- انقلاب صنعتی چهارم
- شهر هوشمند
- ...

دفتر نشریه: تهران ، خیابان بهار جنوبی ، کوچه حمید صدیق بن بست منصور ۲، پلاک ۴ واحد ۴  
تلفن: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵ - ۰۹۲۱۲۷۸۹۴۰۶ - ۰۶۵۲۱۲۸۳ شماره مستقیم دبیرخانه: ۰۹۲۱۲۷۸۹۴۰۶

ما را در شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید



elececo



elececoir



elececo.ir



elececoir