

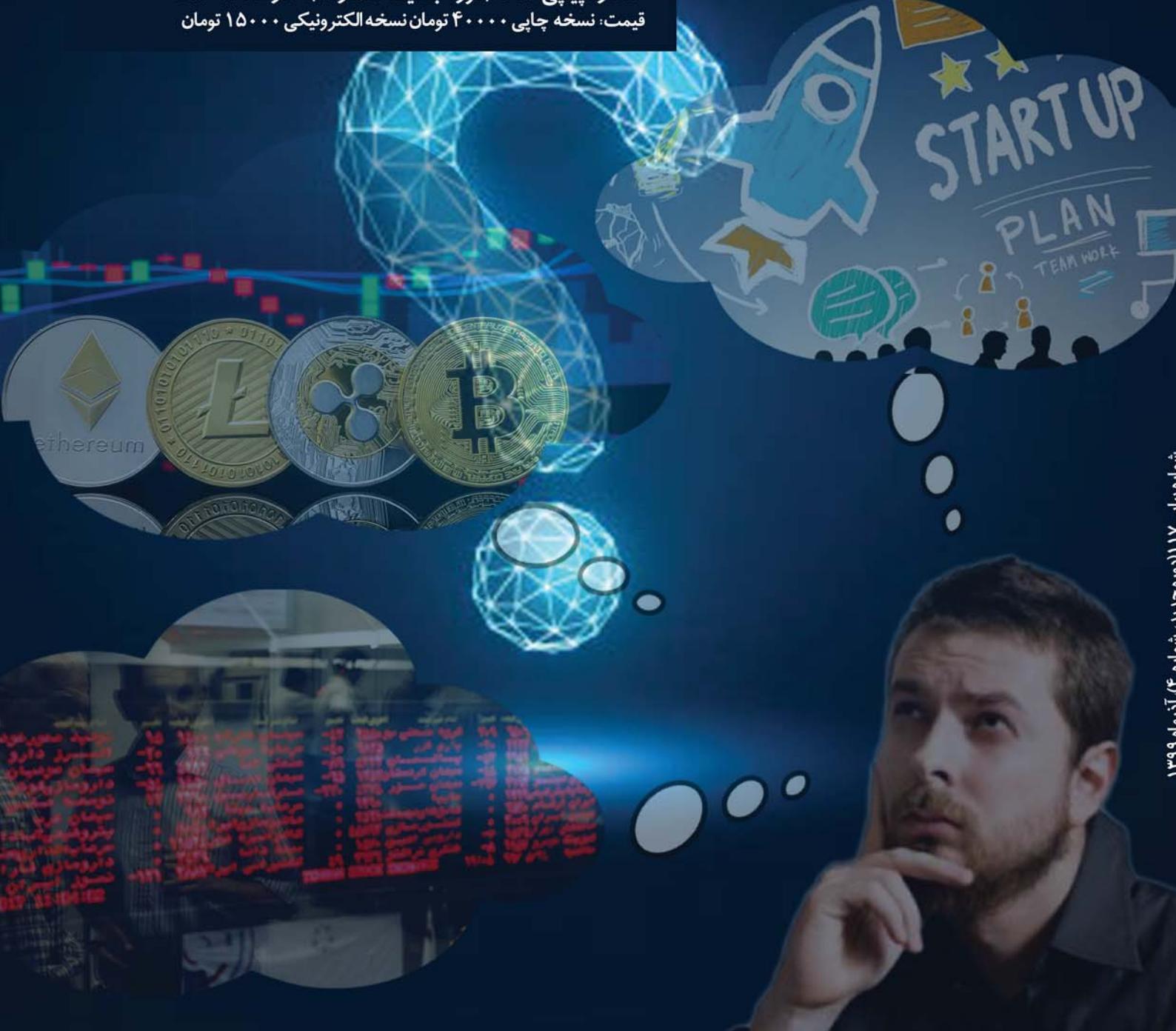
ماهnamه

اقتصاد دیجیتال

www.digiteco.ir

شماره پیاپی ۱۱۷ (دوره جدید، شماره ۴)، آذر 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، Industry 4.0,...)
- آموزش هوشمند



شناختن نشریه:

دفتر نشریه

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

تلفن: ۰۶۵۲۱۲۸۳

تلگرام و واتس‌اپ: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵

ایمیل: Elececo.ir@gmail.com

چاپ علوی: خیابان جمهوری- خیابان سی تیر- پلاک ۵

۶۶۷۷۱۵۲۷

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: ۰۶۵۲۱۲۸۳

موبایل مستقیم: ۰۹۱۲۲۷۸۹۴۰۶

تلگرام و واتس‌اپ: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵

ایمیل: Elececo.ir@gmail.com

یادداشت

۳..... سهم ۱۰ درصدی اقتصاد دیجیتال از اقتصاد کشور تا سال ۱۴۰۴

نیلوفر مراد حاصل

۵..... حمایت از بخش خصوصی عامل رشد اقتصاد دیجیتالی

کسب و کار هوشمند

۷..... فیلتر کسب و کارهای مجازی به دلیل کج سلیقه‌گی است

۹..... افزایش تجارت الکترونیکی در دوران کرونا؛ ۷ تریلیون دلار تجارت در فضای مجازی

۱۱..... چرانوآوری در مدل کسب و کار می‌تواند کلید دستیابی به نتایج بهتر باشد؟

مترجم: عاطفه جوانی

۱۳..... نکاهی به سلطه اطلاعاتی گوکل؛ وقتی همه در اختیار گوکل هستیم!

ترجمه: ایرنا زندگی

۱۵..... نقش تجارت الکترونیک در توسعه روستاهای فقرزده چین

جاش فریدمن، ترجمه: بابک حافظی

۲۰..... ابتکار عمل‌های هوش مصنوعی در حوزه دیجیتال مارکتینگ

احسان ابراهیمی

۲۲..... واقعیت‌هایی درباره دوره‌های دیجیتال مارکتینگ در ایران

۲۵..... عکام برای نگارش یک کمپین بازاریابی دیجیتال استاندارد

عماد پور شهریاری

۲۶..... انواع تبلیغات وب چیست و هر کدام چه کاربردی دارد؟

۲۷..... بازیابی مشتریان از دست رفته به کمک بازاریابی ریتارگتینگ

عماد پور شهریاری

دولت الکترونیک

۲۸..... مزیت‌های انتخابات الکترونیک

۲۹..... انتخابات مبتنی بر بلاکچین؛ حرکت به سمت پایان تقلب

مصطفی افخمی؛ ارز دیجیتال

۳۲..... چه وقت پروره ۱۴ ساله سلامت الکترونیک تکمیل می‌شود

هانیه تقی‌زاده

فهرست



■ همهگیری ویروس کرونا و ظهور دیپلماسی اقتصادی دیجیتال	۳۵.....
بهنار عظیمی	
■ سناریوهای حکمرانی فضای مجازی در هندوستان چیست؟	۳۷.....
■ وضعیت استرالیا در دسترسی به اینترنت و الکترونیک	۳۸.....

بانکداری دیجیتال.....40.....

■ بانکداری دیجیتال نیازمند تصمیمات جسورانه حاکمیتی است	۴۰.....
لیلا فریدرس	

■ فرایند «نئوبانکی شدن» و «حذف کارت‌های بانکی»	۴۱.....
پلتفرم بانکداری دیجیتال یکی از ملزمات تحول دیجیتال	۴۶.....
مسعود خرقانی	
■ بررسی مشکلات اصلی سیستم وامدهی همتا به همتا!	۴۶.....
فرزاد تمیمی فرد	

ارز دیجیتال.....51.....

■ پول‌های کثیف تغییر نام می‌دهند؛ ارزهای دیجیتال چقدر به پول‌شویی کمک کردند؟	۵۱.....
نگار علی	
■ بورس بهتر است یا ارز دیجیتال؟	۵۳.....
■ ارزهای دیجیتال بانک مرکزی، تاثیر انقلابی به همراه دارند!	۵۶.....
■ یوان دیجیتال چین می‌تواند با دلار رقابت کند؟ نبرد تازه‌نفس علیه واحد پرنفس	۵۸.....
■ قوانین احراز هویت سخت‌گیرانه فرانسه برای رمز ارزها	۶۰.....
■ کیف پول‌های کریپتو قانون‌گذاری می‌شوند! شایعه یا حقیقت؟	۶۲.....
■ چگونه از کیف‌پول‌های ارز دیجیتال محافظت کنیم؟	۶۴.....
مصطفویه نیکنام	

امنیت اطلاعات.....69.....

■ تأمین امنیت نیروی کار ترکیبی در سال ۲۰۲۱ توسط شرکت‌ها	۶۹.....
■ راه نشست داده‌های اطلاعاتی مسدود شد؛ تأمین امنیت اطلاعات کسب‌وکار با زنجیره بلوکی	۷۰.....
■ چگونه جرایم رایانه‌ای در سال جاری یک تریلیون دلار هزینه بر جهان تحمیل خواهد کرد.....	۷۱.....

ترجم: مهران بهنام‌نیا

■ تکنولوژی تشخیص چهره چه مزایا و معایبی دارد؟	۷۳.....
شایان ضیابی	

فناوری هوشمند.....75.....

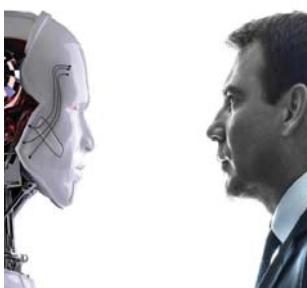
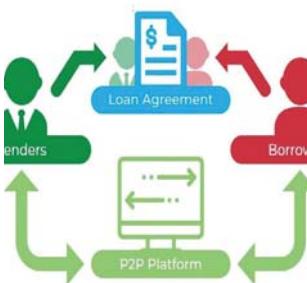
■ انقلاب چهارم: ضرورت اندیشه در عصر دیجیتال	۷۵.....
ترجمه: کامران برادران	

■ انقلاب روباتیک، جفرافیای تولید را تغییر می‌دهد؛ سرنوشت صنعت با «هوش مصنوعی»	۷۶.....
■ فواید رسانه‌های هوشمند در زندگی افراد؛ هوشمندسازی منازل باعث کاهش هزینه‌های مصرفی شود	۷۸.....
علی زحمت کش	

■ بررسی و تایید اسناد با فناوری بلاک‌چین چگونه است؟	۸۰.....
مازیار نسیمی	

آموزش هوشمندوسلامتی هوشمند.....82.....

■ آموزش مجازی نیاز به امداد دارد	۸۲.....
■ سپردن مرگ و زندگی انسان‌ها به دست الگوریتم‌ها	۸۵.....



سهم ۱۰ درصدی اقتصاد دیجیتال از اقتصاد کشور تا سال ۱۴۰۴



■ نیلوفر مرادحاصل:

مدیر کل دفتر بررسی‌های اقتصادی وزارت ارتباطات

فناوری اطلاعات و ارتباطات در کسب سهم ۶.۵ درصدی اقتصاد دیجیتال از اقتصاد کشور نقش دارد و تا سال ۱۴۰۴ می‌توان به تحقق سهم ۱۰ درصدی اقتصاد دیجیتال از اقتصاد کل کشور امیدوار بود.

سنگش و اندازه‌گیری اقتصاد دیجیتال به علت تنوع و گستردگی حوزه‌های فعالیت و ماهیت خدمات دیجیتال، کار ساده‌ای نیست و برای اندازه‌گیری میزان اقتصاد دیجیتال و سهم آن در اقتصادهای ملی در سطح بین‌المللی یک روش جامع و استاندارد وجود ندارد، چرا که مفهوم اقتصاد دیجیتال مدام در حال تکامل و تغییر است.

برای سنگش هسته اقتصاد دیجیتال - همان بخش ICT - تاکنون سه دوره طرح حساب‌های اقتصادی بخش ICT به پیشنهاد وزارت ارتباطات و با همکاری مرکز آمار ایران اجرا شده است، در سال گذشته نیز سهم اقتصاد دیجیتال از اقتصاد ایران از طریق طرح سنگش کل اقتصاد دیجیتال با همکاری مرکز آمار ایران بر اساس مدل‌ها و الگوهای مراجع معترض بین‌المللی محاسبه شد. برای سال ۱۳۹۸ نیز دفتر بررسی‌های اقتصادی وزارت ICT با بهره‌گیری از متدولوژی بکار گرفته شده قبلی، سهم هسته اقتصاد دیجیتال را ۴.۲ درصد و سهم کل اقتصاد دیجیتال از اقتصاد ملی را حدود ۶.۵ درصد برآورد کرد که این ارقام در مقایسه با سال‌های قبل رشد خوبی داشته‌اند.

رشد ۶.۵ درصدی اقتصاد دیجیتال در مقابل رکود دیگر بخش‌های اقتصادی کشور است اکنون به دنبال تحولات سیاسی و تحریم‌ها علیه کشور، بخش‌هایی از اقتصاد کلان که سهم قابل توجهی در تولید ملی دارند (بخش نفت)، رشد اقتصادی منفی داشته‌اند که این مسئله به‌شدت شرایط اقتصادی کل کشور را تحت تأثیر خود قرار داده است.

اما با بررسی روند تغییرات رشد ارزش افزوده کل اقتصاد با بخش ارتباطات و فناوری اطلاعات متوجه می‌شویم این دو شاخص در سال‌های اخیر رابطه مستقیمی با یکدیگر نداشته‌اند به‌طوری‌که در سال ۱۳۹۷ بخش ارتباطات و فناوری اطلاعات رشدی حدود ۳۱.۳ درصدی را تجربه کرد در حالی که کل اقتصاد کشور رشدی منفی در حدود ۴.۸ درصد داشت.

این امر ناشی از سهم کوچک ارزش افزوده بخش ارتباطات و فناوری اطلاعات در ارزش افزوده کل اقتصاد است که بدون شک، تغییرات صورت گرفته در ارزش افزوده سایر بخش‌های اقتصادی که دارای سهم بزرگتری از کل اقتصادی کشور هستند، توانسته‌اند اثر رشد فزاینده محقق شده در بخش ارتباطات و فناوری اطلاعات را ختنی کنند.

رشد اقتصاد دیجیتال از زمان گسترش کسب و کارهای اینترنتی آغاز شد، در سه سال اخیر با توجه به اقدامات وزارت ارتباطات مانند توسعه زیرساخت‌های ارتباطی تا سطح دسترسی به فناوری‌های 3G و 4G، افزایش ظرفیت پهن باند زیرساخت شبکه ملی اطلاعات، برقراری امکان دسترسی پرسرعت و امثال آن جهش رشد در کل اقتصاد دیجیتال اتفاق افتاده است.

شیوع بیماری کرونا نیز نقش مؤثری در رشد ارائه خدمات الکترونیکی و تجارت الکترونیکی همچون حوزه سلامت الکترونیکی و آموزش الکترونیکی داشته است. به بیان دیگر پاندمی کووید ۱۹ باعث گسترش و توسعه ارائه خدمات توسعه پلتفرم‌های آنلاین و به خصوص پلتفرم‌های حمل و نقل شده و در واقع نفوذ فناوری‌های دیجیتال در سایر بخش‌های اقتصادی

را نشان می‌دهد.

توسعه نسل‌های جدید ارتباطات موبایلی بستر مناسبی برای توسعه فناوری‌های تحول آفرین همچون اینترنت اشیا، رایانش ابری و کلان داده‌ها و شکل گرفتن کسب‌وکارهای اینترنتی را فراهم می‌آورد که در توسعه اقتصاد دیجیتال نقش کلیدی دارند.

اکنون شرکت‌های بزرگ فناوری در جهان سهم بالایی در خلق ارزش در اقتصادهای جهانی دارند. بر این اساس طبق اطلاعات ۱۰ شرکت برتر جهان در سال ۲۰۲۰ میلادی از منظر درآمدی، حضور ۳ شرکت فعال در حوزه ICT (آمازون، اپل و AT&T) گویای پررنگ‌تر شدن سهم اقتصاد دیجیتال در سال‌های اخیر در اقتصاد جهانی است.

وضعیت زیرساخت‌های کشور که به رشد اقتصاد دیجیتال منجر می‌شود علی‌رغم این که در حوزه تولید فناوری‌های نوین نسبت به جهان مزیتی نداریم اما می‌توانیم از فرصت‌های اقتصادی به وجود آمده در حوزه ارائه خدمات حاصل از این فناوری‌ها بهره بگیریم.

در عصر کوئنی که هر کدام از فناوری‌ها، دیگری را کامل می‌کند باید موضوع بهم پیوستگی میان فناوری‌های تحول آفرین بیش از گذشته دقیق‌تر کرد چرا که به عنوان نمونه، توسعه نسل پنجم ارتباطات موبایلی (5G) باعث ارتقا سرعت و کیفیت در ارائه خدمات ارتباطی می‌شود و زمینه بهره‌گیری از داده‌های بزرگ و توسعه اینترنت اشیا را فراهم می‌آورد.

آیا سهم ۶.۵ درصدی اقتصاد دیجیتال از تولید ناخالص داخلی در مقایسه با سایر کشورهای دیگر سهم خوبی است؟

سهم واقعی اقتصاد دیجیتال معمولاً به مرتب بیشتر از چیزی است که محاسبه و اعلام می‌شود. به طوری که سهم بخش ICT (هسته اقتصاد دیجیتال) و سهم کل اقتصاد دیجیتال از اقتصاد جهانی از نگاه آنکた در سال ۲۰۱۹ به ترتیب ۴.۵ درصد و ۱۵.۵ درصد برآورد شده است.

سهم ۶.۵ درصدی کل اقتصاد دیجیتال از اقتصاد ملی در کشورمان نشان می‌دهد که تقریباً هسته اقتصاد دیجیتال (بخش ICT) به نقطه بلوغ خود نزدیک شده است، اما سهم کل اقتصاد دیجیتال کشور فاصله زیادی در مقایسه با متوسط جهان و کشوری مانند چین دارد.

باید به این مهم توجه داشت که برای ارتقای سهم اقتصاد دیجیتال لزوماً توسعه زیرساخت‌های ارتباطی و توسعه فناوری‌های تحول آفرین نتیجه بخش نخواهد بود. در حال حاضر طبق گزارش‌های بین‌المللی وضعیت کشور در زیرشناخت‌های ارتباطی مانند زیرشناخت دسترسی در وضعیت مناسب‌تری نسبت به متوسط منطقه و جهان قرار دارد اما بهبود این جایگاه نیاز به توامندسازی افراد، توسعه و تسهیل کسب‌وکارهای مبتنی بر فناوری اطلاعات، توسعه اینترنت، بازنگری در قوانین مربوط به حوزه اقتصاد دیجیتال، گسترش همکاری‌ها و تعاملات بین‌المللی در سایه همکاری و تعامل سازنده میان همه بخش‌ها و نهادهای مرتبط با اقتصاد دیجیتال در کشور دارد.

نمی‌توان برآورد دقیقی از رشد سهم اقتصاد دیجیتال در آینده نزدیک به دلیل عدم اجرای طرح سنجش اقتصاد دیجیتال در سال جاری ارائه کرد. علاوه بر آن کاهش درآمدهای نفتی، رکود اقتصادی و تحریم‌ها علیه کشور، پاندمی کووید ۱۹ و تعطیلی بسیاری از کسب‌وکارها حاکم از ادامه شرایط رکودی در کشور است.

اما علی‌رغم این شرایط، برخی از کسب‌وکارهای حوزه اقتصاد دیجیتال طی سال جاری رشد مناسبی را تجربه کرده‌اند و کسب‌وکارهای جدیدی در این حوزه شکل گرفتند. جهش به وجود آمده در حوزه خدمات الکترونیکی نظیر سلامت دیجیتال و آموزش الکترونیکی که انجام آن در شرایط عادی، شاید بیش از چندین سال طول می‌کشید نشان می‌دهد شرایط به وجود آمده، فرصتی برای بهره‌برداری است. طبق پیش‌بینی‌های انجام شده، طی سال‌های آتی و در شرایط پساکرونا به علت فعالیت دوباره کسب‌وکارها، شاهد رشد مثبت در سطح کلان و از جمله اقتصاد دیجیتال خواهیم بود.

رونده رو به رو رشد به کارگیری فناوری‌های نوین و برنامه‌های حمایتی از بنگاه‌های حوزه اقتصاد دیجیتال، در کنار فراهم کردن بستر تحقق الزامات توسعه اقتصاد دیجیتال، چشم‌انداز روش‌منی از تحقق سهم ۱۰ درصدی اقتصاد دیجیتال در افق ۱۴۰۴ را به تصویر می‌کشد.

منبع: ایرنا

حمایت از بخش خصوصی عامل رشد اقتصاد دیجیتالی

ایران در هفت شاخص کلی و از بین ۱۳۱ کشور جهان، رتبه ۶۷ جهانی را در اقتصاد دیجیتال دارد.

مجمع جهانی اقتصاد در تازه‌ترین گزارش خود از برگرفته از نمایه نوآوری جهانی (GII ۲۰۲۰) که به بررسی کشورهای دنیا از منظر نوآوری پرداخته، نشان می‌دهد ایران در هفت شاخص کلی و از بین ۱۳۱ کشور جهان، رتبه ۶۷ جهانی را در اقتصاد دیجیتال دارد. در تقسیم‌بندی منطقه‌ای این مجمع نیز، کشور ما در فهرست کشورهای منطقه آسیای مرکزی و جنوبی پس از هند و بالاتر از قزاقستان در رده دومین کشور نوآور منطقه قرار گرفته و اینکه برخلاف رکود دیگر بخش‌های اقتصادی کشور، اقتصاد دیجیتال امسال توانسته با رشد خود، سهمی ۶.۵ درصدی از تولید ناخالص داخلی (GDP) را به خود اختصاص دهد.

کسب جایگاه کنونی و رشد تولید ناخالص ملی را با کارشناسان حوزه فاوا در میان گذاشتیم تا بینیم علت به دست آوردن این رتبه و سهم ۶.۵ درصدی از تولید ناخالص ملی در اقتصاد دیجیتال چیست؟ و برای بهبود رتبه کشورمان در اقتصاد دیجیتال در منطقه و جهان و داشتن سهم بیشتر این بخش از اقتصاد در تولید ناخالص ملی چه باید کرد.

اسلامی اعتقاد دارد باید موانعی هم که هنوز پیشروی پیشافت

اقتصاد دیجیتال مانند بیمه و مالیات وجود دارد را نیز رفع کنند.
وی افروزد: باید رفتارها متناسب با حوزه اقتصاد دیجیتال باشد و دولت به ورود برخی از شرکت‌های فناوری به بورس بیشتر کمک کند. باید از نیروی انسانی متخصص حفاظت کرد و آنها را در داخل به کار گرفت و مهم‌تر اینکه باید باور مدیران به اینکه دیگر فناوری لوکس نیست را تعییر داد تا اقتصاد دیجیتال ما بتواند در آسیا و جهان رشد کند.

فرامرز رستگار رئیس سندیکای صنعت مخابرات هم اعتقاد دارد فعالیت‌های خوبی که در داخل کشور در حوزه نرم‌افزارها و خدمات صورت گرفته، موجب شده تا اقتصاد دیجیتالی در کشور رشد کند.

رستگار گفت: تحریم تاثیر بسیار کمی در کند شدن رشد اقتصاد دیجیتالی در کشور داشته و آنچه باعث شده در ۱۰ ماه گذشته اقتصاد دیجیتالی در کشور رشد کند، شیوع بیماری کرونا است.

وی افروزد: شیوع کرونا تغییرات اساسی را در سبک کار و زندگی ایرانی‌ها به وجود آورده و بسیاری از کسب و کارهای سنتی هم در این شرایط به سمت استفاده از بستر اینترنت روی آوردند از سوی دیگر دورکاری بر بستر اینترنت بسیار گسترد و فراگیر شد و اینکه مکانیزه‌تر شدن فعالیت‌های بانکی و اقتصادی از دیگر نمونه‌هایی است که در این شرایط رخ داده است.

این کارشناس اعتقاد دارد در سایر بخش‌های اقتصادی کشور نیز رکود حاکم بود از این‌رو اقتصاد دیجیتال توانست سهم تولید ناخالص ملی را در کشور افزایش داده و به سطح ۶/۵ درصد از تولید ناخالص ملی برساند.

بخش خصوصی عامل رشد

حسین اسلامی کارشناس فاوا معتقد است در چند سال اخیر بخصوص بعد از تحریم‌ها مجموعه شرکت‌های بسیار خوبی به همت متخصصان اقتصاد دیجیتال و بخش خصوصی در حوزه ICT بخصوص در حوزه‌های پرداخت، بانکداری و... شکل گرفتند و باعث شدند تا اقتصاد دیجیتال در تولید ناخالص ملی کشور سهم داشته باشد.

اسلامی: با تمام کارهای انجام شده، رتبه ۶۷ جهانی برای ما رتبه خوبی نیست و نسبت به قبل پسربت داشته‌ایم و اگر در دست‌بندی منطقه‌ای آسیای مرکزی و جنوبی هم رتبه دوم را به دست آوردیم به دلیل آموزش دانشگاهی، مالکیت فکری، پنجه‌های (ثبت اختصار) اورجینال، تولید دانش، تولید محصولات فناورانه، تحقیق و پژوهش و... بوده است.

وی با بیان اینکه برای رشد و رسیدن به جایگاه مناسب‌تر در آسیا و جهان بهتر است شرایط را برای فعالیت بخش خصوصی حوزه ICT بهتر از قبل فراهم کنیم، افروزد: اقتصاد ما متأسفانه متاثر از دولت و حاکمیت است و بخش خصوصی برای فعالیت خود به همراهی دولت و حاکمیت نیاز دارد و باید تا جایی که می‌تواند داده‌ها را آزاد کرده و اجازه دهد بخش خصوصی از آنها استفاده کند و در این راستا باید مجموعه‌های عمومی با بخش خصوصی همراهی و همکاری کند.

این کارشناس در ادامه گفت: هم‌اکنون باید روی نیروهایی که تا به حال در خانه‌ها هستند تمرکز کرد، چرا که به مدد اینترنت، می‌توانند دورکاری کنند از سوی دیگر باید صادرات خدمات فنی و مهندسی حوزه ICT را توسعه دهیم و متخصصان و نیروی انسانی با دانشی که وجود دارد می‌توانند در این مسیر کمک کننده باشند.

یک قانون گذاری سریع

قوانين مموج بآنگری ها صورت بگیرد، چرا که اقتصاد دیجیتال بسیار پویا بود و تغییرات در آن به سرعت صورت می‌گیرد بنابراین نیاز به قانون گذاری سریع نیز دارد.

آشتینانی با اشاره به اینکه بهتر است رویکرد چارچوب محور را جایگزین مجوز محور کنیم، گفت: اگر اجازه دهیم یک فناوری نوینی که وارد کشور می‌شود در یک محیط کنترل شده بکار خود پردازد و رشد یابد و به موازات آن قانون گذاری صورت بگیرد، شاهد رشد بهتر کسب و کارهای اقتصاد دیجیتال خواهیم بود و به دنبال آن تولید ناخالص ملی نیز در این عرصه رشد خواهد کرد.

توجه به کسب و کار دانش بنیان

علیرضا هاشمی گلپایگانی استاد دانشگاه امیرکبیر نیز اعتقاد دارد در رشد اقتصاد دیجیتالی بخش خصوصی عمده‌ترین سهم را داراست و در این راستا می‌توان به نقش خردمند فروشی الکترونیکی، راهاندازی حمل و نقل عمومی اینترنتی و فرآگیری استفاده از آن شاره کرد.

گسترش زیرساختی مانند خدمات میزبانی وب، شبکه و... که خود زیرساخت خدمات دیگری مانند خرده فروشی، حمل و نقل اینترنتی و... است، خود عامل دیگری در رشد اقتصاد دیجیتالی و تولید ناخالص ملی است. البته به این موضوعها به کارگیری فرآگیر شبکه‌های اجتماعی از سوی بسیاری از مردم که بخش زیادی از فروش خدمات ارتباطی را در بردارد، نیز باید اضافه کرد. وی افزود: کشور ما جمعیت بالایی نسبت به دیگر کشورهای منطقه دارد و حضور بیشتر مردم و استفاده آنها از رسانه‌های اجتماعی برای انجام فعالیت‌های اقتصادی و کسب درآمد خود عاملی برای رشد اقتصاد دیجیتالی است و می‌تواند رتبه کشور ما را بهبود بخشد.

این استاد دانشگاه رشد ایران در دسته‌بندی منطقه‌ای از سوی مجمع جهانی اقتصاد را ناشی از ارائه خدمات الکترونیکی پایه (خصوصی خدمات ارتباطی) دانست و گفت: هرچند در لایه‌های این حوزه ضعف‌هایی وجود دارد اما ارائه خدمات الکترونیکی مانند میزبانی‌ها، دیتاسترها و خدمات ارتباطی در سطوح مختلف سازماندهی شده باعث شد کارایی ارائه خدمات در کشور بالاتر رود و بر بستر خدمات پایه، فعالیت‌های اقتصادی دیجیتال شکل بگیرد.

گلپایگانی گفت: کسب و کارهای دانش بنیان هم می‌توانند سهم قابل توجهی را داشته باشند هرچند در این حوزه هم شاهد مضلاتی مانند بازاریابی و جوان بودن این کسب و کارها هستیم ولی آنها می‌توانند سکوی پرتاپ کشور برای ارتقای بیشتر اقتصاد دیجیتالی کشور در آینده باشند.

منبع: ایران

عباس آشتینانی رئیس کمیسیون رمز ارز و بلاک چین سازمان نصر نیز معتقد است که در سال‌های اخیر در کشور شاهد اتفاق‌های خوبی در حوزه کسب و کارهای اقتصاد دیجیتال بودیم؛ از یک طرف معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و وزارت ارتباطات دیدگاه‌های خوب خود را در این حوزه عملیاتی کردند و از سوی دیگر بخش خصوصی در کسب و کارهای اینترنتی مانند فروشگاه‌ها و تاکسی‌های اینترنتی و... سرمایه‌گذاری‌های خوبی انجام داد از این‌رو شاهد رشد تولید ناخالص ملی در بخش اقتصاد دیجیتال هستیم.

آشتینانی گفت: تولید محصولات و خدمات در حوزه فناوری و نوآوری دیجیتالی به سرمایه‌گذاری کمتری نسبت به بخش فیزیکی و سنتی نیاز دارند. بخش خصوصی با پتانسیل نسل جوان کشور توانسته در عرصه اقتصاد دیجیتال فعالیت کرده و خود را به ظهور برساند. با اینکه رشد و پیشرفت در اقتصاد دیجیتال سریع است اما این بخش خصوصی بوده که با بهروز بودن توانسته نقش پررنگ‌تری را در رشد تولید ناخالص ملی کشور در حوزه اقتصاد دیجیتال ایفا کند.

این فعال حوزه بلاک چین اعتقاد دارد سهم تولیدات صنعتی و معدنی و... در سال‌های اخیر به دلیل تحريم و فشارهای حداکثری چهار افت شده و کارخانه‌های بسیاری تعطیل شدند اما بخش دیجیتالی توانست در این شرایط بکار خود ادامه دهد و از آسیب‌ها دور بماند و نقش زیادی در افزایش سهم تولید ناخالص ملی داشته باشد.

آشتینانی در ادامه گفت: برای اینکه کشورمان رتبه و جایگاه بهتری در بین کشورهای منطقه و دنیا به دست بیاورد و بتواند بیش از این در تولید ناخالص ملی نقش داشته باشد، دولت باید از حوزه فناوری و اقتصاد دیجیتال به صورت تمام‌قد حمایت کند. بخش خصوصی به راحتی و به سرعت نکات مثبت را برای فعالیت بر بستر اینترنت پیدا کرده و شروع بکار می‌کند ولی متاسفانه مشکلات قانونی و ناامنی سرمایه‌گذاری در فضای کسب و کار، باعث توقف یا کند شدن فعالیت در این حوزه اقتصاد دیجیتال شده است.

وی افزود: مهم‌ترین حمایتی که دولت می‌تواند از بخش خصوصی حوزه دیجیتالی برای رشد و ارتقای رتبه در منطقه و جهان و افزایش سهم تولید ناخالص ملی از اقتصاد دیجیتالی داشته باشد، قانون گذاری سریع و نظارت است. همچنین تغییرات در حوزه اقتصاد دیجیتال نیز باید سریع صورت گیرد. این فعال معتقد است نباید رگولاتوری و نظارت بر حوزه اقتصاد دیجیتالی را با قانون‌های موجود که مناسب اقتصاد سنتی است، انجام داد بنابراین بهتر است برای سرعت بخشیدن به فعالیت بخش خصوصی در

فیلتر کسب و کارهای مجازی به دلیل کج سلیقگی است

مرکز توسعه تجارت الکترونیک از اول مهرماه سال جاری اقدام به پایش هوشمند ای نماد و رتبه‌بندی کسب و کارهای مجازی کرده و در راستای اجرایی کردن آن، برخی از کسب و کارها که روند قانونی ای نماد را طی کرده‌اند، به دلیل جعل، تعلیق و فیلتر شده‌اند.

این اقدام مرکز توسعه تجارت الکترونیک باعث اعتراض فعالان کسب و کارهای مجازی شده است. در این راستا، به سراغ مسئولان و فعالان این حوزه رفته تا علت این اعتراض مشخص شود.

این در حالی است که با این اقدام کسب و کارهای کوچک در شهرها و روستاهای اتفاقاً کارایی خوبی هم دارند، به دلیل نداشتن تمکن مالی کافی، نمی‌توانند ستاره دریافت کنند و از بین می‌روند. الفت نسب در ادامه گفت: مرکز تجارت الکترونیک از اهداف خود فاصله دارد و به جای اینکه در سیاست‌گذاری‌های کلان و مشکلات عمده کسب و کارها مانند بیمه، مالیات و ... ورود کند و با وزرای اقتصاد، صمت و دیگر نهادها رایزنی کرده و این موارد را حل کند وارد کارهای اجرایی پیش پا افتاده شده است.

فیلتر، تنها به دلیل دیر لود شدن کد ای نماد

عادل طالبی، دبیر انجمن فروشگاه اینترنتی شهر تهران نیز اعتقاد دارد که بیشتر کسب و کارهایی که تعلیق یا فیلتر شده‌اند، نه کار غیرقانونی انجام داده‌اند و نه محصول غیرقانونی به فروش رسانده‌اند و نه ترویج فحشا کرده‌اند و بیشتر آنها سال‌هast در این عرصه به درستی و قانونمند فعالیت می‌کنند.

طالبی گفت: فیلترینگ کسب و کارهای مجازی، مانند اعدام کردن آنهاست زمانی باید کسب و کاری را فیلتر کرد که کار غیرقانونی صورت گرفته باشد. باید کسب و کاری را تنها به دلیل استفاده نکردن از یک کد فیلتر کرد، چرا که راههای بهتری از فیلترینگ هم وجود دارد از این‌رو درست نیست کسب و کاری که مراحل دریافت قانونی مجوز را انجام داده، احراز هویت شده تنها به خاطر رعایت نکردن برخی موارد مسدود شود و کل حیات

▼ رضا الفت نسب، عضو هیئت مدیره اتحادیه کسب و کارهای مجازی



فیلتر بدون اطلاع قبلی

رضا الفت نسب، عضو هیئت مدیره اتحادیه کسب و کارهای مجازی معتقد است مرکز توسعه تجارت الکترونیک بدون اطلاع‌رسانی به اعضای اتحادیه در زمینه تغییر شرایط اعطای ای نماد، برخی از کسب و کارهای مجازی را فیلتر کرده است.

الفت نسب گفت: مرکز توسعه تجارت الکترونیک اعتقاد دارد که درباره این تغییر رویه، اطلاع‌رسانی کرده است ولی ما به عنوان اتحادیه کسب و کارهای مجازی و تشکل تخصصی از این موضوع اطلاع نداریم و نامه‌ای در این زمینه دریافت نکرده‌ایم و نمی‌دانیم چگونه اطلاع‌رسانی شده است.

وی با اشاره به اینکه آیا باید به خاطر تغییر رویه با این تشكل تخصصی مشورت صوت می‌گرفت، گفت: وقتی علت را درباره تعلیق و مسدودسازی کسب و کارهای اینترنتی جویا شدیم اعلام کردند که کسب و کارها باید از تصویر لوگو ای نماد استفاده می‌کردند و باید حتماً کد را در سایت خود قرار می‌دادند ولی این در حالی است که اگر کسب و کارهای قانونی از عکس لوگو استفاده کرده‌اند، چون زیرساخت‌های مرکز توسعه تجارت الکترونیک ایجاد دارد و به محضر ورود کاربر به سایت به سرعت لود نمی‌شود بنابراین سایتها اقدام به گذاشتن تصویر وارائه لینک به کاربران کرده‌اند تا شکل سایت به هم نخورد و سریع‌تر بالا بیاید.

این فعل کسب و کارهای مجازی معتقد است همه تمایل دارند با کلاهبرداران و متخلفان برخورد شود ولی وقتی تصویر گذاشته شده کاربر را به سایت ای نماد راهنمایی می‌کند، باید سخت‌گیری شود و بلا فاصله کسب و کار را فیلتر کنند.

این عضو هیئت مدیره اتحادیه کسب و کارهای مجازی به بحث رتبه‌بندی کسب و کارهای مجازی از سوی مرکز توسعه تجارت الکترونیک نیز اشاره کرد و گفت: کسی با رتبه‌بندی مخالف نیست ولی حرف فعالان کسب و کارهای مجازی این است که یک مرکز دولتی نمی‌تواند این کار را انجام دهد. از سوی دیگر معیارها هم برای دریافت رتبه پولی است و این روش صحیح نیست، چرا که اگر شرکتی بیشتر پول بددهد ستاره‌های بیشتری را دریافت می‌کند

▼ شایان شلیله، فعال کسب و کار مجازی در حوزه تبلیغات



پرداخت پول می‌توانند ستاره‌های بیشتری دریافت کنند؛ بنابراین با این شیوه هزاران هزار شرکت کوچک و متوسط در کشور از دور رقابت‌ها حذف می‌شوند.

شایان شلیله، فعال کسب و کار مجازی در حوزه تبلیغات نیز اعتقاد دارد هر کسی تا دستش می‌رسد کسب و کارهای مجازی را به هر علتی فیلتر می‌کند، آیا مگر مسدودسازی کسب و کارهای مجازی نباید با دستور دادستانی باشد.

شلیله گفت: یکی از بزرگ‌ترین مشکلات کسب و کارهای مجازی تعلیق ای نماد کسب و کار و مسدود کردن درگاه آن است آیا این اقدام را در کسب و کارهای سنتی می‌توان انجام داد؟ فرایندی که در مرکز توسعه تجارت الکترونیک انجام می‌شود، نشان می‌دهد آنها به این حوزه تجارت الکترونیک آشنایی ندارند و نباید بدون اطلاع قبلی دست به چنین کاری می‌زنند و فیلتر کسب و کار به خاطر چنین دلایل پیش پا افتاده‌ای قابل قبول نیست و باعث از بین رفتن کسب و کارها می‌شود.

این فعال کسب و کارهای مجازی درباره رتبه‌بندی نیز گفت: این مرکز می‌خواهد با زور و مسدودسازی اقدام‌های خود را به کرسی بنشاند این در حالی است که با زور و مسدودسازی درگاهها نمی‌توان کسب و کاری را رتبه‌بندی کرد و پول خواست؛ انجام رتبه‌بندی برای تمام کسب و کارها در جهان اختیاری است.

وی افروزد: هیچ جعلی از سوی کسب و کارهایی که قانونی ای نماد دریافت کرده‌اند صورت نگرفته تنها به دلیل اینکه سایتها در روند سایت کسب و کار اختلال ایجاد می‌کنند با گذاشتن تصویر لوگوی ای نماد به صفحه اصلی لینک می‌دهند؛ بنابراین باید مرکز توسعه تجارت الکترونیک زیرساخت‌های خود را ارتقا دهد تا کسب و کارها با مشکل مواجه نشوند.

شلیله اعتقاد دارد این مرکز یک‌جانبه عمل کرده و کار غیرکارشناسی انجام داده و این در حالی است که حتی ابطال ای نماد بر عهده اتحادیه کسب و کارهای مجازی است.

منبع: ایران

کسب و کار به هم بریزد.

این فعال کسب و کارهای اینترنتی به فلسفه وجودی ای نماد اشاره کرد و افزود: ای نماد را سال ۹۲ برای احراز هویت کسب و کارها ایجاد کردند تا هم بتوانند از بانک‌ها درگاه دریافت کنند و هم اینکه در صورت تخلف دستگاه قضایی بتواند به آن مراجعه کنند و این کار با کلیک روی تصویر لوگو هم امکان‌پذیر است. هرچند خواسته ای نماد هم منطقی است و اصرار دارد به جای ارائه تصویر و لینک از کد ای نماد استفاده شود ولی نباید تنها به این دلیل کسب و کارها را فیلتر کرد چرا که این کار کج سلیقگی است. وی با اشاره به اینکه اگر کسب و کارها به جای کد از تصویر استفاده کرند تنها به خاطر مشکل سایت ای نماد است، گفت: واقعاً سایت دیر لود می‌شود و از آنجایی که سه ثانیه دیرکرد در لود سایت باعث می‌شود تا سایت از صفحه اول گوگل حذف شود و از سال ۲۰۱۹ گوگل به سرعت سایتها اهمیت می‌دهد با دیر لود شدن، سایتها رقیب بدون نماد، جایگزین کسب و کارهای قانونی می‌شوند؛ بنابراین بهتر است مرکز توسعه تجارت الکترونیک سایت خود را ارتقا دهد تا فعالان کسب و کاری نیز از کد ای نماد استفاده کنند و لینک ارائه ندهند.

طالبی در ادامه گفت: مهم‌تر اینکه با گذاشتن کد ای نماد در سایت مرکز توسعه تجارت الکترونیک از تمام داده‌های کسب و کار هم آگاه می‌شود و از این‌رو این موضوع باعث دغدغه صاحبان کسب و کارها شده است. این مرکز از طریق این کد به تمام لاگین‌ها، یوزرها... کسب و کارها دسترسی دارد و صاحب کسب و کار نمی‌خواهد داده‌هایش که بعض‌ا محرمانه و شخصی است، در اختیار شخص ثالثی قرار بگیرد و به هر علتی لو ببرود.

وی درباره رتبه‌بندی سایتها هم گفت: رتبه‌بندی دو سالی است که مطرح است و در جلساتی هم که برگزار شد فعالان کسب و کارهای اینترنتی اعلام کردند که با این نوع رتبه‌بندی که مرکز می‌خواهد انجام دهد مخالف هستند، چون اول اینکه این مرکز جایگاه رتبه‌بندی ندارد از سوی دیگر فاکتورهایی که برای رتبه‌بندی در نظر گرفته شده، غلط است. در این معیارها شرکت‌های کوچک و متوسط نادیده گرفته شده‌اند و تنها شرکت‌های بزرگ با

افزایش تجارت الکترونیکی در دوران کرونا ۷ تریلیون دلار تجارت در فضای مجازی

بر اساس آمارها در سال ۲۰۱۵ حجم تجارت الکترونیک ۲۵ تریلیون دلاری بوده است که ۲۲ تریلیون دلار آن بر اساس معاملات و تجارت B2B و حذف واسطه‌ها بوده و تنها ۳ تریلیون دلار آن C2B بوده‌اند و این آمارها به مراتب و با رشدی تصاعدی در زمان کرونا رشد کرده است.

در ماههای اخیر بیکاری ۴۰ هزار نفر فعال در صنعت گردشگری و بیکاری ۸۰ درصدی نشان می‌دهد که مشاغل بسیاری در خطر نابودی یا بسیاری از افراد در معرض بیکاری قرار گرفته‌اند.

اپراتورها، کارمندان بانک کمترین تقاضا را داشته است.

طبق تحقیقات پیش‌بینی می‌شد که با تکنولوژی‌های جدید و جایگزینی ماشین‌ها به جای انسان‌ها حدود ۶۵ میلیون نفر در سال ۲۰۲۱ از کار بیکار شوند ولی در مقابل ۸۷ میلیون نفر شغل جدید مرتبط با تکنولوژی‌های جدید ایجاد شده است. همچنین بر اساس جدیدترین تحقیقات پیش‌بینی می‌شود که تا سال ۲۰۲۵ یعنی چیزی حدود ۴ سال دیگر نیز حدود ۸۵ میلیون شغل‌های موجود از بین بروند و در ازاء آن ۱۰۰ میلیون شغل جدید ایجاد خواهد شد که پایه این شغل‌ها دانش و مهارت‌های جدید و به‌اصطلاح مغناطیزی است. لذا باید افراد از هم‌اکنون خود را آماده تغییرات جدی بکنند.

مدیر انعطاف‌پذیر یا مدیر استثماری

فرزانگان در مورد تکنولوژی و استفاده از آن در کسب و کار گفت: توجه داشته باشید که تا سال ۲۰۲۵ حداقل تجارت در حوزه هوش مصنوعی ۱۲۰ میلیارد دلار خواهد بود و به انسان‌ها هشدار می‌دهد که باید زودتر به سمت اتوماسیون و هوش مصنوعی حرکت کرد و به عبارت بهتر یعنی آدم‌ها باید بدانند که اگر به دنبال نوآوری نروند احتمال جایگزینی وجود دارد.

دکتر دلب نیروشک فارغ‌التحصیل ICF آمریکا گفت: به غیراز بحث ایده‌پردازی، دیجیتالیزه شدن تجارت و اقتصاد می‌توانند به جای تهدید به عنوان فرصت جدید مدنظر قرار گیرند.

وی گفت: تحولات در بسیاری مشاغل مانند سرمایه‌گذاری در حوزه‌های مالی شده و هر چه ریسک بیشتری دارد، موفقیت بیشتری هم برای آن وجود دارد؛ لذا در شرایط موجود مقداری استرس نیز مفید است و تغییر و ریسک به طور استرس و تنش روانی می‌آورد. از یاد نبریم که خلاقیت و نوآوری در حوزه سرمایه‌گذاری به معنی خطرپذیری است ولی اگر ریسک مدیریت شود و موارد چهارگانه ذکر شده رعایت شود فرد در شرایط ناپایدار و غیرعادی موفق تر خواهد شد.

او گفت: در تحقیقاتی که انجام شده ۷۵ درصد از مشاغل صنعتی و غیر صنعتی برای بقا و موفقیت نیاز به دیجیتالیزه شدن دارند و ۲۵

فرشید فرزانگان؛ رئیس اتاق بازرگانی مشترک ایران و امارات گفت: موج تغییرات در حوزه کسب و کارها پیش از کرونا احساس می‌شد به نحوی که تاثیر فضای مجازی و تجارت الکترونیک در آمار و ارقام تحقیقات به‌وضوح قابل نمایان بود.

وی ادامه داد: سرعت تحول پیشرفت‌ها و رویدادهای تجاری خارج از تخیلات و افسانه‌های مرسوم بوده است، با آمدن ایده‌ی کرونا فضای کسب و کار دچار تحولات عجیبی شد. به عنوان مثال بر اساس آمارهای اعلامی در سال ۲۰۱۵ حجم تجارت الکترونیک ۲۵ تریلیون دلاری بوده است که ۲۲ تریلیون دلار آن بر اساس معاملات و تجارت B2B و حذف واسطه‌ها بوده و تنها ۳ تریلیون دلار آن C2B بوده‌اند و این آمارها به مراتب و با رشدی تصاعدی در زمان کرونا رشد کرده است.

فرزانگان گفت: آمریکا بزرگ‌ترین حجم تجارت در فضای مجازی با حداقل ۷ تریلیون دلار را به خود اختصاص داده و پس از آن ژاپن و چین در رده‌های دوم و سوم قرار دارند. بسیاری از مشاغل یابی و نیروی انسانی کارهایی که قبلاً توسط نیروی انسانی انجام می‌شد اکنون با توسعه تکنولوژی و هوش مصنوعی در حال واسپاری به ماشین‌ها و سیستم‌های اتوماسیون و هوش مصنوعی می‌باشند.

او همچنین افزود: به علاوه کرونا نیز شرایط جدیدی را به جهان تحمیل کرده است و بر اساس نیاز به مصرف انرژی کمتر، بهره‌وری بیشتر و به طور خلاصه توجه به مزیت نسبی و افزایش سود از تکنولوژی‌های نو و جدید به‌ویژه بر بستر فضای مجازی بهره چشمگیر و بیشتری حاصل می‌شود.

شغل‌های ناپایدار در ایران و جهان

فرشید فرزانگان؛ رئیس اتاق بازرگانی مشترک ایران و امارات در ادامه گفت: در سال‌های اخیر شغل‌هایی مانند کارگران زراعت، حسابداری، قالی‌بافی، زیلوبافی با تجهیزات جدید به شدت به مخاطره افتاده و تقاضا برای این شغل‌ها خیلی کم شده و در دنیا نیز، پستچی‌ها، تحویل‌داران، جواهر کاران، منشی دفاتر، بسته‌بند،

▼ دکتر دلیر نیرووشک؛ دکترای روانشناسی بالینی با رویکرد تغییر و تحول



را صادر کنم یعنی فقط می خواهید پول دار شود اما برنامه و هدفی ندارید و از اساس این سؤال با وجود رقبای زیاد غلط است.

بی خیال دولت شوید

فرزانگان گفت: در سال ۹۴ تخمین زده می شد که برای ایجاد هر شغل حدود ۱۰۰ تا ۱۵۰ میلیون تومان سرمایه نیاز است اما اکنون حدود ۴۰۰۰ تا ۵۰۰۰ میلیون برای هر شغل پایدار نیاز به سرمایه داریم که اگر نیاز سالانه ما برای یک میلیون شغل باشد و دلار را حدود ۲۰ هزار در نظر بگیریم لذا سالانه ما باید در حدود ۲۰ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری کنیم و با توجه به این که درآمد ناخالص ملی ما کم شده و در حال تضعیف بیشتر است لذا بسیار بعید است که از مسیر فعلی و بتوانیم شغل ایجاد کنیم و باید مردم بیاموزند که روی دولت نمی توان حساب باز کرد و باید آستین‌ها را بالا بزنیم و کسب‌وکارهای جدید حتی خانگی راهاندازی کنیم. هرچند معلوم نیست با این سرعت تحولات دیگر شغل‌های موجود جدید مانند خرید فروش بر بسته تلگرام و شغل‌های اینستاگرامی نیز ماندگار باشند و شغل پایداری به شمار بیایند.

وی تأکید کرد که اشتغال پایدار نیاز به ذهن پایدار می خواهد. کسی که ۴۰ سال به شیوه خودش صادرات کرده و یا واردات داشته و یا ساخت و ساز کرده، گمان می کند که روش درست همین شیوه است اما واقعاً بیش از آنکه به فکر توسعه کار باشد بیشتر به فکر نگهداشتن کسب و کار بوده، لذا باید برای موفقیت در تغییرات سریع، زنجیره‌ای از ارزش‌ها را باز تعریف کرده و در آن ارزش افزوده جدید ایجاد کند، همان‌طور که هم‌زمان با انقلاب صنعتی و یا انقلاب کشاورزی الگوی ذهنی افراد عوض شده و در انقلاب دیجیتالی نیز نگاه به کسب و کار عوض شود.

بیزنس کوچینگ در واقع تمرین خلاقیت و جدایی از نگاه تفکر استئماری مدیریتی است که اصطلاحاً ما را به بهره‌کشی مطلق و خطمشی ثابت و مطلق محدود می کند و به اصطلاح با ایجاد روحیه کارمندی در افراد ستیز می کند.

منبع: موج

▼ فرشید فرزانگان؛ رئیس اتاق بازرگانی مشترک ایران و امارات



در صد بقیه از مسیرهای دیگر قادر به ادامه حیات و موفقیت هستند. روشی که با مدیریت سرسخت و غیر منعطف با تحولات سریع هر لحظه امکان از حرکت بازایستادن آن وجود دارد.

فقط مهارت کافی نیست

نیرووشک در ادامه گفت: افراد به جای مقاومت و سرخوردگی در مقابل این تحولات باید مهارت و تخصص و فن را فرابگیرند اما در عین حال باید این را هم بدانند که قله و راس کسب و کارهای جدید نیروی انسانی است. به عبارت بهتر نکته اصلی در کسب و کار خود فرد و افراد هستند و فقط دانش، مهارت و تخصص کافی نیست بلکه به کارگیری آنها است که به موفقیت منجر خواهد شد. من به بسیاری دانشجویان و فارغ‌التحصیل بیکار دقیقاً همین را گوشزد می‌کنم.

به عنوان مثال در زمان حاضر برخی از مشاغل مانند رستوران‌ها و گردشگران دچار تحولات عظیمی شدند که در همین زمینه به رغم وجود مهارت و دانش و تخصص کافی در حوزه خود تحصص‌هایشان به کار نیامد.

واللت دیز نی دو نکته کلیدی را شرط موفقیت و پیشرفت برای این نوع شرایط در نظر می‌گیرد: اول اینکه آدم‌ها باید آرزو داشته باشند و بر اساس این آرزو رویا پردازی کنند؛ دوم این است که برای رسیدن به آرزوی خود باید برنامه‌ریزی کنند اما این برنامه‌ریزی با توجه به سرعت تغییر و تحولات حتماً باید برنامه‌ریزی انعطاف‌پذیر باشد. مثلاً وقتی مشکلی پیش می‌آید باید به جای صرفه‌جویی درآمد را بیشتر کنند و نکته بعدی در ایجاد کسب و کار جدید آنالیز ریسک است. افراد باید یاد بگیرند که انعطاف‌پذیر باشند. این که آدم‌ها باید بدانند که ساعات کار فیکس از بین خواهد رفت.

وی افزود: خیلی از آدم‌ها استعدادهای خود را نمی‌شناسند و همین باعث می‌شود که به جای پیشرفت عقب‌گرد کنند به عنوان مثال باید در حوزه تجارت به جای اینکه بپرسیم من چه چیزی را صادر کنم باید از خود بپرسد که من چه کاری می‌توانم انجام بدهم و یا چه توانمندی برای صادرات دارم. وقتی سوال می‌کنید من چه چیزی



چرا نوآوری در مدل کسب و کار می‌تواند کلید دستیابی به نتایج بهتر باشد؟

■ مترجم: عاطفه جولانی

شیوع کرونا در جهان، به نوعی همه چیز را تحت تأثیر قرار داده است: مسافرت، رشد اقتصادی و سبک زندگی و ... با این حال محدودیت‌های لازم اعمال شده برای محافظت از سلامت عمومی، افکار خلاق رهبران کسب و کار را محدود نکرده است. در واقع این دوره، زمانی برای نوآوری در مدل کسب و کار و رویکردهای جدید ارزش‌آفرینی محسوب می‌شود.

۱- به درستی تعریف خود را از آنچه که «مدل کسب و کار» می‌نامید، بیان کنید

به طور خلاصه، یک مدل کسب و کار، در واقع تعریفی است از اینکه یک شرکت چگونه باید کسب و کار خود را پیش ببرد و بنابراین یکی از موضوعات مهم استراتژیک است که شرکت با آن روپرداز است. به عنوان مثال در بوم dot-com، کارآفرینان اینترنتی به دلیل سازگاری خود پاداش می‌گرفتند، اما بیشتر نوآوری‌های این افراد مرز تخیل را رد کرده و بسیاری از ایده‌های نابخردانه‌ی آن‌ها هرگز سودآور نبودند و در نهایت منجر به سقوط بستر dot-com شدند.

این سبک از ایده‌ها و مدل‌ها، شاید به ظاهر فنون استراتژیک زیادی داشته باشد، اما در واقع فاقد مدل کسب و کار مناسب بودند! داشتن یک مدل تجاری مناسب، رمز پیروزی یک کسب و کار محسوب می‌شود زیرا تغییرات اساسی در آن، دارای پیامدهای عملکردی بی نظیری است؛ بنابراین آخرین مطالعات بر روی ۹۱۷ شرکت خرده‌فروشی، مشخص شده است که مدل کسب و کار،

مدیر عامل شرکت مایکروسافت، در ابتدای سال ۲۰۲۰ زمانی که به سرمایه‌گذاران گفت: «ما در طی دو ماه شاهد تحول دیجیتال دو ساله بوده‌ایم». در واقع این شرکت با قاطعیت از طریق ترس جهانی ناشی از ویروس کرونا، حرکت کرد، فقط بین مارس و ژوئن سال ۲۰۲۰، برای توسعه‌ی امپراتوری رایانش ابری خود، پنج خرید انجام داد. بنابراین، آیا برخی از زنجیره‌های تامین می‌باشد کوتاه‌تر شوند؟ آیا آموزش موثر می‌تواند از طریق ویدئوکنفرانس صورت پذیرد؟ آیا مشتریان مسن‌تر مانند جوان‌ترها، از خدمات بانکداری اینترنتی استقبال می‌کنند؟ به نظر می‌رسد که کوتاه‌ترین پاسخ، بله، باشد، و در عین حال پیامدهای طولانی مدت را برای مدل‌های فعلی کسب و کار به همراه خواهد داشت.

در ادامه چند بیانش عملی حاصل از تحقیق در مورد نوآوری در مدل کسب و کار و کارآفرینانی که مزایای آن را مشاهده کرده‌اند، آورده شده است:

این چهار بعد، اغلب وابستگی زیادی به یکدیگر دارند و ایجاد تغییر ابتکاری در بخش هایی از آنها، در واقع همان زمانی است که باعث ایجاد جذابیت و هیجان در مدل می شود.

۳- به دنبال نوآوری اثربخش باشید

درک این نکته مهم است که نوآوری ارزشمند در مدل کسب و کار، به معنای صرف زمان و هزینه برای کارآمدتر کار کردن یا ارائه محصولات یا خدمات جدید و پرزرق و برق نیست. برای به دست آوردن نوآوری در مدل کسب و کار، بر چگونگی آن تمرکز کنید:

۱- ۳- گمک به تکامل اشکال دیگر نوآوری با هدف ایجاد همافرازی.

شرکت اپل در این مسئله بسیار مشهور است، زیرا مشتریانی که فریب آخرين ابداعات آیفون را خورده‌اند، به دلیل فروشگاه برنامه App Store یا سیستم iTunes که هر دو از نوآوری‌های مهم در مدل کسب و کار هستند، به شرکت وفادار خواهند ماند.

۲- دربرابر تقليد، محافظت شده است:

هنگامی که خدمات یا نوآوری‌های محصول در یک مدل تجاری جدید قرار بگیرند، رقابت با کمپانی‌های سخت‌تر خواهد شد.

۳- تحول صنعت: با ایجاد بازارهای کاملاً جدید و یا کشف فرصت‌های تازه در بازارهای موجود.

نوآوری در مدل کسب و کار یک فرایند پیچیده است و اغلب دچار کج فهمی شده و یا نادیده گرفته می شود. ولی اگر به درستی صورت بگیرد، یک روش موثر برای ارتقای شرکت شما و رسیدن به نتایج برتر است.

منبع: مدیر اینفو برگرفته از سایت forbes.com

در واقع ۵/۱ درصد از بازده سرمایه‌گذاری کل شرکت را تشکیل می‌دهد.

۲- عملکرد داخلی مدل کسب و کار را بررسی کنید:

در یک تعریف فنی از مدل کسب و کار، آن را به عنوان مرزی برای محدوده فعالیت‌های شرکت معرفی می‌کنند که در بخش کانونی تجارت مستقر است، و در عین حال می‌تواند شامل فعالیت‌هایی باشد که شرکا، تامین کنندگان و مشتریان، به منظور ایجاد ارزش و به دست آوردن منافع خود انجام می‌دهند. در این تعریف برخی از ویژگی‌های اصلی مانند «مرزبندی» و «مشارکت» تعیینه شده است.

برای درک بهتر این تعریف، برای چهار بعد از هر مدل کسب و کار، چهار سوال مرتبط آورده شده است که باید در ابتدای امر از خودتان پرسید:

۱- چه چیزی؟ در بخش محتوایی.

این مدل شامل چه فعالیت‌هایی در زمینه کسب و کار من می‌شود؟

۲- چگونگی؟ در بخش ساختاری.

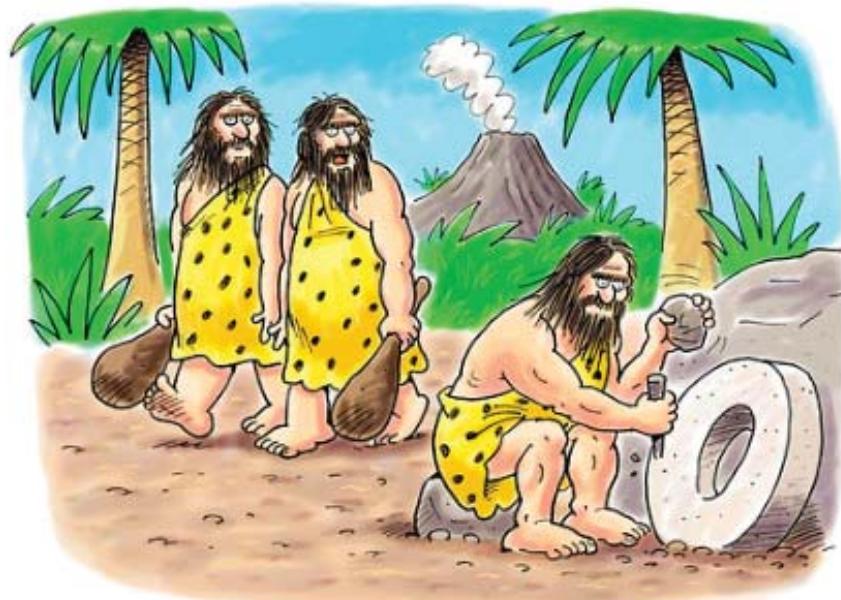
چگونه این فعالیت‌ها، توالی فرایندها و مکانیسم‌های تبادل بین آنها، به یکدیگر پیوند می‌خورد؟

۳- چه کسی؟ در بخش مدیریت.

چه کسی این فعالیت‌ها را انجام می‌دهد؟ در واقع کدام فعالیت‌ها باید توسط شرکت من انجام شود و در مقابل کدام عملکرد برعهده‌ی شرکا، تامین کنندگان یا مشتریان ما می‌باشد؟

۴- چرا؟ در بخش ارزش‌آفرینی.

چرا مدل کسب و کار من ارزش‌آفرینی می‌کند و چرا باعث افزایش اعتبار می‌شود؟



نگاهی به سلطه اطلاعاتی گوگل؛ وقتی همه در اختیار گوگل هستیم!

■ ترجمه: ایرنا زندگی از The New York Time ■

شاید بیشتر ما اولین باری که با گوگل آشنا شدیم، از طریق موتور جستجوگر آن بوده باشد. اما حالا ساعت‌های زیادی را به‌واسطه نقشه، ویدئو، دوربین‌های امنیتی، ایمیل، تلفن همراه هوشمند و سایر تولیدات، به محصولات این شرکت اختصاص می‌دهیم.

هنگ اوت و ... را شامل می‌شود. حتی بازار سهام و بررسی قیمت‌های روز آن در برخی کشورها با گوگل فاینانس انجام می‌شود. به این ترتیب گوگل فقط یک موتور جستجوگر نیست بلکه یک امپراتوری بزرگ است که قلمروهای بسیاری دارد.

دوربین‌های امنیتی برخی خانه‌ها را گوگل ساخته است و یک سرویس صوتی که گوگل ساخته است زنگ در رابه صدا درمی‌آورد. برای تعمیر ناودان خانه از عکس‌هایی که گوگل گرفته است می‌توان استفاده کرد و پشت‌بام خانه را دید و روی آن زوم کرد. گفته می‌شود که به طور میانگین روزانه هفت ساعت با گوگل سروکار داریم. این شرکت امروزه بیش از یک میلیون سرور در جهان دارد و روزانه بیش از یک میلیارد جستجو در روز را پردازش می‌کند، به علاوه پردازش بیش از ۲۴ پتابایت پردازش داده کاربران.

همه این‌ها زنگ خطری بزرگ است، آیا با یک امپراتوری مواجهیم که همه چیز را انحصاری کرده و رقابت با آن غیرممکن شده است؟ قراردادها و قواعد انحصاری گوگل به شکلی است که رقبا و شرکای خود را محصور می‌کند و دست و بال آن‌ها را می‌بنند. آن‌ها یا باید به این قواعد تن دهند یا در مقابل گوگل شناسی برای بقا نخواهند داشت. همین مسائل باعث شده است که فعالان حوزه تجارت، سال‌ها است که علیه گوگل شکایت می‌کنند. مدافعان رقابت و آزادی تجارت معتقدند که گوگل با عملکرد خود شناسی برای رقبایش باقی نمی‌گذارد ولسواینکه در ظاهر قوانین را رعایت می‌کند، اما روح تجارت آزاد و امکان رقابت را زیر پا می‌گذارد. درست است که خیلی از شرکت‌ها به خواست خود با گوگل قراردادهایی را می‌بنند، اما در عمل انتخابی غیر از قراردادی که گوگل به آن‌ها تحمیل می‌کند ندارند. همین مسائل باعث شده است که وزارت دادگستری ایالات متحده به خاطر اقدامات ضدراقبتی از گوگل شکایت کند.

در آوریل ۱۹۹۸ دو دانشجوی دکتری در دانشگاه کالیفرنیا، موتور جستجوگری طراحی کردند که لینک‌های شرکت‌های مختلف را بررسی کرده و آن‌ها را بر اساس میزان اهمیتی که دارند رتبه‌بندی می‌کرد.

چند ماه بعد در سپتامبر ۱۹۹۸ در یک گاراژ اولین دفتر کار گوگل ثبت شد و دامنه www.google.com برای آن به ثبت رسید. در آن زمان هیچ‌کس فکرش را هم نمی‌کرد که دو دهه بعد با یک غول بزرگ فناوری و تجاری مواجه باشیم که همه ابعاد زندگی را به خود وصل کرده است.

اگرچه هدف اولیه این شرکت ساماندهی اطلاعات و دسته‌بندی آن‌ها بر اساس اولویت‌ها بود، اما خیلی فراتر از این‌ها حرکت کرد. وقتی این شرکت در سال ۲۰۰۴ برای اولین بار سهام خود را به فروش گذاشت رقابت تجاری بزرگی را آغاز کرد. جهش اصلی گوگل وقتی آغاز شد که گوگل در سال ۲۰۱۱ بخش تلفن‌های همراه شرکت موتورولا را خریداری کرد و وارد یک رقابت بزرگ شد.

گوگل امروز به یک ابرشرکت تبدیل شده که بخش بزرگی از زمان ما را به خود اختصاص داده است. از جستجوی یک خوردنی ساده گرفته تا خریدهای بزرگتر، جستجوی اطلاعات عمومی، پیدا کردن نشانی و تقریباً انگار برای هر سؤال یا نیازی به گوگل وابسته شده‌ایم. اما مسئله فقط این نیست.

شرکت‌های سیلیکون، ولی طی سال‌های اخیر تبدیل به یک امپراتوری گسترده شده است که کار، زندگی خصوصی، دستگاه‌های دیجیتال و ... را تحت سلط خود دارد. تقریباً همه دستگاه‌های دیجیتال موتور جستجوگر گوگل را به عنوان پیش‌فرض به ما نشان می‌دهند.

همچنین گوگل بخش بزرگی از فضاهای شخصی نیز ایجاد کرده است که از جی‌میل گرفته تا گوگل میت، گوگل درایو، گوگل

تلفن همراه و رایانه

اندروید محبوب‌ترین سیستم عامل جهان و برنامه‌هایش را از گوگل پلی بارگیری می‌کند. نوار پیش‌فرض جست‌وجوی سافاری به عنوان مرورگر آیفون، گوگل است. محبوب‌ترین سرویس ایمیل، جی‌میل است که حدود ۱.۵ میلیارد کاربر دارد.

این یعنی حتی زمانی که سیستم عامل‌هایی غیر از اندروید هم استفاده می‌کنند به‌نوعی به گوگل وصل هستند. ۱۰ درصد آنچه در اپ‌استور بارگیری می‌شود متعلق به شرکت گوگل است. طبق برخی تخمین‌ها در ۶۵ درصد موارد استفاده از مرورگرهای از گوگل استفاده می‌کنیم.

در ایالات متحده رایانه‌های شخصی ارزان قیمتی ساخت شرکت گوگل به نام کروم‌بُوك وجود دارند که بخش عمده سیستم آموزشی از آن‌ها استفاده می‌کنند.

تماشای آنلاین ویدئو

حدود ۲۱۵ میلیون آمریکایی روزانه ۲۷ دقیقه یوتیوب را تماشا می‌کنند. یک روش دیگر دیدن ویدئوها استفاده از youtube TV است که وابسته به گوگل است و در سال گذشته ۲ میلیون کاربر داشته است و حالا در حال بالا بردن تعداد کاربران خود است.

اگر اخیراً یک وسیله خانگی با قابلیت اتصال به اینترنت خریداری کرده‌اید احتمالاً گوگل پشت این قضیه باشد. شرکت گوگل هوم خدمات اینترنتی مربوط به وسائل خانگی را ارائه می‌دهد و در سال‌های آتی که اینترنت اشیاء گسترش بیشتری خواهد یافت احتمالاً همه وسائل خانگی ما هم تحت سیطره گوگل باشد.

منبع: رویداد ۲۴

البته شرکت گوگل در توییتی اعلام کرد که دادخواستی که علیهش تنظیم شده است به شدت ضعیف است. این شرکت افزود که «مردم با اراده خود از گوگل استفاده می‌کنند، نه به این دلیل که مجبور می‌شوند یا نمی‌توانند گزینه‌های دیگری پیدا کنند.»، اما تنظیم کنندگان دادخواست چنین حرفی را قبول ندارند.

آن‌ها می‌گویند که گوگل از محصولات خود برای حفظ سلطه بر بازار استفاده می‌کند همچنان برای بسیاری از ما هزینه‌هایی برای حفظ حریم خصوصی مان ایجاد کرده است. آن‌ها معتقدند که گوگل اطلاعات شخصی افراد را در اختیار دارد و با طبقه‌بندی آن‌ها مدل‌هایی طراحی، علاقه مختلف مارا به یک بسته واحد تبدیل و آن را به صورت انحصاری ارائه می‌کند. در ادامه حضور گوگل در برخی حوزه‌های زندگی ما فهرست شده‌اند.

تبليغات؛ تقريريا همه‌جا

هنگام وب‌گردی بدون اینکه بدانیم در حال تعامل با گوگل هستیم چرا که اکثر وب‌سایت‌هایی که به آن سر می‌زنیم فناوری‌های گوگل را استفاده می‌کنند و جست‌وجوهای ما را ردیابی می‌کنند. حتی اگر روی هیچ تبلیغی کلیک نکرده باشیم باز هم سایه جست‌وجوی ما ذخیره می‌شود.

بیشتر تبلیغاتی که می‌بینیم را گوگل ارائه می‌کند. سال گذشته گوگل و فیسبوک ۵۹ درصد تبلیغات دیجیتالی را به خود اختصاص دادند که ۶۳ درصد از این مقدار به گوگل اختصاص داشت.

افزونه‌های گوگل نیز دارای فناوری‌هایی است که به تجزیه و تحلیل اطلاعات می‌پردازند و اغلب این تجزیه و تحلیل‌ها کاملاً خارج نامرئی هستند. حدود ۷۴ درصد از سایت‌هایی که بازدید می‌کنیم افزونه google analytics را اجرا می‌کنند و این یعنی جست‌جو و کلیک کردن ما کاملاً تحت تسلط گوگل است.





نقش تجارت الکترونیک در توسعه روستاهای فقرزده چین

■ جاش فریدمن

■ ترجمه: بابک حافظی؛ ترجمان از quartz

روی دیوار یک تولیدی کوچک در یکی از دورافتاده‌ترین مناطق چین با حروف قرمز بزرگ شعاری نوشته شده است که معنی اش می‌شود: «با تاوباو، با روزهای تلخ خدا حافظی کنید. تجارت الکترونیک، مسیری است به سوی خوشبختی». «تاوباو» یک فروشگاه آنلاین اینترنتی مثل آمازون است که سال‌ها پیش توسط شرکت علی‌بابا، بزرگ‌ترین پلتفرم تجارت الکترونیک در چین و یکی از بزرگ‌ترین غول‌های فناوری دنیا، راه‌اندازی شد. یک تحلیل‌گر اقتصادی از نقش تاوباو در فقرزدایی، بازسازی مناطق روستایی و شکوفایی تجارت الکترونیک روستایی در چین گزارش می‌دهد.

سرراهی و ناخواسته استان شاندونگ. سو یونگژونگ در سال ۲۰۱۳ از یکی از دهستان‌های همان اطراف به عنوان دبیر حزب کمونیست انتخاب شد تا به دایجی سرکشی کند، حتی او هم از دیدن این حجم از فقر و فلاکت شگفت‌زده شده بود. دو تا از روستاهای این دهستان از طرف استان به عنوان روستاهایی که «ردای فقر برتن کرده‌اند» مشخص شدند. حتی در شهرک‌های اطراف آنجا که سو قبلًا تجربه اقامت در آن را داشت، دست کم یکی دو تا کارخانه کوچک پیدا می‌شد؛ اما دریغ از حتی یک زیرساخت صنعتی در دایجی.

اما امروزه این دهستان و مناطق اطرافش، تبدیل شده‌اند به پایتخت بومی چین در تولید گروه خاصی از محصولات: لباس‌های بازیگری و رقص. نیمی از ۴۵ هزار ساکن دهستان، یا لباس تولید می‌کنند یا لباس می‌فروشند - از لباس شخصیت‌های شرور فیلم‌ها گرفته تا نسخه‌های ملوسی از مارها و تماسح‌ها و میمون‌ها - که همگی در وبسایت تاوباو به فروش می‌رسند. وبسایتی متعلق

دهستان دایجی، مجموعه‌ای از روستاهای غبارآلود در قلب دشت‌های مرکزی چین است که کمتر کسی فکرش را می‌کرد گزینه مناسبی باشد برای تبدیل شدن به قطب پیشتاز تجارت الکترونیک در کشور.

اولین کلمه‌ای که برای توصیف آن منطقه به ذهن ساکنانش می‌رسد «دورافتاده» است. تا همین چند سال پیش، تا مرکز شهرستان که فقط ۱۵ کیلومتر ($9\frac{2}{3}$ مایل) از آنجا فاصله داشت، یک ساعت با ماشین راه بود، چون جاده درست و حسابی وجود نداشت. البته کسی هم اهمیتی نمی‌داد: هیچ‌کس آنجا پول ماشین خریدن نداشت و این دهستان هم مثل خیلی از مناطق روستایی در چین، تا حد زیادی از جوان‌های در سن کار خالی شده بود، چرا که اکثرشان آن منطقه دورافتاده را ترک کرده و برای دستمزد بالاتر در امتداد ساحل مهاجرت کرده بودند. هزه، بخشی از تقسیمات کشوری که این دهستان در آن واقع شده، اخیرا در مقاله یکی از مجلات، این‌طور توصیف شده بود: «متراffد با عقب‌ماندگی، بچه

جامعه نسبتاً مرفه، احدي را از قلم نخواهد انداخت. در حال حاضر هنوز بیش از ۵۶ میلیون نفر در چین در فقر زندگی می‌کنند. این عدد طبق روش قیمت‌های ثابت ۲ و بر اساس استاندارد ملی درآمد در چین یعنی ۲ هزار و ۳۰۰ یوان در سال برای سال ۲۰۱۰ محاسبه شده است (الآن حدود ۳ هزار یوان یا ۴۳۶ دلار). طبق پروژه‌های دولت چین، این حد نصیب تا زمان تعیین شده برای ریشه کن شدن فقر در سال ۲۰۲۰، تا حدود ۴ هزار یوان (طبق نرخ برابری ارز فعلی می‌شود ۵۸۲ دلار) افزایش پیدا می‌کند.



رونق شهر

سالن کارخانه کوچک آقای دینگ پی‌لینگ که شکل و شمایلی شبیه آشیانه هوایپیما دارد، در حاشیه زمین او در روستای دینگلو واقع شده است و کنار جاده‌ای است که به تازگی سینگ‌فرش شده و متنه می‌شود به شهرک مسکونی. در یکی از اتاق‌هایش دو بانوی میان‌سال از روستاهای اطراف، مشغول اتوکردن لباس‌های پرستاری دوران جنگ جهانی دوم هستند که مربوط می‌شود به فیلمی دیگر از آن جنگ. جنگی که برای چینی‌ها یادآور نبردی قهرمانانه علیه نظامی‌گری ژاپنی‌ها است. این زنان، پیش‌تر در مزرعه‌ای همان اطراف کار می‌کردند؛ اکنون بیرون از مزرعه، هم دستمزد بیشتری گیرشان می‌آید و هم خیلی به خانه‌شان نزدیک‌تر شده‌اند.

آقای دینگ، برخلاف اکثر بزرگ‌سالان روستا، هیچ وقت آنجا را ترک نکرد. یک مرد لاغر صفت‌ساله با عینکی بزرگ و پوستی تیره و آفتاب‌سوخته که بعد از اتمام دبیرستان به شغل معلمی رو آورد. او در ابتدا ریاضیات و زبان تدریس می‌کرد اما عایدی اش ناچیز بود. تنها در اواسط دهه ۱۹۸۰ بود که بعد از ۱۳ سال کار معلمی، فرصت شغلی دیگری پیدا کرد. هنرمندی در یکی از روستاهای اطراف، پرده‌هایی را رنگ آمیزی می‌کرد برای استفاده به عنوان پس زمینه عکاسی اما آنقدر سرگرم نقاشی بود که برای فروشش وقت کم می‌آورد. پس دینگ و عموزاده‌اش شدند فروشنده خانه‌به‌خانه پرده‌های عکاسی. بعدها بازارشان را تغییر دادند به فروش لباس‌های عکاسی و بعد از آن به فروش لباس‌های عمومی‌تر بازیگری که

به شرکت علی‌بابا، بزرگ‌ترین پلتفرم تجارت الکترونیک در چین. فروش لباس‌های دهستان دایچی، در سال ۲۰۱۶ به ۱/۸ میلیارد یوان (معادل ۲۶/۲ میلیون دلار) رسید و مقامات محلی حدس می‌زنند که مجموع فروش کل شهرستان سه برابر این رقم باشد یا به عبارتی حدود هفتاد درصد بازار فروش لباس در تاویاو. در روستای دینگلو، جایی که این صنعت برای اولین بار در آنجا شروع به رشد کرد، از کل ۳۰۶ خانوار ساکن در آنجا، ۲۸۰ خانوار، کسب‌وکارشان مرتبط با تاویاو است. بقیه هم اکثراً از کارافتاده هستند و به گفته ساکنین اگر از دستشان بر می‌آمد آن‌ها هم در تاویاو فروشنده می‌شدند.

در باره شکوفایی تجارت الکترونیک روستایی در چین، مطالب زیادی نوشته شده است و این به‌اصطلاح «روستاهای تاویاو»، اکنون تبدیل شده‌اند به اولویت سیاست‌گذاری ملی در چین برای بازسازی مناطق روستایی و فقرزدایی. جانگ گانولی، معاون اول نخست وزیر و دبیر سابق حزب در شاندونگ و یکی از قدرتمندترین مسئولین حال حاضر چین، اواخر سال ۲۰۱۵ از دهستان دایچی بازدید کرد و به تمجید از نقش این دهستان در کاهش فقر پرداخت.

در نوامبر ۲۰۱۶، دفتر مبارزه با فقر در شورای دولتی به همراه ۱۶ وزارت‌خانه دیگر، خطوط راهنمایی را منتشر کردند که از توسعه گستره تجارت الکترونیک در مناطق روستایی به عنوان بخشی از مبارزه دولت با فقر خبر می‌داد. طبق برنامه، تا سال ۲۰۲۰ مناطق فقیرنشین روستایی می‌بايست فروش الکترونیکی خود را چهار برابر می‌کردند.

روی دیوار یکی از ساختمان‌های کنار جاده که مربوط می‌شود به یکی از اولین تولیدی‌های شخصی که در دایچی برپا شد، با حروف قرمز بزرگ شعاری نوشته شده است. معنی اش می‌شود: «با تاویاو، می‌توانید با روزهای تلخ خداحافظی کنید. تجارت الکترونیک، مسیری است به سوی خوشبختی».

رئیس جمهور چین، شی جین‌پینگ، سوکند یاد کرد که تا سال ۲۰۲۰ فقر مطلق را در چین ریشه‌کن خواهد کرد و بخشی از آبرویش را بر سر این موضوع گذاشت که، در راه ساختن «یک



کسب و کار هوشمند

در جنوب غربی کشور، مردم اقلیت نژادی بائی، صنایع دستی نقره می فروشنند و از این طریق، فروش ۱۹ میلیون یوانی را در سال ۲۰۱۵ در تاویاو به نام خودشان ثبت کردند.

در دایجی، تلاش های آقای سو او را در ذهن روساییان تا حد یک اسطوره بالا برده است، همان روساییانی که تا پیش از آن رابطه نشان با مقامات محلی کاردوپنیر بود. با این حال، سو تاکید دارد که آنچه در دایجی اتفاق افتاد می تواند در مناطق دیگر هم تکرار و تکثیر شود. او می گوید: «هر جایی، محصولات منحصر به فرد خودش را دارد. تنها کاری که باید خودشان را قادر به انجامش کنند این است که آن محصولات را در اینترنت بفروشند».

نسبتامرفه

این واقعیت که توسعه در چین، مسئولیت بخش بزرگی از کاهش فقر جهانی را در سی سال اخیر بر عهده داشته است، برای همه دنیا مسجل است. خود دولت چین نیز به این مسئله واقف است. چن شیون، نایب رئیس سابق گروه رهبری مرکزی کار روسایی در حزب، در یک سخنرانی در کنگره ملی خلق در ژانویه ۲۰۱۶ گفت: اگر تا سال ۲۰۲۰ همچنان تعداد زیادی از مردمان زیر خط فقر باشند، این موضوع با هدفمنان برای ساختن یک جامعه نسبتاً مرغه همخوانی نخواهد داشت. هم مردم خودمان و هم جامعه بین الملل به دیده تردید به ما نگاه خواهند کرد. اما اگر بتوانیم با استانداردهای فعلی تا سال ۲۰۲۰ مردم را از فقر خارج کنیم، آنگاه ۱۰ سال از برنامه زمانبندی سازمان ملل متعدد برای توسعه پایدار جلوتر خواهیم بود و به طور مؤثری رهبری حزب و مزایای سوسیالیسم از نوع چینی اش را به دنیا نشان خواهیم داد.

وقتی که فقط چند سال تا سررسید ۲۰۲۰ مانده بود، دولت مرکزی بودجه مبارزه با فقر را تقویت کرد و در سال ۲۰۱۶ را با ۴۳ درصد افزایش به بیش از ۶۶ میلیارد یوان رساند. خود استانها هم چهل میلیارد یوان دیگر به این مبلغ اضافه کردند. این تاکید مضاعف بر ریشه کن کردن فقر، در پی یک پویش ملی برای شناسایی فقر در سال ۲۰۱۳ اتفاق افتاد. پویشی که هزاران نفر را به خدمت گرفت تا بر اساس سطح درآمد تمام خانوارهای در گیر فقر را شناسایی کند و در ادامه، از طریق پروژه هایی که به تایید سطوح بالاتر حکومت رسیده است، مستقیماً این خانوارها را برای صرف بودجه هدف گذاری کند.

شورای دولتی، یا همان کابینه، در ماه دسامبر از برنامه پنج ساله اش برای مبارزه با فقر رونمایی کرد که در آن سیاست های مالیاتی، مالی، سرمیانی و شخصی این حوزه اعلام شده بود. سیاست هایی که تعیین شده بودند تا ۱۲۸ هزار روسایی فقر زده ای را هدف بگیرند که در فهرست راهنمای ملی شناسایی فقر نامشان



گروه بزرگتری از مشتریان را شامل می شد. حوالی سال ۲۰۱۳ فقط آقای دینگ و چند خانوار محدود بودند که به جز کار زراعت در کسب و کار دیگری هم فعالیت داشتند.

آقای سو، به عنوان دبیر جدید حزب در دهستان در آن زمان، فرستی را برای توسعه شناسایی کرده بود. جاده های آن زمان درب و داغان تر از آن بودند که مناسب کامیون های تحویل کالا باشند. پس خودش آستین همت را بالا زد. به قول ساکنین آنجا: او و مسئولان دولتی همکارش در دهستان، دست به کار شدند و خودشان جاده ها را تعمیر کردند. آنها کابل های فیر نوری را هم در زمین کار گذاشتند - و به ادعای او «سرعت ایتنشان از شانگهای هم بهتر شد» - او همچنین نامه سرگشاده ای نوشته و تحصیل کرده های دانشگاهی و مهاجرت کرده هایی که رفته بودند شهر را ترغیب کرد که برگردند به دهات.

به عنوان بخشی از پویش هدف گذاری دولت برای مبارزه با فقر، دولت محلی دهستان شد حامی کلاس های آموزشی تجارت الکترونیک و تولید پوشاس، ارائه دهنده وام های کم بهره و مشوق کارآفرین های موفق برای به خدمت گرفتن کارگران محلی که زیر خط فقر بودند. ظرف کمتر از چهار سال، به گزارش بازوی تحقیقاتی علی بابا، ۶ هزار و ۳۰۰ نفر از اهالی دایجی و مناطق اطراف، به لطف فروش از طریق تجارت الکترونیک، آمدند بالای خط فقر رسمی.

به گفته علی بابا، در کل کشور ۱۸ روستا که طبق اعلام دولت ملی در فقر بودند و اکنون تبدیل شده اند به روستاهای تاویاو، در مجموع بیش از ۱۰ میلیون یوان (۱/۴۵ میلیون دلار) در سال به صورت آنلاین کالا می فروشنند. علی بابا تخمین می زند که علاوه بر آن دویست روستای دیگر که طبق استانداردهای استانی فقر - که حد نصاب بالاتری از درآمد را در نظر می گیرد - در گذشته فقیر محسوب می شدند، به اهداف فروش مشابهی دست پیدا کرده اند. روستاهای شهرستان پینگ در استان خبهی که به فاصله چند صد کیلومتری در شمال دایجی واقع شده اند و از نظر ملی به عنوان ناحیه فقیر نشین دسته بندی شده بودند، الان دوچرخه های بچگانه تولید می کنند. در همین اثنا، در یکی از روستاهای استان یوننان

توزیع پیدا کرده‌اند اما اکثر آن‌ها همچنان با موانع بسیاری مواجه‌اند که حتی حمایت‌های سطح بالا هم هنوز نتوانسته از پس آن برآید. برای اینکه یک روستا از هیچ تبدیل شود به یک مرکز تولید در سطح ملی، به تلاش هماهنگ و فدکاری فوق العاده‌ای از سمت مقامات دولتی نیاز دارد. چوی لی لی، دانشیار دانشگاه شانگهای در رشته مالی و اقتصاد، می‌گوید: «برای اینکه یک منطقه روستا باید در زمینه تجارت الکترونیک موفق شود، همه ذی‌نفعان باید به میدان بیایند. اما در مناطق فقری‌تر، مسئولیت دولت از این هم سنگین‌تر است، به این دلیل که چه بسا تمام آن اکوسیستم کسب‌وکار به همین راهنمایی‌های دولتی وابسته باشد».

از همه این‌ها مهم‌تر اینکه فقیرترین مناطق کشور از جمعیت درسن کار خالی شده‌اند و با کمبود نیروی کاری که مهارت لازم برای هماهنگ شدن با اقتصاد جدید را داشته باشد مواجه‌اند. یو جیانتوئو می‌گوید: «اینکه همه، آنجا را ترک کرده بودند، فقدان بزرگی برای این مناطق محسوب می‌شد. مسئله، فقط تعداد آدم‌هایی که می‌روند نیست بلکه مهم‌تر از آن نوع آدم‌هایی است که آنجا را ترک می‌کنند».

آخرین باری که چین شکوفایی صنعتی را در مناطق روستا بی تجربه کرد، شرکت‌های دهستان و روستا (تی‌وی‌ای‌ها) که به صورت مالکیت جمیع اداره می‌شدند، توانستند از نیروی کار فراوان، حمایت دولت‌های محلی و موانع بسیار ناچیز بر سر تقاضای مصرف‌کننده، حداقل استفاده را ببرند و با کسب سودهای کلان، میلیون‌ها شغل روستا بی را در خلال دهه ۱۹۸۰ و اوایل دهه ۱۹۹۰ ایجاد کنند. جامعه‌شناسان روستا بی بر جسته، فی شیائوتانگ، معتقد بود که تی‌وی‌ای‌ها برای این منظور حیاتی بودند و بخشی از علت‌ش این بود که این شرکت‌ها کمک کردند تا جریان «فرار مغزها» از روستا به شهر معکوس شود.

پویش نامه سرگشاده سو، برای دعوت به استخدام مهاجران و تحصیل کرده‌هایی که به دهستان دایجی برمی‌گشتند، در تعطیلات سال نوی چینی در اوایل ۲۰۱۵ کلید خورد. این پویش به تلاش‌هایی که در آن زمان در جریان بود اضافه شد: مقامات محلی اعلام کردند

آورده شده بود. برنامه دولت مرکزی هم دوماه جلوتر از آن منتشر شده بود و مسئولیت‌های مرکزی و محلی را برای مبارزه با فقر مشخص کرده بود. در این برنامه همچنین مجدداً بر قوانینی تاکید شده بود که ارزیابی عملکرد مقامات دولت محلی هر منطقه را گره می‌زد به پیشرفت برنامه‌های مبارزه با فقر در آن منطقه.

علی‌با، غول اینترنتی که پشت تاوباو قرار دارد هم به نوبه خودش از این برنامه‌ها حمایت کرد. علی‌با، هم‌اکنون چهار برنامه اختصاصی برای ترویج پلتفرم‌ش در مناطق دورافتاده دارد. تمرکزش هم به طور خاص روی مناطق مرکزی و غربی کشور است و قرار است این شرکت مبلغ ۱۰ میلیارد یوان در آنجا سرمایه‌گذاری کند برای ساختن یک صدهزار مرکز خدمات تاوباو در مناطق دوردست و همچنین توسعه لجستیک و آموزش و بهروز کردن روساییان تا بتواند اقتصادشان را تاوباوی کند. دولت مرکزی توافق‌نامه‌های را هم با علی‌با و هم با جینگ‌دانگ، دیگر پلتفرم عمده این حوزه، امضا کرده است تا به نام مبارزه با فقر توسعه تجارت الکترونیک را در این مناطق سرعت دهد.

یو جیانتوئو، یکی از کارشناسان مبارزه با فقر در بنیاد تحقیقات توسعه چین، معتقد است: «تجارت الکترونیک حتی از این هم می‌تواند رشد بیشتری داشته باشد». یو، می‌گوید: «انت فاینشال [بازوی مالی علی‌با]، تامین منابع مالی خرد برای کسب‌وکارهای کوچک را در سال ۲۰۱۰ شروع کرد و تا الان سرمایه‌ای که علی‌با در اختیار کسب‌وکارهای کوچک قرار داده است چهار برابر اعتباری است که بانک گرامین طی ۳۹ سال در اختیار این کسب‌وکارها قرار داده است». استناد یو به سازمان اعتباردهی خردی است که به وسیله برنده نوبل، محمد یونس، بیان گذاری شده است.

معکوس شدن فرار مغزا

با این حال به رغم خوش‌بینی‌های محلی و حمایت سطح بالای دولتی، بسیاری از مناطقی که در فقر افسارگسخته کشور دست‌وپا می‌زنند، برای سرمایه‌گذاری در رونق تجارت الکترونیک، ممکن است همچنان با سختی‌هایی مواجه باشند. دایجی نسبت به سایر مناطق فقیرنشین از یک موهبتی برخوردار است و طبق گفته شاهدان: دشت‌های مسطح آنجا، کار جاده‌سازی و ایجاد زیرساخت‌ها را تسهیل می‌کند.

عمده فقری که در چین باقی‌مانده است مربوط می‌شود به مکان‌هایی که دست‌تیابی به رشد اقتصادی در آن‌ها به سادگی امکان‌پذیر نیست، مثل نواحی کوهستانی و مناطق دورافتاده مرکزی و غربی. طبق گفته علی‌با، از بیش از هزار روستا تاوباو در چین، فقط ۲۵ درصدشان در چینی مناطقی واقع شده‌اند. بعضی از مناطق، علی‌رغم اقلیم نامساعد، راه‌هایی را برای ایجاد شبکه‌های تامین و



کسب و کار هوشمند

مشکلشان سخت و در عین حال حسادت برانگیز است و تا همین چند سال پیش کسی فکر به وجود آمدن همچنین شرایطی را هم نمی‌کرد. با بیشتر شدن فروش، حالا ساکنین روستا به آن سوی مرزها هم چشم دوخته‌اند. دولت محلی هم قصد دارد بعزمودی کار ساخت سومین پارک صنعتی را در دهستان آغاز کند تا بتواند میزبان سالنهای تولید و دفاتر فروش بیشتری باشد. حالا کارآفرینان تاویاوهی در دایجی، شروع کرده‌اند به صادرات لباس به خارج از کشور، بهخصوص به مالزی، ویتنام و بقیه کشورهای آسیای جنوب شرقی. گام بعدی، به گفته خودشان، این است که کیفیت لباس‌ها را آنقدر ارتقا دهند که بتوانند به بازارهای گران‌تری در اروپا و ایالات متحده دست پیدا کنند.

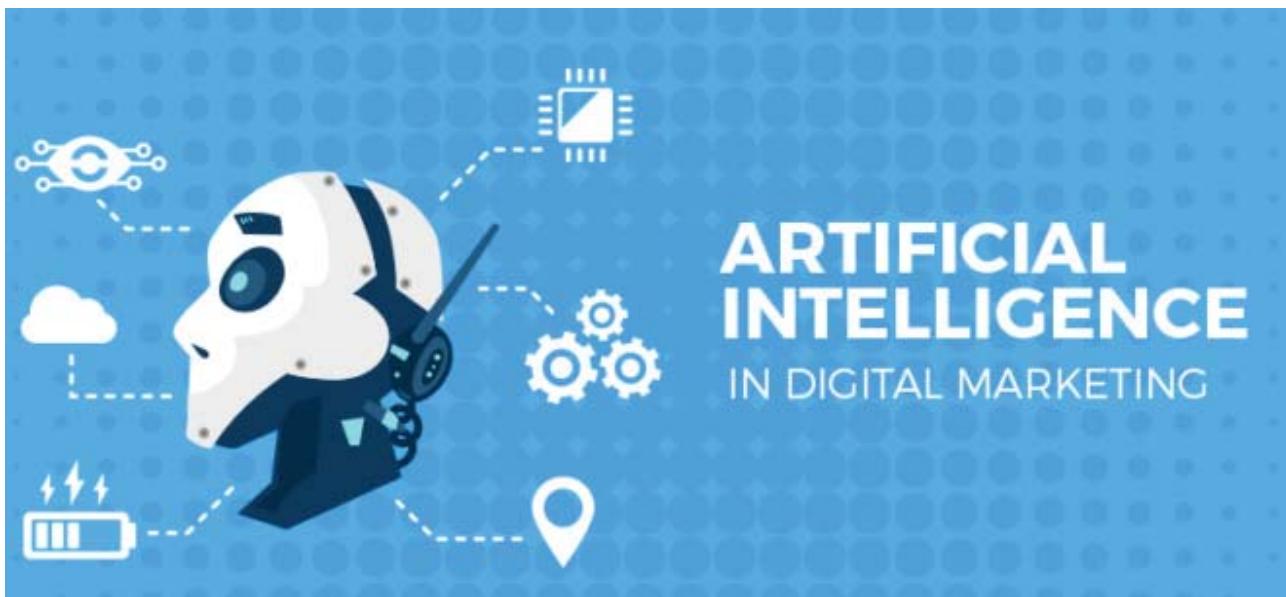
دینگ پی‌لینگ، کسی که همه این تحولات را به چشم خودش دیده است، هدف بلندپروازانه‌تری در سر دارد. «دلم می‌خواهد همه چین و همه دنیا روستاییم دینگلو را بشناسند».

که از زمان آغاز رونق تاویاوهی، بیش از پنج هزار کارگر مهاجر که قبل از شهرها سکونت داشتند و صدھا فارغ‌التحصیل دانشگاهی هم در میان آن‌ها بودند، برای راه‌اندازی کسب و کار به دایجی برگشتند.

اما این منطقه هنوز به کارگران ماهر بیشتری نیاز دارد. دینگ پی‌لینگ، عموزاده کوچکتر دینگ پی‌لینگ، توضیح می‌دهد که: «همه تحصیل کرده‌هایی که به روستا برگشتند در کارشان موفق شده‌اند. حالا باید بگردیم و تعداد بیشتری از آن‌ها پیدا کنیم».

دینگ پی‌لینگ، برای تحصیل کرده‌هایی که از شهرها و شهرستان‌های اطراف به آنجا می‌آیند، جای خواب و غذا فراهم می‌کند و برایشان کامپیوتر دست‌وپا می‌کند اما به‌هر حال راضی کردن شهربازی‌ها برای زندگی در روستا کار آسانی نیست. در شلوغ‌ترین ماههای سال، آنقدر سفارش سرشار می‌ریزد که بزرگ‌ترین کسب و کارهای روستا مجبور می‌شوند دست به دامن کارخانه‌های استان‌های دیگر شوند و کار را به آن‌ها بروون‌سپاری کنند. این





ابتکار عمل‌های هوش مصنوعی در حوزه دیجیتال مارکتینگ

■ احسان ابراهیمی؛ کارشناس بازار و دانشجوی دکترای مدیریت بازاریابی

علم بازاریابی روش‌های مختلفی برای پیش‌بینی تغییرات تقاضا معرفی کرده است که می‌توان به مواردی چون رصد بازار فروش محصولات پر فروش یا کم تقاضا، پیش‌بینی فروش محصولات یا خدمات بر اساس بازه‌های فصلی یا فستیوالی، تقسیم بازار و رصد تغییرات نحوه فروش محصولات در هر منطقه، ویترین‌سازی محصولات و استفاده از تکنیک‌هایی چون A/A و همچنین روش‌های آماری و علمی چون تحلیل دلفی، سری‌های زمانی و رگرسیون اشاره کرد.

اما علایق پنهان و تغییرات سلایق مشتریان بالقوه را چگونه می‌توانیم شناسایی کنیم؟ اینکه چگونه می‌توان به این مسئله پی برد که مشتریان در ماه‌های اخیر بیشتر به دنبال چه محصولاتی بودند یا نیاز آنها به چه محصولاتی بیشتر است؟ موضوعی است که آگاهی از آن باعث می‌شود تا خط تولید یا خدمات جدیدی را بر اساس روند تغییرات ایجادشده در حوزه علایق، نیازها و سلایق مشتریان تنظیم کنیم، به طوری که تسریع در آگاهی از آن باعث برخورداری از سهم بیشتری از بازار خواهد شد.

اطلاعات مفید در حوزه‌های مختلف بوده است که آگاهی داشتن از این شرایط، ابتکار عمل را برای سیستم‌های سفارش‌گذاری دیجیتال فراهم خواهد آورد.

استفاده فراگیر از هوش مصنوعی توسط متخصصان بهینه‌سازی موتورهای جست‌وجو سئو، باعث ایجاد تغییر در نحوه جست‌وجوهای پی‌رامون کلمات کلیدی (Keywords) شده است. یکی از محدود ابزارهایی که در حوزه دیجیتال مارکتینگ (که فضای آن همواره دستخوش تغییر است) همچنان از استقبال بالایی برخوردار بوده است، استفاده از کلمات کلیدی برای بهینه‌سازی است.

کلمات کلیدی در کار دیگر ابزارهای حوزه دیجیتال مارکتینگ (مانند Cloud-Word، Persona و...) از عناصر استراتژیک و مناسب برای سئوی سایتهاست اینترنتی چه به صورت سازمانی

یکی از روش‌های موجود برای دستیابی به این اهداف استفاده از تکنیک‌های مبتنی بر هوش مصنوعی در حوزه دیجیتال مارکتینگ است. به طوری که در سال‌های اخیر، فناوری‌ها بر بستر دیجیتال به سرعت پیشرفت کرده و باعث ایجاد تحرک در صنایع مختلفی از جمله بازاریابی شده است. به رغم آنکه مدیران بازاریابی انتلاق و سازگاری با روندهای دیجیتالی را یک اهرم فشار بر فعالیت‌های خود می‌دانند؛ اما علم مهندسی بازار به جایگاهی رسیده است که بهره‌مندی از تکنیک‌های روز دنیا به عنوان امری ضروری برای آن به شمار می‌رود.

استفاده از الگوریتم‌های هوش مصنوعی در حوزه دیجیتال مارکتینگ بیشتر در حوزه کپی‌رایتینگ، تبلیغ‌نویسی، سئو و بهبود رتبه‌بندی سایتهاست سازمانی در جست‌وجو براساس کلمات کلیدی و شناسایی بهترین ترکیب‌های موردنیاز جهت جمع‌آوری

کسب و کار هوشمند

میزان جستجوهای ماهانه هر کلمه و همچنین هزینه‌های مربوط به Cost per Click(CPC) هزینه بهازای هر کلیک را نیز به شما ارائه می‌دهد. CPC میزان هزینه‌ای است که شرکت گوگل، وبسایت شما را در رابطه با جستجوی کلمات انتخابی و در ازای دریافت هزینه‌ای مشخص و بهناسب تعداد کلیک انتخابی، در صدر نتایج جستجوی خود قرار می‌دهد.

همچنین در انتخاب کلمات کلیدی که در نتایج نمایش داده می‌شود، باید این دقت را داشت که برخی کلمات دارای بار معنایی مثبت (Desired Keyword) و برخی دیگر دارای بار معنایی منفی (Negative Keyword) هستند.

یک استراتژی مناسب در جستجو و بهره‌مندی از کلمات کلیدی، چک کردن مستمر فهرست گوگل ترندرز (Google Trends) و آگاهی از تغییرات ایجاد شده بین کلمات کلیدی بوده که می‌تواند اطلاعات ارزشمندی از تغییر سلایق و نیازهای جدید مخاطبان یک صنعت را نیز فراهم کند. به طور مثال در این نرمافزار امکان آگاهی از روند تغییرات میزان کلماتی که مخاطبان در رابطه با یک کلمه در یک بازه زمانی انجام داده‌اند، وجود دارد.

همچنین با تقسیم‌بندی نواحی مختلفی از یک منطقه امکان نمایش تعداد دفعات جستجو شده یک کلمه در هر منطقه را نیز می‌توان یافت. به طور مثال در مقایسه‌ای که بین جستجو میان دو کلمه کفش زنانه و کفش مردانه در ایران و آمریکا، در بازه سه‌ماهه گذشته انجام شده است، نتایج نشان می‌دهد بیشترین میزان جستجوی مربوط به کفش زنانه در هر دو کشور بوده و این وضعیت به لحاظ پر تکرار بودن در هر دو کشور تقریباً برابر می‌کند.

همچنین از موارد پر طرفدار در وب‌گردی نیز به شمار می‌رود و در اوخر سال به دلیل فستیوال جمعه سیاه، شدت آن در آمریکا بیشتر بوده است. ازین‌رو برای آگاهی از تمایل بازار به محصولات و خدمات دیگر نیز می‌توان از این بستر استفاده کرد. به عنوان آخرین نکته کاربردی، برای آگاهی از عملکرد و رتبه وب‌سایت‌های اینترنتی در استفاده از کلمات کلیدی، موتور جستجوگر SEMrush معرفی می‌شود که می‌توانید از آن در جهت آگاهی از چگونگی وضعیت شرکت‌های رقبی در استفاده از انواع کلمات کلیدی در وب‌سایتشان و نیز اطلاع از این وضعیت در مقایسه با فعالیت وب‌سایت خود استفاده کنید.

در این یادداشت تلاش شد تا با ابزارهای کاربردی درباره چگونگی آگاهی از تغییرات تقاضا و میزان حجم علایق و سلایق مردم در جستجوی کالا و خدمات آشنا شده که علاوه بر حوزه مارکتینگ، علوم پژوهشی و اجتماعی برای بررسی پدیده‌های اجتماعی نیز می‌توانند از آن در مطالعات خود استفاده کنند.

یا چه به صورت کسب و کارهای آنلайн شناخته می‌شود. در واقع کلمات کلیدی عبارت‌هایی هستند که توسط کاربران برای یافتن بهترین منابع مورد جستجو قرار می‌گیرند.

به طوری که به لحاظ اصول سئونویسی، یک وب‌سایت بهینه باید بر اساس کلمات کلیدی که کاربران مورد جستجو قرار می‌دهند و همچنین رعایت نگارش محتوای متا (metas) و کپشن‌های تصاویر (Alt-text of images) در هنگام محتوانویسی وب‌سایت‌ها نیز به عنوان نکاتی کاربردی در این حوزه تعریف می‌شود.

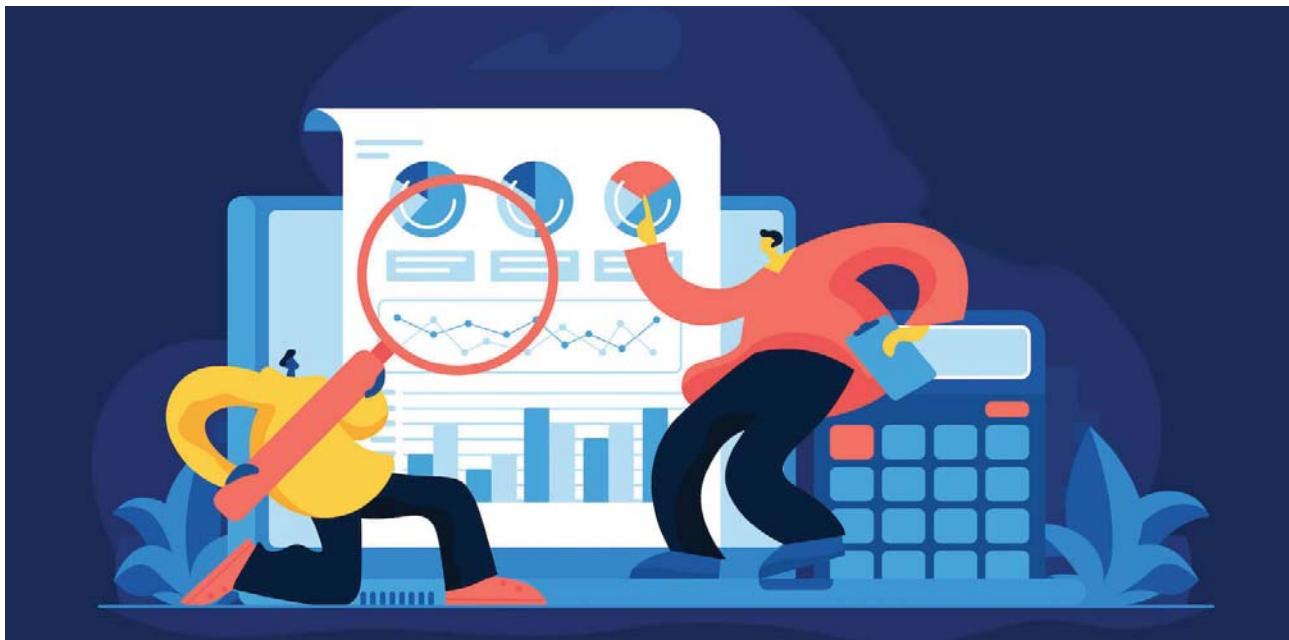
استفاده از کلمات کلیدی در موتورهای جستجوگر و در حیطه بازار یا کسب و کارها می‌تواند امکانی را برای شما فراهم کند تا از علایق، خواسته‌ها، نیازهای، انتظارات و مشتریان بالقوه خود نیز مطلع شوید. در واقع می‌توان گفت کلمات کلیدی، پیشنهادهای مستمر از سوی مخاطبان شما است که با انجام مطالعه بر کلمات کلیدی، اطلاعات پر محبت‌تر از پیش‌بینی تغییرات بازار و شناسی انطباق پیدا کردن سریع با این تغییرات و تولید محصولات و خدمات جدید را به شما می‌دهد.

برای آگاهی از چگونگی استفاده از مزیت‌های کلمات کلیدی، ابتدا باید آن دسته از کلمات مرتبط با یک حوزه را مشخص کرد. ساده‌ترین روش استفاده از نام محصولات یا خدماتی است که عرضه می‌شود که با تهیه پروفایلی از پرسونای خریدار (Buyer persona) و به کمک نرم‌افزارهای آنلاینی که مبتنی بر هوش مصنوعی نگارش شده‌اند، می‌توان کلمات کلیدی و مرتبط با دسته پرسونای تهیه شده را یافت؛ این امکان از طریق به کارگیری Google Sheets در فضای Google Drive فراهم است. همچنین می‌توان

از کلمات کلیدی که سایر رقبا در بازار فعالیت می‌کنند نیز مطلع شد. در لیست پرسونای، علاوه بر اضافه کردن کلمات کلیدی شامل نام برنده/شرکت، نام محصولات و خدمات فروخته شده، باید اصطلاحات و عبارات مرتبط با محصولات مربوطه به همان حوزه (بر فرض در حوزه کفش کلماتی چون چرم، کفش، پاشنه، چکمه و...) را نیز اضافه کرد. یکی از راههای یافتن این کلمات استفاده از نرم‌افزارها و محیط‌های تحت وب در حوزه هوش مصنوعی است.

چندین نرم‌افزار مبتنی بر هوش مصنوعی در این حوزه وجود دارد که ابزار Keyword Planner به عنوان یک ابزار توسعه‌ای شرکت گوگل بوده که به عنوان شناخته شده‌ترین آنها معرفی می‌شود. در این ابزار با داشتن یک اکانت AdWords می‌توان به امکانات نرم‌افزار دسترسی پیدا کرد. به طور مثال تحقیق شد که در رابطه با کلمه «کفش زنانه» یا «ladies' shoes» تعداد ۸۰۱ نتیجه (کلمه کلیدی) توسط این نرم‌افزار معرفی می‌شود.

این نرم‌افزار اطلاعات مفیدتری همچون نرخ رقابت بین نتایج،



واقعیت‌هایی درباره دوره‌های دیجیتال مارکتینگ در ایران

در یک دوره بازاریابی دیجیتال، به روزرسانی محتوای آموزشی یکی از موضوعات بسیار مهم است. یک دوره دیجیتال مارکتینگ خوب، باید محتوایی به روز داشته باشد و متناسب با تغییراتی که در فضای دیجیتال شاهد آن هستیم، به روز شود.

و مطالعه منابع اینترنتی، اطلاعات جمع‌آوری کنند؟ مشخصاً نه! زیرا اگر دوره مناسب و مدرس کاربردی را انتخاب کرده باشدید می‌توانید با صرف زمان مناسب، به علم و تجربه کسی که سال‌ها در این راه قدم برداشته است، دست یابید که این مهم تنها با مطالعه و بدون تجربه به دست نخواهد آمد. چه در سطح جهانی و چه در ایران حتی نمونه‌های خوبی از دوره‌های بسیار باکیفیت وجود دارد که مخاطبان زیادی از آنها راضی بوده‌اند. ضمن اینکه یکی از مهم‌ترین نقاط مثبت شرکت در دوره‌های آموزشی این است که یک مسیر مطالعاتی یا Road Map به شما می‌دهد که در فضای یادگیری بازاریابی دیجیتال، با توجه به گستره بودن این فضا، تنوع و تعدد ابزارها داشتن یک مسیر مطالعاتی نقشه راه موضوعی بسیار مهم است.

بیایید نشانه‌هایی را بررسی کنیم که با توجه به آنها، بتوانید بهترین دوره‌های دیجیتال مارکتینگ در ایران را تشخیص بدید و گرفتار بدترین‌ها نشوید و در دام آنها نیفتیید، چرا که وقت و هزینه، دو سرمایه ارزشمند ما هستند که نباید به هدر بروند.

۱- عدم تجربه مدرس

در اولین گام، کسی که می‌خواهد دوره بازاریابی دیجیتال تدریس کند، باید حداقل چند سالی در فضای کسب‌وکار از نزدیک

چند سالی است که تدبیر دیجیتال مارکتینگ، تدریس آن و دوره فروشی در ایران بالا گرفته است. حالا دیگر هر کسی با خواندن چند مقاله خارجی یا داخلی، ادعای استادی این حوزه را دارد. کلید به دستانی که به شما و عده پولدار شدن سریع می‌دهند! کافی است در لینک‌هایی، اینستاگرام و یا هر جای دیگری عبارت دوره آموزش بازاریابی دیجیتال (یا دیجیتال مارکتینگ) را جستجو کنید، آن وقت است که صدھا گزینه برای انتخاب پیش روی شما قرار می‌گیرد. در میان این نتایج اگر سوابق این استادی را جستجو کنید، متوجه می‌شوید تعداد زیادی از آنها در واقع، استادنما هستند! زیرا تا جایی که ما می‌دانیم، استادی از دو راه به دست می‌آید: ۱- از راه تحصیل ۲- از راه تجربه، و بهتر اینکه هر دو گزینه با هم باشند.

با این حال، بسیاری از افرادی که عنوان استاد، مربی، مشاور و ... را یدک می‌کشند، نه تنها در این حوزه تحصیل نکرده‌اند بلکه حتی تجربه لازم و مرتبط با آن را هم ندارند. البته معضلات و مشکلات برگزاری دوره‌های آموزشی بازاریابی آنلاین محدود به ایران نیست. حتی در سایت‌های معتری مانند Coursera و Lynda هم شاهد برگزاری دوره‌هایی با کیفیت نامطلوب هستیم. اما کسانی که به دنبال آموزش هستند و می‌خواهند با شرکت در دوره‌های بازاریابی دیجیتال دانش و مهارتی در این زمینه کسب کنند چه باید بکنند؟ آیا آموزش و دوره را رها کرده، با جستجو

داشته باشد و مباحثی که ارائه می‌دهد مناسب با محیط کسب و کار داخلی باشد.

۴- عدم تشخیص راهکار و تعمیم یک راهکار به همه معضلات

در بسیاری از دوره‌هایی که برگزار می‌شود، مدرس در هر حوزه‌ای که تخصص یا بر هر ابزاری که تسلط دارد، همان حوزه یا ابزار را به عنوان راه نجات همه کسب و کارها در نظر می‌گیرد و معرفی می‌کند. آنکه تخصص و تجربه‌ای در شبکه‌های اجتماعی دارد، بازاریابی دیجیتال را در اینستاگرام خلاصه می‌کند و آنکه چند روزی در لینکداین حضور داشته، کلید حل مشکلات تمام کسب و کارها را لینکداین معرفی می‌کند. آنکه اندکی سئو آموخته یا تجربه کرده، نسخه SEO را برای همه می‌پیچید و آنکه چند ریالی در مارکت پلیس‌های مانند دیجی‌کالا یا وب‌سایت‌هایی مانند دیوار و شیپور به دست آورده، این پلتفرم‌ها را به عنوان بازاریابی دیجیتال معرفی می‌کند. در حالی که هر کسب و کاری با توجه به رفتار مصرف‌کننده، سگمنت و رقبا، ممکن است در جاهای مختلفی و با استفاده از ابزارهای مختلفی موفق باشد. به عنوان مثال ممکن است شبکه‌های اجتماعی برای خدمات یا محصول یک کسب و کار نجات‌دهنده باشد، اما در کسب و کاری دیگر بی‌اثر باشد و سایت و سئو راه موفقیت آن باشند. انتخاب و استفاده هوشمندانه از این ابزارها، یک استراتژی است و در اغلب دوره‌ها آنچه آموزش داده نمی‌شود، همین دید راهبردی به فضای کسب و کار و چگونگی به خدمت گرفتن به موقع ابزارهای دیجیتال برای موفقیت کسب و کار در فضای آنلاین است.

۵- عدم تناسب دوره با کسب و کار خاص

هر دوره‌ای لزوماً برای هر نوع کسب و کاری مناسب نیست. ممکن است یک دوره برای راهاندازی یک استارت‌آپ خوب باشد. یا یک دوره به درد ارائه‌دهنده‌گان خدمت بر بستر اینترنت بخورد، یا یک دوره بیشتر روی فروش محصول تمرکز کرده باشد. در توضیحات یک دوره ذکر نمی‌شود که این دوره برای چه کسب و کاری مناسب است.

۶- ارائه مدارک بی‌ارزش در دوره

بسیاری از افراد و حتی موسسات برای فروختن دوره خود، نوید ارائه مدارک بین‌المللی یا قابل ترجمه می‌دهند. این در حالی است که در واقعیت هر کاغذی قابل ترجمه است! موضوع مهم این است: این مدرک کجا قرار است ارائه شود؟ آیا آنچه، مدرکی که ارائه می‌شود را معتبر می‌داند؟ مثلاً اگر قرار است مهاجرت کنید آیا در کشور مقصد، مدرکی که قرار است به شما ارائه شود مورد پذیرش

حضور داشته باشد. این مدرس چنانچه تنها در دنیای تئوری‌هایی که آموخته است، سیر کند و دارای کسب و کاری در دنیای واقعی نباشد، نمی‌تواند مفاهیم کاربردی و راهگشا بر اساس تجربیات به مخاطبان خود منتقل کند. دنیا پر از کتاب‌های موفقیت و انگیزشی است در حالی که نویسنده‌گان این کتاب‌ها، خود در شرایط عالی به سر نمی‌برند! همین‌طور فضای آموزش بازاریابی آنلاین پر از اساتیدی است که هرگز نه کسب و کار آنلاینی داشته‌اند و نه در کسب و کار آنلاینی کار کرده‌اند. نهایتاً در رزومه خود، کلماتی مانند «مشاور» را به کار می‌برند در حالی هیچ تجربه‌ای از «اجرا» ندارند؛ بنابراین لازم است قبل از شرکت در هر دوره ببینید آیا مدرس، خود، دارای کسب و کار موفقی در فضای دیجیتال هست یا نه. یعنی آیا شغلی به جز آموزش دارد یا خیر؟

۲- عدم مهارت در تدریس

آیا هر فرد متخصصی می‌تواند دوره برگزار کند؟ آیا هر فردی که کسب و کاری در فضای دیجیتال دارد می‌تواند دوره بازاریابی دیجیتال برگزار کند؟ باز هم پاسخ، منفی است. علی‌رغم اینکه متخصص بودن و تجربه عملی داشتن، شرط مهمی است، توانایی تدریس و یادداهنده هم به همان اندازه اهمیت دارد. «مهارت تدریس» یکی از مهارت‌های اساسی و کلیدی برای برگزارکننده‌گان دوره‌های آموزشی است. چنانچه یک متخصص، مهارت یادداهن و تدریس رانداشته باشد، طبیعی است، خروجی دوره‌هایش اثربخش نخواهد بود.

یک مدرس خوب بازاریابی آنلاین، باید علاوه بر تسلط داشتن بر مفاهیمی که قرار است آموزش دهد (چه به صورت تئوری و چه به صورت عملی)، توانایی تدریس موثر را هم داشته باشد. باید بداند آموزش او از کجا شروع و به کجا ختم خواهد شد. باید بتواند آنچه را در ذهن دارد، به شکل مناسب، موثر، مرتب و ساختارمند انتقال بدهد.

۳- عدم درک فضای کسب و کار ایران

بسیاری از دوره‌هایی که برگزار می‌شود، تناسبی با محیط کسب و کار در ایران (چه آنلاین و چه آفلاین) ندارد. بسیاری از برگزارکننده‌گان دوره‌ها، مطالبی که قرار است در دوره خود تدریس کنند را از سایت‌های انگلیسی زبان خوبی مانند هاب‌اسپیات و ... گردآوری می‌کنند. طبیعی است که شرکت‌کننده بعد از فرآگیری این مباحث، قابلیت پیاده‌سازی آن را در فضای کسب و کار داخلی نداشته باشد و عملاً شرکت در آن دوره برای او بدون خروجی خواهد بود. یک مدرس خوب بایستی درک درستی از رفتار مصرف‌کننده آنلاین ایرانی

۱- خروجی‌ها

یکی دیگر از راههای تشخیص یک دوره آموزشی خوب از بد، بررسی خروجی‌ها است. در یک بررسی از دوره‌های آموزشی مشخص شد که فارغ از کیفیت و سطح دوره، معمولاً حدود ۳۰ درصد از شرکت‌کنندگان ابراز رضایت و حدود ۴۰ درصد از شرکت‌کنندگان ابراز نارضایتی می‌کنند و حدود هم حد وسط رضایت را انتخاب می‌کنند. اگر مباحث عمیق، پیشرفته، فنی و تکنیکال باشد، عده‌ای راضی و عده‌ای ناراضی خواهد بود و اگر موضوعات مطرح شده، سطحی و پیش‌پا افتاده باشد هم باز عده‌ای از شرکت‌کنندگان هستند که از آن راضی باشند. در نهایت، آنچه یک دوره آموزشی را متمایز می‌کند، خروجی‌های آن است. بررسی کردن اینکه قبل از شما چه کسانی در این دوره شرکت کرده‌اند و الان در چه جایگاهی و مشغول چه کاری هستند هم یکی از روش‌های بررسی کیفیت دوره آموزشی بازاریابی دیجیتال است.

۱۱- بهروزرسانی محتوا

در فضای بازاریابی آنلاین هر روز ابزارهای جدیدی مطرح می‌شوند، ابزارها تغییر می‌کنند، روش استفاده از ابزارها تغییر می‌کند یا امکانات جدیدی به ابزارها اضافه می‌شود. در یک دوره بازاریابی دیجیتال، بهروزرسانی محتوای آموزشی یکی از موضوعات بسیار مهم است. یک دوره دیجیتال مارکتینگ خوب، باید محتوایی به روز داشته باشد و متناسب با تغییراتی که در فضای دیجیتال شاهد آن هستیم، بهروز شود.

۱۲- پاسخ به پرسش‌های مرتبط با کسب‌وکارهای شرکت‌کنندگان
در یک دوره دیجیتال مارکتینگ خوب، سوالاتی که برای شرکت‌کنندگان در کسب‌وکارهای اینترنتی پیش می‌آید باید پاسخ داده شود. محدودی از دوره‌های بازاریابی دیجیتال مانند دوره آنلاین بازاریابی دیجیتال چنین امکانی را فراهم کرده‌اند و در جلسات هفتگی، کسب‌وکارهای شرکت‌کنندگان بررسی می‌شود.

۱۳- جمع‌بندی!

پیدا کردن یک دوره آنلاین بازاریابی دیجیتال خوب، کار ساده‌ای نیست. ضمن اینکه یادگیری بازاریابی دیجیتال یک فرایند کوتاه‌مدت هم نیست. نیاز به تمرین و پشتکار دارد. انتخاب یک دوره آنلاین دیجیتال مارکتینگ کاربردی که به شما در این مسیر پر پیچ و خم و دشوار کنم کند، با در نظر گرفتن نکاتی که در این مطلب به آنها اشاره شد، کار چندان دشواری نخواهد بود.

منبع: mydmc

کسب‌وکارها یا دانشگاه‌ها هست؟ واقعیت این است که بسیاری از این مدارک در هنگام اپلای کردن و مهاجرت، هیچ‌گونه ارزش و اعتباری برای شما نخواهند داشت. در همین کسب‌وکارهای داخلی هم این مدارک، اعتباری ندارند؛ بنابراین صرفاً دریافت یک مدرک که جایی اعتباری ندارد دلیل خوبی برای شرکت در یک دوره نیست. مگر اینکه از قاب کردن مدارک مختلف بر دیوار اتفاق آحسان رضایت می‌کنید.

۷- عدم پشتیبانی و خدمات پس از فروش

آنچه یک دوره آموزشی بازاریابی دیجیتال را با دوره‌های دیگر متمایز می‌کند، خدمات پس از فروش آن است! بسیاری تصور می‌کنند خدمات پس از فروش، فقط برای اتومبیل یا ماشین لباس‌شویی است! در صورتی که بیشترین نیاز به خدمات پس از فروش، در آموزش است. افراد وقتی در برخی از دوره‌ها که در قالب یک یا چند وبینار، لایو و یا تعدادی ویدئوی ضبط شده هستند، شرکت می‌کنند چنانچه دچار مشکل یا سوالی شوند با عدم پاسخ مدرس به سوالات روپرتو می‌شوند. این در حالی است که هر دوره باید دارای خدمات پس از فروش و رفع اشکال باشد و مدرس باید پاسخگوی سوالات باشد.

۸- آموزش فقط تئوری و بس!

در بسیاری از دوره‌های دیجیتال مارکتینگ به علت عدم تسلط و تجربه کافی مدرس در حوزه مورد بحث، آموزش‌ها صرفاً به صورت تئوری بیان می‌شود. مدرس دیگر کاری با این موضوع ندارد که آیا دانش‌پذیر متوجه مفهوم شد یا نه؟ این در حالی است که بسیاری از مباحث در دیجیتال مارکتینگ عملی هستند و با ارائه تمرين از سوی مدرس و قرار دادن دانش‌پذیر در فضای عملی، به صورت کامل فراگرفته خواهند شد.

۹- شبکه‌سازی و تعامل

یکی از راههای عمیق شدن یادگیری، شبکه‌سازی، تعامل و به اشتراک‌گذاری تجربیات شرکت‌کنندگان یک دوره آموزشی است. بسیاری از دوره‌های بی‌کیفیت، از شبکه‌سازی و فراهم کردن بسترهای برای تعامل و ارتباط شرکت‌کنندگان خودداری می‌کنند چرا که می‌دانند به دلیل کیفیت پایین محتوای آموزشی، در صورت فراهم کردن بسترهای برای تعامل شرکت‌کنندگان، صدای اعترافات بلند می‌شود. یکی از راههای تشخیص دوره‌های خوب از بد، بررسی وجود بستر تعامل و شبکه‌سازی برای شرکت‌کنندگان در دوره است.

۶ گام برای نگارش یک کمپین بازاریابی دیجیتال استاندارد

■ عmad پور شهریاری

هیچ کار منظم، قاعده‌مند و گروهی بدون برنامه‌ریزی دقیق و از پیش تعیین شده به نتیجه دلخواه نخواهد رسید. دیجیتال مارکتینگ هم از این قاعده مستثنی نیست. فرقی نمی‌کند این برنامه را برای شرکت خودتان طراحی یا برای یک مشتری اجرا می‌کنید. داشتن یک برنامه یا کمپین دقیق الزامی است. اما برنامه‌ریزی برای دیجیتال مارکتینگ یا کمپین بازاریابی دیجیتال چیست و چطور باید یک برنامه خوب بنویسیم؟

کردید، بر اساس آن به قالب‌ها و درون‌مایه محتوایی بیندیشید که به شما در انتقال این پیام کمک می‌کنند، و فهرستی از آن‌ها تهیه کنید.

گام چهارم: چقدر پول داریم؟

شاید هیچ چیزی مثل پاسخ این سؤال، راهگشای کمپین شما نباشد. بدون در نظر گرفتن بودجه لازم، نگارش کمپین ناممکن خواهد بود. اگر طرحی را برای کسب و کار خودتان آماده می‌کنید، تعیین این بودجه ساده‌تر است، اما اگر برای مشتری یا سفارش‌دهنده پیشنهاد نامه‌ای آماده می‌کنید، شاید کار کمی سخت شود. برخی مشتریان درست به دنبال این هستند که قیمت را بر اساس طرح تعیین کنند. برای آن‌ها فرصت‌ها و امکانات متنوعی در نظر بگیرید تا بتوانند بر اساس توان مالی خود، بخشی از پیشنهادهای شما یا همه آن‌ها را انتخاب کنند. بودجه را برای هر یک از بخش‌های تولید محتوا، مدیریت، خرید رسانه و تبلیغات دسته‌بندی کنید و تا حد امکان جزئیات را درج کنید.

گام پنجم: روش‌های دستیابی به اهداف را مشخص کنید

در این مرحله، به یک مخاطب‌شناسی کامل نیاز خواهید داشت. برای این کار، پرسونای مشتری باید خیلی حساب شده و حرفه‌ای تعیین شود. اگر مخاطب را به خوبی ارزیابی کرده باشید، به خوبی تشخیص خواهید داد که آن‌ها بیشتر از چه کانال‌ها و رسانه‌هایی استفاده می‌کنند. بر همین اساس، می‌توانید تعیین کنید محتوای شما در کدام شبکه اجتماعی متشر شوند یا به سراغ گزینه‌های دیگری مثل بلاگنویسی یا استفاده از سامانه‌های ارسال پیامک بروید.

برای تضمین موفقیت اجرای طرح، یک سفر مشتری دقیق بنویسید و تعیین کنید که مشتری بالقوه از زمانی که با محصول یا خدمات شما غریب است تا پس از انجام خرید چه مسیری را طی می‌کند و شما باید در هر یک از مراحل این سفر از چه ابزارهایی استفاده کنید.

گام ششم: نتایج را ارزیابی کنید

در یک کمپین بازاریابی محتوایی موفق، روش‌های ارزشیابی از پیش تعیین شده‌اند. اگر اهداف مناسبی نوشته باشید، ارزیابی نتایج چندان سخت نیست. در طرح خود مشخص کنید ارزیابی برنامه در چه زمانی و به چه شکلی انجام خواهد شد. پس از اجرای طرح، بر اساس همین برنامه، نتایج را استخراج کنید و بررسی کنید تا چه اندازه توانسته‌اید به اهداف خود برسید و چه نقاط قوت و ضعفی داشته‌اید. همین داده‌ها نقطه بسیار خوبی برای شروع کمپین بعدی شما خواهند بود.

منبع: شهرآراییوز

کمپین بازاریابی دیجیتال چیست؟

برنامه بازاریابی دیجیتال یک سند از پیش‌تهیه شده است که شامل همه جزئیات و اقدامات شما در بستر دیجیتال می‌شود. در این سند، باید اهداف کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت ذکرشده باشند. روش‌های دستیابی به این اهداف به طور کامل تعریف و کاتال‌های مورداستفاده تعیین شده باشند. بودجه و هزینه‌های کمپین نیز اهمیت زیادی دارند و باید تخمینی بسیار نزدیک به واقعیت از آنچه قرار است رخ دهد آماده کرده باشید و در نهایت، زمان‌بندی مشخص و یک نقشه راه واضح و مشخص داشته باشید.

گام اول: وضعیت را تحلیل کنید

گام نخست برای نگارش یک کمپین موفق تحلیل داخلی و خارجی کسب و کار است. برای این کار، تهدیدهای، فرصت‌ها و نقاط قوت و ضعف خود را بنویسید. برای اینکه این تحلیل یا SWOT موفقی داشته باشید، باید از اکوسیستمی که در آن فعالیت می‌کنید، نیازهای مشتری و مجموعه خود شناخت کامل داشته باشید. در تحلیل SWOT تهدیدهای فرصت‌ها و نقاط ضعف و قوت مربوط به بازار هستند و نقاط ضعف و قوت مربوط به خود مجموعه. در همین مرحله، رقبای خود را نیز به طور کامل تحلیل کنید.

گام دوم: اهداف خود را تعیین کنید

پس از تحلیل و تعیین SWOT باید به سراغ اهداف برویم. برای این کار، می‌توانید از روش اهداف هوشمند یا SMART استفاده کنید. یعنی اهداف شما باید مشخص، قابل اندازه‌گیری، دست‌یافتنی، مرتبط و زمان‌بندی شده باشند. اگر کمپین بزرگی را هدایت می‌کنید اهدافتان را به بازه‌های زمانی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت تقسیم کنید و برای هریک، اهداف هوشمند مجزا بنویسید.

گام سوم: همه کمپین پیام‌شماست

هیچ کمپینی بدون یک مفهوم یا پیام خاص کمپین نیست. برای این کار، می‌توانید چند کلمه یا عبارت را که بازتابی از نتیجه شما باشند ردیف، و از بین آن‌ها بهترین را انتخاب کنید. برای نمونه، یک کمپین ممکن است به دنبال صداقت، ایجاد حس خوب، نمایش صمیمت، بر جسته‌سازی اهمیت زمان یا به چالش کشیدن دانش در یک حوزه خاص باشد. هیچ فهرست آماده‌ای از این پیام‌ها وجود ندارد که بتوانید از میان آن‌ها پیام خود را پیدا کنید. همه خلاقیت و جذابیت کمپین شما در همین بخش خلاصه می‌شود. پس از اینکه پیام خود را تعیین

انواع تبلیغات وب چیست و هر کدام چه کاربردی دارد؟

یکی از انواع تبلیغات دیجیتال، تبلیغات در وبسایت‌هاست. این نوع تبلیغات مدل‌های گوناگونی دارد که بسیار پر طرفدار هستند. یکی از بزرگ‌ترین مزایای تبلیغات وب امکان سنجش و اندازه‌گیری اثربخشی آن است. ضمن این که تبلیغات وب در دسترس‌تر و آسان‌تر از برخی از انواع دیگر تبلیغات است. در این مطلب با انواع تبلیغات وب و کاربرد آن‌ها آشنا می‌شویم.

قابل سنجش بودن و سریع بودن هم از دیگر مزایای تبلیغات کلیکی است. اما این نوع تبلیغات معایبی نیز دارد. تبلیغات کلیکی زمان‌برند و به تجربه نیاز دارند. همچنین در این نوع تبلیغات بودجه کمپین‌ها زود مصرف می‌شود در حالی که گاهی تبلیغ، منجر به فروش نخواهد شد.

تبلیغات همسان

تبلیغات همسان یا نیتیو خود از زیرمجموعه تبلیغات کلیکی است که برای برندهای بزرگ دارای ارزش و اهمیت زیادی است. مزیت تبلیغات همسان یکپارچگی و هماهنگی با قالب ظاهری سایتی است که در آن قرار می‌گیرد و باعث می‌شود هم تجربه کاربر از بازدید آن آزاردهنده نباشد و هم هویت بصری وب‌سایت حفظ شود. همچنین در تبلیغات همسان، نرخ CTR افزایش می‌یابد و کسب درآمد قابل توجهی از تبلیغات برای صاحبان سایت به دست می‌آید.

تبلیغات همسان در سه فرمت درون‌منتهی، تبلیغات اسپانسری در شبکه‌های اجتماعی و تبلیغات به صورت مطالب پیشنهادی ارائه می‌شوند.

تبلیغات ریتار گینگ

تبلیغات ریتار گینگ یک تکنیک تبلیغاتی است که این امکان را برای برندها ایجاد می‌کند که حتی پس از آنکه بازدید کنندگان وب‌سایت را ترک کردن، پیش چشم آن‌ها قرار بگیرند. این تکنیک با استفاده از ردیابی بازدید کنندگان از طریق کوکی در وب‌سایت شما اجرا می‌شود و این امکان را برای فروشنده‌گان ایجاد می‌کند که تبلیغات خود را به همان افراد در هنگام بازدید از وب‌سایت‌های دیگر هم نمایش دهند. علت آنکه تبلیغ کالایی که در وب‌سایت یک برنده دیده‌اید، در سایت‌های دیگر شما را تعقیب می‌کند همین است.

تبلیغات عملکردی

تبلیغات عملکردی به روش‌های بازاریابی آنلاینی اشاره دارد که در آن‌ها تبلیغ‌دهنده‌گان تنها به ازای انجام اکشن (Action) مورد نظرشان به شبکه تبلیغاتی یا رسانه نمایش‌دهنده تبلیغ مبلغی پرداخت می‌کنند. به عبارت دیگر، این نوع پر فورمنس مارکتینگ تهها به نتیجه حاصل از تبلیغات توجه دارد. از نمونه برنامه‌های تبلیغاتی مبتنی بر پر فورمنس مارکتینگ می‌توان به کمپین‌های پرداخت به ازای اکشن (CPA) و پرداخت به ازای نصب (CPI) اشاره کرد که در آن‌ها تبلیغ‌دهنده‌گان تنها به ازای انجام اکشن موردنظر یا نصب اپلیکیشن هزینه پرداخت می‌کنند. امکان نظرات و بهینه‌سازی آسان، ریسک پایین و مبتنی بودن بر بازگشت سرمایه، از جمله مزایای تبلیغات عملکردی محسوب می‌شوند.

منبع: مدیا اد

یکی از انواع تبلیغات دیجیتال، تبلیغات در وب‌سایت‌هاست. این نوع تبلیغات مدل‌های گوناگونی دارد که بسیار پر طرفدار هستند. یکی از بزرگ‌ترین مزایای تبلیغات وب امکان سنجش و اندازه‌گیری اثربخشی آن است. ضمن این که تبلیغات وب در دسترس‌تر و آسان‌تر از برخی از انواع دیگر تبلیغات است. در این مطلب با انواع تبلیغات وب و کاربرد آن‌ها آشنا می‌شویم.

تبلیغات بنزی

اگر برایتان سوال است که تبلیغات بنزی چیست باید گفت تبلیغاتی که به شکل بنز در وب‌سایت‌های پر بازدید قرار می‌گیرند، تبلیغات بنزی هستند که به دو شکل ثابت و متحرک دیده می‌شوند و در دسته نخستین تبلیغات کاربردی قرار دارند. این نوع تبلیغات جنبه‌های مفید زیادی برای تبلیغ‌دهنده دارند. به عنوان نمونه علاوه بر آن که آگاهی از برنده را افزایش می‌دهند، ترافیک وب‌سایت شمارانیز بالا می‌برند.

تبلیغات بنزی متحرک یا همان گیف‌ها به دلیل داشتن ظرفیت بالا در جذابیت بصری مخاطبان را به خود جذب می‌کنند. همچنین با بررسی اثرگذاری این تبلیغات به وسیله رصد کردن نتایج آن امکان بهینه کردن آن برای تبلیغ‌دهنده فراهم است.

تبلیغات بنزی ضعف‌هایی هم دارد. مثلاً این که مخاطب آن هدفمند نیست، استفاده بیش از اندازه آن ممکن است برای بازدید کننده آزاردهنده باشد، ساخت بنز هزینه‌بر است و این که اگر حجم محتوای سایت زیاد باشد، امکان دیده شدن بنز کاهش می‌یابد. شاید به دلیل وجود این نقاط ضعف، استفاده از این نوع تبلیغ به مرور رو به کاهش می‌رود و جای خود را به انواع دیگر می‌دهد.

تبلیغات کلیکی

تبلیغات کلیکی (Pay Per Click) یکی از محبوب‌ترین روش‌های انجام تبلیغات در فضای اینترنت است. این مورد به تبلیغاتی اشاره دارد که در آن تبلیغ‌دهنده به ازای هر کلیک بر روی تبلیغ خود به رسانه ناشر مبلغی پرداخت می‌کند و در غیر این صورت، مبلغی محاسبه نخواهد شد؛ بنابراین کسب درآمد از تبلیغات کلیکی، امکان‌پذیر است.

یکی از دلایل محبوبیت تبلیغات کلیکی امکان هدفمندسازی آن است. در تبلیغات کلیکی شما می‌توانید تنظیمات مختلف کمپین‌ها را بر اساس اطلاعاتی که از مخاطبان خود دارید تغییر دهید. به عنوان نمونه می‌توانید منطقه جغرافیایی کاربران خود، دستگاهی که از آن استفاده می‌کنند، اپراتور موبایلی که به آن‌ها سرویس می‌دهد، ساعت زمانی نمایش تبلیغات و رسانه‌های نمایش‌دهنده را با توجه به اطلاعاتی که از مخاطبان خود دارید انتخاب کنید.

بازاریابی مشتریان از دست رفته به کمک بازاریابی ریتارگتینگ

■ عmad پور شهریاری

اگر کمی اهل پرسه‌زدن در وب‌سایت‌های فروشگاهی و خرید آنلاین باشد، قطعاً با این پدیده آشنا شده‌اید که برخی از کالاهایی که قصد خرید آن را داشته‌اید به دفعات در وب‌سایت‌های دیگر به شما نمایش داده می‌شوند. برای برخی این اتفاق حتی شکلی از جاسوسی به نظر می‌رسد، اما نگران نباشید. شما هدف کمپین‌های هوشمند ریتارگتینگ، یکی از مؤثرین روش‌های بازاریابی دیجیتال، قرار گرفته‌اید.

شما ممکن است با روش‌های مختلف و البته پرهزینه‌ای مثل بهبود وضعیت خود در موتورهای جست‌وجو، تبلیغات بنری، فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و مانند آن مشتریان را به سایت خود هدایت کنید. اگر قرار باشد به راحتی ۹۹ درصد این مشتریان را از دست بدھید سرمایه زیادی را از دست داده‌اید.

ریتارگتینگ چطور کار می‌کند؟

ریتارگتینگ کار کوکی هاست. کوکی‌ها کدهای کوتاه، اما مؤثری هستند که پس از ورود یک کاربر به وب‌سایت شما، در مرورگر او ذخیره می‌شوند. این کدها به مجری کمپین ریتارگتینگ شما خبر می‌دهند که این کاربر چه رفتاری در وب‌سایت شما داشته و چطور باید مورد بازاریابی دوباره قرار بگیرد. در همان مثال مایع ضدغوفونی کننده ممکن است شما از پیش تعیین کنید که این کاربر نهایتاً در یکی دو روز، سرانجام خرید خود را انجام خواهد داد. اما اگر فروشنده یک آبازور نفیس باشید تا سه چهار هفته فرست دارید محصول خود را به مشتری یادآوری کنید.

از کجا ریتارگتینگ را شروع کنیم؟

اگر وب‌سایت فروشگاهی دارید همین امروز از گروه فنی خود بخواهید کدهای این روش را فعال کنند. در مرحله بعدی، باید به دنبال یکی از شرکت‌های ارائه‌دهنده ریتارگتینگ بروید. با یک جست‌وجوی ساده می‌توانید بهترین مجموعه‌های ارائه‌دهنده این سرویس‌ها را بیابید.

نگاهی به فهرست مشتریان آن‌ها بیندازید تا از کیفیت کار اطمینان داشته باشید. حتی می‌توانید به بهترین فروشگاه‌های آنلاینی که می‌شناسید سری بزنید و بررسی کنید نام و نشانه چه شرکتی در کنار بنرها تبلیغاتی این شرکت قرار گرفته است. اگر به محصول خود ایمان دارید و ساختاری‌های بازاریابی دیجیتال شما اصولی پی‌ریزی شده است، نگران هزینه‌ها نباشید. هیچ چیز گران‌قیمت‌تر این نیست که کاربری را به سایت خود بکشانید، اما او را دست‌حالی راهی وب‌سایت رقیب کنید.

منبع: شهرآرانیوز

ریتارگتینگ چیست؟

فرض کنید قصد خرید یک طرف مایع ضدغوفونی کننده را به صورت آنلاین دارید. عبارت موردنظر خود را گوگل می‌کنید و وارد یکی از صدها وب‌سایت ارائه‌دهنده این محصول می‌شوید. قیمت و مشخصات را بررسی می‌کنید، اما ترجیح می‌دهید هنوز جست‌وجو را ادامه دهید و به دنبال گزینه بهتری باشید یا ممکن است به هر دلیلی از جست‌وجو دست بکشید یا از خرید منصرف شوید. رفتار شما به عنوان یک مشتری کاملاً طبیعی است.

درصد قابل توجهی از کاربران تنها مدل‌ها و قیمت‌ها را بررسی می‌کنند و اقدام به خرید، تنها در چند درصد تکرقمی از مشتریان اتفاق می‌افتد. فردای آن روز زمانی که در حال دنبال کردن یک خبر سیاسی یا ورزشی در یک وب‌سایت خبری هستید متوجه می‌شوید همان محصول موردنظر شما در این وب‌سایت غیرمرتب نمایش داده شده است.

شاید حتی این‌بار تخفیفی هم برای شما لاحظ شده باشد. اگر بازهم به آن تبلیغ بی‌توجه باشید، ممکن است در روزهای آینده هم آن مایع ضدغوفونی کننده شما را رهان نکند و در سایت‌های مختلف، خرید ناتمام شما را یادآوری کند. گاهی اوضاع به همان محصول هم ختم نمی‌شود و دسته محصولات مشابهی در وب‌سایت‌های مختلف به شما نمایش داده می‌شود. به هر حال، کسی که به دنبال مایع ضدغوفونی کننده است به احتمال زیاد ماسک، دستکش یا مواردی مانند این را هم در فهرست خرید خود دارد. همه این‌ها به لطف ریتارگتینگ انجام می‌شود.

چرا ریتارگتینگ از تأثیرگذار ترین روش‌های

بازاریابی دیجیتال است؟

به روندی که هر مشتری از زمان آگاهی نداشتند از یک برنده تا خرید دوباره آن طی می‌کند سفر مشتری می‌گویند. مجموعه‌ها هزینه بسیار زیادی را صرف تبلیغات مختلف می‌کنند تا تعداد بیشتری از مردم با برنده آن‌ها آشنا شوند. سفر مشتری شیوه به قیف است و هرچه به انتهای آن نزدیک می‌شوید مشتریان بالقوه بیشتری را از دست می‌دهید.

ریتارگتینگ تلاش می‌کند شبی این قیف را کمتر و کمتر کند.

مزیت‌های انتخابات الکترونیک

انتخابات فرایندی متشکل از اوراق رأی، صندوق رأی، چینش و آمایش حوزه‌های انتخاباتی، تعییه صندوق‌های رأی‌گیری، شمارش آرا و مدیریت و صیانت از رأی مردم است که در کشورهای گوناگون به شیوه‌های مختلف اعم از سنتی یا الکترونیک، مستقیم یا غیرمستقیم و تک مرحله‌ای یا چندمرحله‌ای انجام می‌شود.

انتخابات سنتی معایب و مشکلاتی مانند آسیب‌های زیست‌محیطی، افزایش هزینه‌ها و بالارفتن ضریب تقلب را در پی دارد. دولت‌ها تلاش‌هایی برای الکترونیکی کردن انتخابات انجام داده‌اند، اما با توجه به مسائلی مانند نفوذ برخی از گروههای فشار، نبود بسترها دیجیتالی و... سبب شده تاکنون این مهم به نتیجه مطلوب نرسد. هر چند برخی مراحل رأی‌گیری مانند ثبت نام رأی‌دهندگان و نامزدها به صورت الکترونیکی انجام می‌شود، اما دو مرحله مهم رأی‌گیری و شمارش آراء به صورت دستی است که نقش خدمات الکترونیک در انتخابات را کاهش می‌دهد.

توزیع کارت ملی هوشمند در کشور انتخابات را یک گام به الکترونیکی شدن نزدیک کرده و زیرساخت اصلی آن، یعنی تعریف یک شخصیت دیجیتالی برای مردم جامعه انجام شده است؛ بنابراین در صورت اراده حاکمیت بر الکترونیکی کردن انتخابات این امر امکان‌پذیر خواهد بود.

هر یک از مراحل انتخابات می‌تواند الکترونیک باشد یا نباشد. زمانی که از الکترونیک کردن انتخابات صحبت می‌کنیم، حداقل ۲۰ فرایند است که می‌تواند به صورت الکترونیک انجام شود. شمارش آراء، تجمعی آراء، ثبت نام از رأی‌دهنه، احراز هویت رأی‌دهنه و هر یک از این موارد می‌تواند به شیوه الکترونیکی یا دستی صورت بگیرد.

دنیا دیگر پذیرش روش‌های غیر الکترونیک را ندارد. در بسیاری از کشورها از کارت ملی هوشمند برای انتخابات استفاده می‌شود. الکترونیک بودن کارت ملی انتخابات را کوتاه‌تر می‌کند. همچنین، یکی دیگر از عوامل، استفاده از فضاهای مجازی و اینترنتی در ایران است. این دو امکانات زیرساختی و آموزشی الکترونیکی مردم را فراهم می‌آورد.

در این بین مهم‌ترین ایرادهایی که به الکترونیکی شدن انتخابات گرفته می‌شود، مسئله حضور نمایندگان در فرایند انتخابات است. در ایران این حضور مهم است. مسئله دیگر، شفافیت و اعتماد به رأی است. حتی اگر در یک انتخابات اعتماد مردم به دستگاه اجرایی انتخابات بالا باشد و در عین حال انتخابات از طریق اس‌اس‌ام یا به صورت اینترنتی انجام شود، باز هم ممکن است در ارتباط با اعلام نتایج انتخابات مشکلاتی پیش بیاید؛ اما زمانی که مردم وارد شعب اخذ رأی می‌شوند و پای صندوق رأی می‌روند آن را بی که می‌دهند نوشته شده و اگر اختلافی ایجاد شود می‌توانند به صندوق آراء رجوع کنند.

اعتماد به این نوع رأی‌گیری بالاتر است. در ایران به دلیل همین دو ملاحظه به الکترونیکی شدن انتخابات تمایل نشان داده نمی‌شود. حتی در آمریکا که از نظر الکترونیک کشور پیشرفته‌ای است، هنوز رأی‌گیری مکانیکی حاکم است؛ گرچه ایالت به ایالت فرق می‌کند.

در آمریکا رأی به صورت الکترونیکی داده نمی‌شود، بلکه فرایند اخذ رأی به صورت مکانیکی، اما از طریق کارت - پانچ انجام می‌شود. کارت - پانچ، کارتی است که آن کاندیدایی که می‌خواهد انتخاب کنید جلوی اسمش را با دستگاه سوراخ می‌کنید.

منبع: ستاره صبح

Blockchain in Voting



انتخابات مبتنی بر بلاکچین؛ حرکت به سمت پایان تقلب

■ مصطفی افخمی؛ ارز دیجیتال

چند هفتاهی از انتخابات پر حاشیه ایالات متحده آمریکا می‌گذرد، اما دونالد ترامپ، رئیس جمهور فعلی و بازنده انتخابات از نظر رسانه‌ها، هنوز شکست خود را پذیرفته است. او بر گزار کنندگان انتخابات در ایالات مختلف را به تقلب متهم کرده است.

نظام رای‌گیری کنونی در عصر دیجیتال

بسیار از کارشناسان پیشنهاد داده‌اند که در شرایط فعلی، رای‌گیری موبایلی می‌تواند جایگزین رای‌گیری سنتی و حضوری شود و به شهروندان اجازه دهد بدون ترک منزل خود در انتخابات مشارکت کنند.

سالیان درازی است که همه می‌توانیم خریدهای خود را به صورت آنلاین انجام دهیم و حتی بدون حضور در محل کار و از راه دور وظایف شغلی خود را انجام دهیم، مخصوصاً در شرایط فعلی همه‌گیری کرونا. اما همچنان در نظام سنتی رای‌گیری، متقاضیان شرکت در انتخابات باید در یک زمان و مکان مشخص، آرای خود را به صورت حضوری در صندوق‌های اخذ رای بیندازند.

انتخابات دیجیتالی؛ پایان صفحه‌ای طولانی

آیا این نظام سنتی با روح حاکم بر عصر دیجیتال که در آن فناوری اطلاعات توансنته ارتباطات، انتقال داده‌ها و تراکنش‌ها را متحول و تسهیل کند، سازگار است؟

چگونه می‌توان بدون خدشه‌دار کردن امنیت انتخابات، به صورت غیرحضوری و از راه دور در رای‌گیری مشارکت کرد؟

حقیقت این است که معرض احتمال تقلب در انتخابات در کشورهای مختلف همواره وجود داشته است، حتی در کشوری مانند آمریکا که بیش از دو قرن سابقه دموکراسی و برگزاری انتخابات داشته است. اما آیا روش‌های سنتی برای برگزاری انتخابات جایگزینی خواهند داشت؟ کوین تلگراف در مقاله‌ای تاثیر فناوری بلاکچین بر انتخابات و ابعاد گوناگون استفاده از این فناوری در سامانه‌های اخذ رای را واکاوی کرده است. همه‌گیری ویروس کرونا در زندگی مردم، رابطه میان دولت‌ها و شهروندان، اقتصاد جهانی و البته انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده، تاثیرات عمده‌ای داشته است.

بسیاری از رای‌دهندگان آمریکایی، در راستای رعایت سیاست‌های فاصله‌گذاری اجتماعی تصمیم گرفته‌اند که آرای خود را به صورت پستی به مراکز شمارش رای ارسال کنند. این اتفاق باعث شد فرایند شمارش آرا طولانی شود. ترامپ هم که از مدت‌ها قبل گفته بود، به آرای پستی مشکوک است، با دعوى حقوقی در چند ایالت، فرایند الکترال را به دادگاه کشاند و بحث و جدل‌های فراوانی را پیرامون درستی عملکرد نظام انتخاباتی کنونی آمریکا به راه انداخت.

بوکارو (Jocelyn Bucaro)، رئیس ستاد انتخابات دنور، از دیگر چهره‌های سرشناصی هستند که از سیستم انتخاباتی موبایلی ابراز رضایت کردند.

با این حال، نباید فراموش کنیم که ما در عصر دوقطبی‌های اجتماعی زندگی می‌کنیم و بسیاری با رای‌گیری موبایلی یا بلاک‌چینی مخالفاند. از جمله این افراد می‌توان به جرمی اپستین (Jeremy Epstein)، عضو انجمن تجهیزات رایانشی کمیته سیاست‌گذاری فناوری ایالات متحده اشاره کرد. نکته قابل توجه در این میان، آن است که اپستین پیش‌تر در تدوین گزارشی با عنوان «رای‌گیری ایمیلی و اینترنتی: تهدید نادیده گرفته شده برای امنیت انتخابات» مشارکت داشته است.

در این گزارش که نهادهای مختلفی از جمله بنیاد درد مشترک (Common Cause)، ائتلاف دفاع ملی انتخابات و مؤسسه آر استریت (R Street) در تدوین آن مشارکت داشته‌اند، از رای‌گیری اینترنتی و بلاک‌چینی به عنوان یکی از اهداف بالقوه حملات سایبری سازمان‌های اطلاعاتی خارجی نام برده و تصریح شده است که انتقال برگه‌های رای روی اینترنت چه در قالب فکس، ایمیل یا سیستم‌های بلاک‌چینی می‌تواند خطرناک باشد.

با وجود مزیت‌ها و معایب هر یک از روش‌های سنتی و موبایلی اخذ رای، آیا راهکاری وجود دارد که بتواند از آرای شهروندان در برابر تقلب صیانت کند؟ در این روش‌ها، چگونه می‌توان رای دهنده‌گان را احراز هویت کرد؟ از چه راهکارهایی می‌توان برای اجرای فرایند تایید هویت در روند اخذ رای استفاده کرد و این راهکارها چگونه عمل می‌کنند؟

احراز هویت رای دهنده همیشه یکی از چالش‌های انتخابات الکترونیکی بوده است

آیا بلاک‌چین راه حل مناسبی است؟

اپلیکیشن Voatz که پیش‌تر به آن اشاره شد، از همان آغاز کار به دنبال آسیب‌پذیری‌ها و نشانه‌های بروز خطر می‌گردد. اگر این اپلیکیشن تشخیص بدده که یک تلفن همراه به خطر افتاده، به کاربر آن اجازه شرکت در رای‌گیری نمی‌دهد. اگر این اپلیکیشن بتواند از آزمایش‌های امنیتی سربلند بیرون بیاید، رای دهنده به راحتی قادر خواهد بود روی گوشی خود و از طریق اثر انگشت یا روش تشخیص چهره، احراز هویت شود.

سپس رای دهنده با ارائه مدارک هویتی خود از جمله گواهینامه رانندگی یا گذرنامه و گرفتن یک سلفی می‌تواند احراز هویت خود را تکمیل کند. درنهایت، او با لمس حسگر اثر انگشت گوشی خود، ثابت می‌کند که گوشی واقعاً در دستان خود او قرار دارد. در این مرحله، اپلیکیشن Voatz، سلفی گرفته شده از رای دهنده

امروزه می‌توان مدعی شد که با افزودن راهکارهای بلاک‌چینی به فرایندهای اخذ رای سیار، می‌توان درجه اعتماد به نظام انتخاباتی را افزایش داد و روند انتخابات را به آرامی و بدون تنفس پیش برد.

با ترکیب توالی هش و رمزنگاری در یک ساختار توزیع شده می‌توان از هویت رای دهنده‌گان و صحت تمام آرای ثبت‌شده در پلتفرم بلاک‌چینی محافظت کرد؛ بنابراین، امکان اخذ و ثبت آراء به صورت شفاف و امن در نظام انتخاباتی فراهم می‌شود. تصور کنید که چقدر خوب می‌شود اگر بتوانید بررسی کنید که آیا رای شما برای نامزد مطلوبتان واقعاً شمرده شده و در این روند هویت شما به درستی پنهان مانده است یا نه؟ چنین قابلیتی با فناوری بلاک‌چین در دسترس است.

پروژه‌های انتخاباتی آزمایشی مبتنی بر بلاک‌چین

از دو سال پیش تاکنون، حوزه‌های انتخاباتی در چندین ایالت آمریکا در انتخابات ایالتی، فدرال و مدیریت شهر، رای‌گیری موبایلی مبتنی بر بلاک‌چین را امتحان کرده‌اند. هدف اولیه برای آزمایش چنین روشی این بوده که بتوان به جای استفاده از پست، فکس و روش‌های کاغذی، امکان اخذ آرای نظامیان یا شهروندان ساکن در دیگر کشورها را به کمک تلفن همراه و تبلت فراهم کرد.

پروژه‌های انتخاباتی آزمایشی مبتنی بر بلاک‌چین

برای مثال، ویرجینیا غربی، در سال ۲۰۱۸ امکان رای‌گیری موبایلی مبتنی بر بلاک‌چین را برای انتخابات ایالتی و فدرال فراهم کرد. شهرهای دنور (Denver) در ایالت کلرادو، یوتا کانتی در ایالت یوتا و دو شهرستان دیگر در ایالت اورگان نیز پیش‌تر در سال ۲۰۱۹ چندین پروژه را برای اخذ آرا به صورت الکترونیکی برای انتخابات شهرداری‌ها آزمایش کردند. در کل، ۲۹ شهرستان در پنج ایالت مختلف، اپلیکیشن رای‌گیری موبایلی «Voatz» را در انتخابات رسمی آزمایش کرده‌اند.

در تمامی مثال‌های ذکر شده، مسئولان برگزاری انتخابات در کمال شگفتی اذعان کردند که به کمک بلاک‌چین، فرایند اخذ و شمارش آرا بسیار آسان‌تر و شفاف‌تر شده است.

از این رو، بسیاری از طرفداران تمرکز‌دادی خواهان استفاده از فناوری بلاک‌چین در تمامی انتخابات ایالت متحده شده‌اند.

به دلیل عملکرد مطلوب سیستم رای‌گیری موبایلی، چهره‌های سرشناس سیاسی زیادی لب به تحسین سیستم رای‌گیری موبایلی مبتنی بر بلاک‌چین گشوده‌اند که از جمله آنها می‌توان به بردلی تاسک (Bradley Tusk)، کارآفرین، نیکوکار، استراتژیست و بنیان‌گذار بنیاد خیریه تاسک اشاره کرد. همچنین مایک کوین (Mike Queen)، از مقامات ایالتی ویرجینیا غربی و جوسلین



محافظت در برابر حملات DDoS را ارائه می‌دهد و به‌گفته مدیران اپلیکیشن Voatz، این سامانه با به‌کارگیری رمزگذاری سرتاسر و احراز هویت چندعاملی در نوادهای زیرساخت از امنیت خود محافظت می‌کند.

استفاده از یک سیستم توزیع شده، خطر تقلب در انتخابات الکترونیکی را کاهش می‌دهد.

راهکار رای گیری بلاکچینی دیگری در سال ۲۰۱۶ در کلمبیا پیاده شده است. این راهکار با عنوان «رای گیری بلاکچینی در خدمت صلح»، در هم‌پرسی برگزارشده در سال ۲۰۱۶ در کلمبیا از سوی سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) به اجرا درآمد. در این راهکار، سازمانی غیرانتفاعی موسوم به بنیاد دموکراسی زمین (Democracy Earth Foundation)، با ایجاد یک پلتفرم بلاکچینی به کلمبیایی‌های مقیم خارج از کشور این امکان را داد تا بتوانند به طور نمادین در هم‌پرسی طرح توافق‌نامه صلح میان دولت و نیروهای مسلح انقلابی کلمبیا (FARC) شرکت کنند. نکته جالب‌توجه در این میان، امکان ایجاد پوشش دموکراتیک توسط بلاکچین است.

کلام آخر

مبالغه‌آمیز نیست اگر بگوییم که در آینده‌های نه‌چندان دور، بسیاری از کشورها بلاکچین را یک فناوری ایده‌آل برای برگزاری انتخابات در جوامعی قلمداد خواهند کرد که سریع‌تر از همیشه به‌سوی دیجیتالی شدن حرکت می‌کند.

با تمام این تفاصیل، اگر هم فناوری بلاکچین به بلوغ خود دست پیدا کند و به طور مؤثری مشروعیت و صحت سامانه‌های اخذ رای را بهبود ببخشد، آیا عبور از محدودیت‌ها و موانع فرهنگی و فقر سواد دیجیتالی به سادگی امکان‌پذیر خواهد بود؟

را با مدارک هویتی وی انطباق داده و پس از بررسی مجلد تمامی اطلاعات ثبت‌شده، تایید می‌کند که رای دهنده می‌تواند رای خود را ثبت کند.

علاوه بر این، رای دهنده‌گان می‌توانند از دیگر اپلیکیشن‌ها یا دستگاه‌ها از جمله ساعت هوشمند اپل واچ، گوگل انتیکیتور (Google Authenticator) یا یوبی کی (YubiKey) برای انجام فرایند احراز هویت خود استفاده کنند. همچنین آنها می‌توانند برای محکم کاری بیشتر، از پیامک یا حتی ایمیل برای دریافت کد تاییدیه و احراز هویت خود استفاده کنند.

امنیت سایبری در رای گیری بلاکچینی

از منظر امنیت سایبری، تمام نرم‌افزارها در معرض آسیب‌پذیری هستند و نمی‌توان از احتمال وقوع حملات منع سرویس (Denial-of-Service) در آنها چشم‌پوشی کرد؛ بنابراین، داشتن روش‌های پشتیبان برای تقویت زیرساخت‌ها جهت جلوگیری از حملات و ایجاد خرابی در سامانه‌های رای گیری، اهمیت بالایی دارد.

در این میان، بخش بلاکچینی سیستم رای گیری الکترونیک با کمترین احتمال بروز نقص‌های امنیتی همراه است. البته بلاکچین، تنها یکی از چندین مؤثر در رای گیری است که شامل مراحل مختلفی از جمله احراز، تایید و تامین امنیت هویت است.

بلاکچین در اپلیکیشن Voatz یک هدف ویژه را دنبال می‌کند و آن توزیع داده‌های ثبت‌شده رای گیری با هدف دشوار کردن حملات از راه دور است. همچنین بلاکچین، امکان حسابرسی مبتنی بر رمزنگاری آرا را در اختیار مجریان انتخابات می‌گذارد.

مهم‌ترین خطر امنیتی که رای گیری از طریق بلاکچین را تهدید می‌کند، به بخشی در حوزه انتخاباتی مربوط می‌شود که در آن برگه‌های رای با یک هش یا کلید رمزنگاری چاپ می‌شوند. این برگه‌ها پس از ذخیره شدن در سامانه‌های رای گیری، به‌شكل دیجیتال درآمده و سپس توسط سامانه‌های قرائت‌گر خوانده می‌شوند. در این مرحله، سرنخ فرایند رای گیری در اپلیکیشن Voatz از دست خارج می‌شود.

علاوه بر مسائل امنیتی، ابهام دیگری که در رای گیری مبتنی بر بلاکچین مطرح است، چگونگی پردازش آراء تجمعی شده و تایید اصالت برگه‌های رای در راهکار بلاکچینی است.

به عنوان مثال، در اپلیکیشن Voatz، از یک زیرساخت بلاکچینی ۳۲ نودی روی خدمات وب آمازون (Amazon Web Services) و مایکروسافت آژور (Microsoft Azure) استفاده می‌شود که هر یک میزبان ۱۶ نود در سرتاسر خاک ایالات متحده هستند. کلودفلر (Cloudflare) نیز از جمله شرکت‌هایی است که خدمات

چه وقت پروژه ۱۴ ساله سلامت الکترونیک تکمیل می‌شود

■ هانیه تقیزاده

نژدیک به ۱۴ سال از آغاز پروژه سلامت الکترونیک می‌گذرد اما این طرح هنوز خروجی محسوسی نداشته و هر کدام از نهادها با گلایه از نهاد دیگر، آن را متهم به عدم همکاری و کوتاهی در اجرای طرح می‌کند.

پروژه‌ای که به‌واسطه فرآگیری طیف مخاطبان، یکی از پراهمیت‌ترین پروژه‌های طرح دولت الکترونیک بشمار می‌آید و در ابتدای امسال هم در میان پروژه‌های اولویت‌دار با هدف تسريع در بهره‌برداری از آن قرار گرفت. حال گفته می‌شود که قرار است در فروردین سال ۱۴۰۰ از آن رونمایی شده و به بهره‌برداری برسد اما اینکه این وعده مانند دفعات پیش است یا حقیقتاً شاهد اجرای پروژه خواهیم بود مشخص نیست.

هدف این طرح، ارتقای سطح کارایی نظام سلامت برای برقاری سلامت عادلانه و همه‌جانبه، با به‌کارگیری ابزارهای فناوری اطلاعات در مدیریت، پایش، تحلیل و تصمیم‌گیری‌های مبتنی بر شواهد در ارائه خدمات سلامت عنوان شده است.

سایت درباره پیشرفت پروژه سلامت الکترونیک است، اما نکته‌ای که با مراجعه به این پایگاه اطلاع‌رسانی جلب‌توجه می‌کند، کیفیت بسیار پایین رائیه داده‌هاست. وقتی کاربران به این سایت مراجعه می‌کنند تا داده‌ای از وضعیت پیشرفت هر یک از ۲۳ پروژه دریافت کنند، با سایتی بهشت ناسامان و ضعیف، با داده‌هایی نه‌چندان بهروز مواجه می‌شوند.

این در حالی است که وزارت ارتباطات و سازمان فناوری اطلاعات به عنوان پرچمداران پیشرفت دیجیتال کشور، باید الگوی دیگر بخش‌ها در استفاده از امکانات فناورانه برای اطلاع‌رسانی و ارائه خدمات باشند. چندی پیش نیز این سایت مورد هک قرار گرفت و گمانه‌زنی‌های از لو رفتن برخی داده‌ها به گوش می‌رسید و بعد این گفته‌ها توسط وزارت ارتباطات تکذیب شد.

در بررسی علل کندي و عدم پیشرفت محسوس طرح سلامت الکترونیک با وجود هزینه‌های بسیار طی این سال‌ها، کارشناسان، نبود متولی واحد و قدرتمند برای ایجاد هماهنگی‌های لازم بین دستگاه‌ها را علت اصلی ناکامی این طرح می‌دانند. شاهین طبری، از فعالان بخش خصوصی حوزه سلامت الکترونیک در این باره می‌گوید: تعدد متولیان و قدرت‌نمایی هر یک برای به کرسی نشاندن طرح و ایده خود و عدم همکاری درست با نهادهای همکار باعث شده تا این طرح پس از این همه سال خروجی محسوسی نداشته باشد. وزارت ارتباطات، وزارت بهداشت، بیمه‌ها و... همه و همه با داشتن ادعا بر این طرح و با این تفکر که به جای استفاده از درگاه نهادهای دیگر خودشان مالکیت داده‌ها را به عهده داشته باشند، از تعامل لازم با بخش‌های دیگر سر باز زده‌اند.

شروع الکترونیکی شدن با نسخه‌نویسی

طرح نسخه الکترونیکی که یکی از بخش‌های پروژه سلامت الکترونیک است، با هدف حذف دفترچه‌های کاغذی، کاهش

میزان پیشرفت پروژه سلامت الکترونیک

وزارت ارتباطات به عنوان یکی از دست‌اندرکاران پیش‌برد طرح دولت الکترونیک، قرار بود گزارش پیش‌برد ۲۳ طرح اولویت‌دار دولت الکترونیک را در وب‌سایتی در دسترس عموم قرار دهد تا به این ترتیب هم هماهنگی‌های لازم بین نهادهای دست‌اندرکار بهتر صورت گیرد و خود را معتمد به اجرای دقیق و سریع طرح بدانند و هم مردم بتوانند در جریان پیشرفت این پروژه‌ها قرار گیرند. در سایت مذکور به آدرس <https://e-monitor.ito.gov.ir>، میزان پیشرفت پروژه سلامت الکترونیک، «نیازمند پیش‌برد» عنوان شده است.

براساس گزارش ذکر شده، در این طرح قرار است با راه‌اندازی زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری لازم و ایجاد سامانه‌های اطلاعاتی، بخش‌های مختلف ارائه خدمات درمانی به یکدیگر متصل شوند. طی این طرح که نقشی کلیدی در تحقق طرح تحول سلامت دارد، توسعه پرونده الکترونیکی سلامت در دستور کار قرار دارد تا تمامی سامانه‌ها با اتصال به این سامانه، به اطلاعات و روند سلامتی شخص، از پیش از تولد تا زمان فوت دسترسی داشته باشند. در خروجی‌های این طرح مقرر شده که کلیه خدمات بیمه‌های پایه سلامت و حداقل ۵ خدمت پایه سلامت الکترونیک شهروندی ارائه شوند.

در این گزارش آمده است که از سال ۱۳۹۷ تاکنون، تمام مراکز ارائه‌دهنده خدمات سلامت به این طرح متصل شده‌اند. در ۳۱ آذر ۱۳۹۸ امکان ارائه خدمت نسخه‌نویسی و نسخه‌پیچی آنلاین در مراکز دولتی میسر شده، در ۳۱ خرداد ۱۳۹۹ پروتکل بهره‌برداری از پرونده سلامت الکترونیک تدوین شده و در اول شهریور ماه امسال، ۳۰ درصد توسعه پوشش ذی‌نفعان در مراکز غیردولتی سلامت انجام شده است.

اطلاعات ذکر شده، مختصراً از داده‌های ارائه شده در این

دولت الکترونیکی

می توانند تشخیص دقیق تری داشته باشند و احتمال خطأ و بروز مشکل در روند درمان کاهش پیدا می کند.

با آنکه براساس گزارش پیشرفت طرح دولت الکترونیکی کشور، از ابتدای دی سال گذشته، امکان ارائه نسخه الکترونیکی میسر شده، اما هنوز این طرح آنچنان که باید در روند اجرایی بخش های درمانی نفوذ نکرده است. البته مدیران نظام سلامت مدعی هستند که این طرح در عمدۀ مراکز درمانی دولتی در حال اجراست. براساس آمار اعلام شده از سوی سازمان بیمه سلامت به «ایرنا» درحال حاضر ۶۰ درصد از حدود ۱۷ هزار پزشکی که با سازمان بیمه سلامت قرارداد دارند، یعنی ۱۰ هزار و ۵۰۰ مطب پزشکی درحال ارسال آنلاین نسخه های پزشکی به این سازمان هستند. همچنین از مجموع حدود ۱۳ هزار داروخانه طرف قرارداد با سازمان بیمه سلامت، ۴ هزار و ۶۰۰ مورد درحال انجام نسخه پیچی های الکتریکی هستند.

در ادامه این گزارش آمده است که علاوه بر این، طرح نسخه الکترونیک در ۷۷ بیمارستان تامین اجتماعی، همه بیمارستان های تامین اجتماعی در تهران و بیش از ۳۰ مرکز سرپایی در سراسر کشور اجرایی شده و احراز هویت افراد بدون دفترچه و فقط از طریق کد ملی آنها انجام می شود. البته سازمان تامین اجتماعی اعلام کرده به دلیل مشکلاتی مانند نبود دارو در مراکز درمانی همچنان نیازمند استفاده از نسخه های دستی هستیم.

در مرداد امسال، ظاهر موهبتی، مدیر عامل سازمان بیمه سلامت در گفت و گو با «ایرنا» با اشاره به راه اندازی سامانه تبادل اسناد در بخش های غیر دولتی و خصوصی گفته بود: نسخه نویسی و نسخه پیچی الکترونیکی در بیمارستان ها توسط سامانه تبادل اسناد صورت می گیرد. این موضوع در همه بیمارستان ها به غیر از بیمارستان های دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی محقق شده است و امسال در نظر داریم در بخش غیر دولتی و بخش خصوصی سامانه تبادل اسناد را مستقر کنیم؛ وی افزود: خوب شیخانه نسخه نویسی و نسخه پیچی الکترونیکی در بخش دولتی ۱۰۰ درصد محقق شده است.

با آنکه در برنامه ششم توسعه مقرر شده بود تا در مدت دو سال اول اجرای قانون، نسبت به استقرار سامانه های پرونده الکترونیکی سلامت ایرانیان و نسخه پیچی الکترونیکی اقدام شود، اما هنوز این طرح کاملا اجرایی نشده و همچنان با اما و اگرهای زیادی همراه است. در شهریور ماه امسال، وزیر بهداشت در حکم انتصاب محمد مهدی ناصحی به عنوان مدیر جدید بیمه سلامت، مجدد اجرای طرح پرونده الکترونیکی و نسخه نویسی و نسخه پیچی الکترونیکی را مورد تاکید قرار داده و سازمان بیمه سلامت را موظف به تلاش حداکثری برای اجرای این طرح کرده است.

خطاهای پزشکی ناشی از بدخوانی نسخه ها، آرشیو جامع سوابق دارویی بیمار برای دسترسی تمامی پزشکان معالج فرد، صرفه جویی در هزینه ها و جلوگیری از قاچاق دارو طرح ریزی شده است.

کارشناسان این حوزه، نسخه الکترونیک را یکی از زیرساخت های ضروری در تحقق طرح سلامت الکترونیک می دانند. نسخه الکترونیکی در واقع به معنی مکانیزه شدن گردش کار نسخه، از زمان تشخیص تا زمان اعمال مداخلات درمانی اعم از دارو، آزمایش ها و امور پاراکلینیکی به منظور رساندن فرد به بهبودی و سلامت است.

داروخانه ها به عنوان یکی از نهادهای زیرمجموعه وزارت بهداشت و درمان، اکنون مکلفاند که داده های مربوط به نسخه ها و آمار داروهای مصرفی را در کنسول های مختلف برای وزارت خانه و بیمه های مختلف ارسال کنند و نهادهای تصمیم گیر، با استفاده از داده های حاصل به اطلاعات بسیاری اعم از میزان مصرف هر قلم دارو یا آمار مبتلایان به یک نوع بیماری مشخص دست پیدا می کنند. فارغ از مجبور شدن داروخانه ها برای به اشتراک گذاری مکرر و جداگانه داده ها با نهادهای مختلف به دلیل نبود سامانه ای واحد، این طرح ایرادات دیگری نیز دارد.

وجود این ایرادات اساسی نه تنها دقت آمارهای به دست آمده درباره بیماران و مصرف واقعی داروها را زیر سوال می برد، بلکه راه را برای سوء استفاده از داروها و فروش در بازارهای غیر قانونی باز می کند. زیرا با سیستم فعلی احتمال تهیه دارو از داروخانه با نسخه های نامعتبر و سپس امحای نسخه وجود دارد. در حالی که در صورت وجود پرونده سلامت کامل و آرشیو الکترونیکی نسخه ها، می توان صحت این امر را تایید کرد.

در کشورهای پیش رو در تحقق نظام سلامت الکترونیک، به جای مبنای قرار دادن داده های داروخانه ای، داده های ثبت شده توسط پزشک معالج فرد مبنای تصمیم گیری و آمارها قرار می گیرد. هر پزشک با ورود اطلاعات بیمار در سامانه ای یکپارچه، تمامی داده های مرتبط با بیماری فرد اعم از تشخیص صورت گرفته، درمان اتخاذ شده و داروهای موردنیاز برای وی را در این پرونده الکترونیک ثبت می کند.

طبری معتقد است چنین روندی مزایای چندگانه ای ایجاد می کند. از طرفی نهادهای تصمیم ساز به داده های محکم و قابل اتکا دسترسی دارند که با استفاده از آنها می توانند برآورد دقیقی از میزان نیاز و مصرف هر قلم دارو در کشور داشته و سرانه درمان هر بیمار را به دست آورند. از طرف دیگر خود بیمار با داشتن پرونده جامعی از روند بیماری، می تواند در موارد لازم ادعای بیماری خود را ثابت کند و از امتیازهای مختص درمان آن بیماری بهره مند شود. پزشکان نیز با دسترسی به تاریخچه کاملی از وضعیت سلامت بیمار

حوزه سلامت نیز می‌توان به علل ذکر شده اعم از ناهمانگی نهادها و فراهم نبودن زیرساخت‌های لازم اشاره کرد. شاهین طبری که خود مدیریت یکی از استارت‌آپ‌های فعال و موفق این حوزه را به عهده دارد در این باره می‌گوید: حقیقتاً استارت‌آپ‌های حوزه سلامت سردرگم هستند. به سمت هر سیاستی که می‌روند، آن سیاست تغییر می‌کند. از طرف دیگر سازمان‌های مسئول آنقدر درگیر مشکلات داخلی سازمان خود هستند که دغدغه‌ای برای ایجاد زیرساخت مناسب و کمک به بخش خصوصی برای مشارکت در حل این مشکل ندارند.

مهندی پورانی، مدیر عامل استارت‌آپ «پژشکت»، با اشاره به موانع پیش روی استارت‌آپ‌ها برای ارائه خدمات در نظام سلامت کشور می‌گوید: در حال حاضر از نظر فنی آمادگی پیاده‌سازی خدماتی مانند ویزیت آنلاین و نسخه‌نویسی الکترونیکی از طریق اپلیکیشن‌های مربوطه را داریم اما متناسفانه بسترها لازم برای اجرای طرح را در اختیار ما قرار نمی‌دهند. وی درباره موانع قانونی اجرای هر طرح نوآورانه در حوزه سلامت می‌گوید: اخذ مجوزها و روند رسیدگی به پرونده‌ها در وزارت بهداشت به قدری کند است که بعضی ماهها باید منتظر رسیدگی به درخواست مطرح شده باشیم و این با ذات فعالیت استارت‌آپی سازگار نیست.

وی معتقد است بوروکراسی‌ها و سنجاندازی‌های مدیران دولتی برای اعطای مجوز به استارت‌آپ‌های این حوزه به قدری زیاد است که باعث شده سرمایه‌گذاران استارت‌آپی نسبت به آینده صنعت «پژشکی از راه دور» (تله مدیسن)، چندان خوش‌بین نباشند و تمایل چندانی برای سرمایه‌گذاری در چنین استارت‌آپ‌هایی نشان ندهند. به همین روند جذب سرمایه برای استارت‌آپ‌های پژشکی بسیار دشوار شده است.

پورانی معتقد است برخی تصمیمات نسنجدیه مدیران و عدم همکاری نهادهای مختلف برای تحقق زیرساخت‌های لازم، باعث شده است که صنعت پژشکی از راه دور در کشور ما بسیار مغفول بماند. این در حالی است که استارت‌آپ‌های پژشکی در نقاط مختلف دنیا موفق به جذب سرمایه‌های چند ده میلیون دلاری می‌شوند.

آمارهای جهانی حاکی از آن است که در پی شیوع بیماری کرونا در ماههای اخیر، استقبال شرکت‌های سرمایه‌گذاری جسورانه به سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌های پژشکی از راه دور به میزان ۲۰۲۰ چشمگیری افزایش داشته است. در یک‌چهارم ابتدایی سال میلادی، میزان سرمایه‌گذاری جسورانه در استارت‌آپ‌های این حوزه ۷۸۸ میلیون دلار برآورد شده که حدوداً ۳ برابر سرمایه‌گذاری جسورانه ۲۲۰ میلیون دلاری این حوزه در مدت مشابه سال قبل بوده است.

منبع: دنیای اقتصاد

طبری که مدیریت استارت‌آپ مداریو (یکی از استارت‌آپ‌های حوزه نسخه‌نویسی الکترونیکی) را نیز به عهده دارد، درباره همکاری نهادهای دولتی با این استارت‌آپ می‌گوید: خوشبختانه در گام ابتدایی، بیمه سلامت ما را در صدور مجوزها و ایجاد دسترسی برای اتصال این استارت‌آپ به سامانه‌های مرکزی همراهی کرد، اما حقیقت امر این است که متناسفانه این نهاد شروع به رقابت با ما کرده است. این فعال استارت‌آپی می‌گوید: با وجود اینکه امکانات فراهم شده در سامانه ما نسبت به سامانه اصلی بیمه سلامت بسیار کامل‌تر است و خود آنها نیز به ارزش افزوده ایجاد شده از طریق سامانه ما برای پژشکان و بیماران مطلع‌اند، اما با رویکردی رقابتی، پژشکان را مجبوب به استفاده از کتسول خود می‌کنند.

وی می‌افزاید: به عنوان مثال در سامانه بیمه سلامت، اگر پژشک روز بعد بخواهد مجدداً نسخه‌ای برای یک بیمار مشخص بنویسد، سامانه هیچ تاریخچه‌ای از وضعیت پیشین بیمار و نسخه‌های قبلی صادر شده در اختیار وی قرار نمی‌دهد؛ درحالی که در سامانه ما تمام پرونده بیمار در دسترس است و پژشک به نسخه جدیدی صادر کند. طبری تأکید می‌کند: نهادهای مسئول همواره در حرف، از همکاری، تعامل و عدم رقابت صحبت می‌کنند ولی در عمل تا این لحظه همکاری چندانی نمی‌کنند. ولی در مجموع اینکه سامانه‌ای تحت عنوان سامانه نسخه الکترونیکی در کشور شکل گرفته که هم بیمه سلامت و هم تامین اجتماعی به آن متصل شده‌اند و چندین بیمه دیگر نیز گام‌های نهایی اتصال به این سامانه را طی می‌کنند، جای امیدواری بسیاری است.

استارت‌آپ‌های مغفول حوزه سلامت

فضای سلامت الکترونیک کشور محدود به این اقدامات دولتی نیست. در چند سال اخیر استارت‌آپ‌های زیادی به حوزه سلامت الکترونیک ورود کرده و هر کدام به تناسب امکانات موجود به ارائه خدمات در بخش‌هایی از این حوزه پرداختند. اما محدودیت زیرساخت‌ها راه پیشرفت را بر استارت‌آپ‌ها نیز بسته است و به‌واسطه فراهم نبودن ارتباطات با بخش‌های مختلف، امکان ارائه خدمات کاربردی چندانی وجود ندارد.

خدماتی که استارت‌آپ‌ها تا این لحظه ارائه می‌دهند محدود به خدماتی مانند رزرو نوبت آنلاین و مشاوره پژشکی آنلاین است. اما از آنجا که هنوز امکان صدور نسخه الکترونیکی وجود ندارد و ساختاری منسجم برای ارتباط بخش‌های مختلف اعم از بیمارستان‌ها، بیمه‌ها، داروخانه‌ها و... به یکدیگر شکل نگرفته است، امکان انجام ویزیت آنلاین و دریافت داروها بدون نیاز به حضور در داروخانه‌ها میسر نیست.

در تحلیل علل موفق نبودن فعالیت‌های استارت‌آپی کشور در



همه‌گیری ویروس کرونا و ظهور دیپلماسی اقتصادی دیجیتال

■ بهناز عظیمی؛ عضو شبکه پژوهشگران دفتر مطالعات دیپلماسی اقتصادی دانشگاه امام صادق (ع)

شیوع ویروس کرونا و اثرات آن بر تمامی حوزه‌ها بهویژه اقتصاد، بهره‌گیری از دیپلماسی دیجیتال را منشاء تحول شده است و نتیجه آن کنترل و شفافیت در امور اقتصادی است که در این دوران برای دولت و ذی‌نفعان آن فراهم می‌کند.

بودن در دیپلماسی با استفاده از فناوری‌های جدید ارتباطی که قلب دیپلماسی است و به تبع آن مذاکرات، نمایندگی‌ها و ارتباطات با توجه به اولویت ارتباطات در دیپلماسی، همه مسائلی هستند که دولت با آن مواجه است. دیجیتال شدن دیپلماسی در دوران کنونی امری جدانشدنی از ارتباطات جامعه جهانی است و با پیشرفت و توسعه دیپلماسی دیجیتال، دولت‌ها بخشنی از نگرانی‌ها در مورد محدودیت‌های ایجاد شده در دوره همه‌گیری کرونا را پشت سر خواهند گذاشت. در بیانی کوتاه دیپلماسی دیجیتال به مفهوم دیجیتالی کردن فعالیت‌های مختلفی است که زیر چتر دیپلماسی انجام می‌شود؛ از جمله دیپلماسی سیاسی، دیپلماسی عمومی، دیپلماسی اقتصادی، همراه با طیف وسیعی از دیگر دیپلماسی‌ها و ما در موقعیت دیپلماسی دیجیتال با تحولات مختلفی روبرو هستیم. تغییر و انطباق تدریجی در چارچوب‌ها و اصول موجود در الگوهای رفتاری، هنجارها و قوانین پذیرفته شده؛ به گونه‌ای که دیپلماسی کاملاً متفاوت به نظر می‌رسد. اما با نگاهی به شرایطی که کووید ۱۹ ایجاد کرده است، نقش نهادهای دولتی در انتقال اطلاعات کارآمد و به روزرسانی درمورد شرایط قرنطینه، قوانین و مقررات جدید، آزمایش‌های تایید شده، مجوزهای رفت‌وآمدگاهی داخلی

در حال حاضر شرایط و عملکرد جامعه جهانی در مواجه با ویروس همه‌گیر کرونا باعث ایجاد ناپایداری و عدم اطمینان در کلیه مشاغل و فعالیت‌ها در سراسر جهان شده است که این عدم اطمینان ما را به این تفکر می‌برد که چگونه می‌توان همچنان فعالیت‌های ارزشمندی را که در گذشته انجام می‌دادیم با وجود شرایط فعلی ادامه دهیم. چگونه دیپلماسی که قلب حفظ کانال‌های ارتباطی، تقویت روابط، افزایش همکاری در جهت مقاصد و اهداف مشترک است را تکامل بخسیم؛ مخصوصاً وقتی که دیپلماسی بدون تردید با دستدادن و تقسیم یک فنچان و چای و گفتمان رودررو راحت‌تر خواهد بود! اما کرونا با ایجاد فضای فاصله‌های اجتماعی و دورکاری و کاهش روابط فیزیکی، ما را با فرصت‌های دیجیتال و دیپلماسی دیجیتال آشنا خواهد کرد.

دیپلماسی دیجیتال

دیپلماسی به تغییر در فضای بین‌المللی و داخلی پاسخ می‌دهد. در مرکز اصلی قدرت و در شخصیت جوامع در داخل و خارج از کشور، دیپلماسی یک نهاد اجتماعی است که بیشتر از همیشه حتی از اوایل قرن ۲۱ قابلیت تاثیرگذاری دارد. امروزه در مواجهه با تحول سریع جامعه، دولت‌ها کار سختی پیش رو دارند. به روز

و بین‌المللی و بسیاری مسائل دیگر به مردم، مزایای بهره‌مندی از دیپلماسی دیجیتال را بر جسته‌تر کرده است. همچنین دیجیتال‌سازی مدتی است که در کنار رسانه‌های اجتماعی در حال پیشرفت است و این امر در مورد دیپلماسی سیاسی و عمومی چشمگیرتر است؛ در حالی که در دیپلماسی اقتصادی تازه شروع به کار کرده است. به واسطه رسانه‌های اجتماعی دولت‌ها نیز از طریق نمایندگان، موسسات، سفارتخانه‌ها و غیره ارتباط مستقیم خود را با مردم آغاز می‌کنند و به مخاطبان بسیار گسترده‌تری نسبت به قبل دسترسی دارند.

دیپلماسی اقتصادی دیجیتال

در حالی که طی ۲۰ سال گذشته بسیاری از ابزارهای دیجیتال ظهور کرده‌اند که می‌توانند تجارت و کسب‌وکارها را تسهیل کنند اما این امر همچنان به طور سنتی باقی‌مانده است و جلسات تجاری دوچاره به صورت حضوری ادامه داشته و مأموریت‌های تجاری ریشه در کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌های فیزیکی دارند و اکثر ابزارهای دولتی که از توسعه تجارت، بین‌المللی سازی و صادرات پشتیبانی می‌کنند، ماهیت فیزیکی خود را همچنان حفظ کرده‌اند. با این وجود، ایران نیز مانند بسیاری از مناطق دیگر جهان در وضعیت کنونی دارای دیپلماسی اقتصادی آماده اختلال بود و هیچ‌چیز نمی‌توانست مزاحمت و اختلال آورتر از بیماری کووید ۱۹ برای آن بوده باشد؛ بنابراین این که چگونه دیپلماسی اقتصادی را تکامل بخشیم سوال پیچیده‌ای است؛ به ویژه در این اوضاع آشفته که مردم، مشاغل و کل دنیا برای راهنمایی و رهبری دنباله‌روی برنامه‌های دولت‌های خود هستند.

نتیجه

در پایان درک این نکته مهم است که بعد است هرگز دیپلماسی دیجیتال جای دیپلماسی به معنای متعارف آن را بگیرد و گفت و گوهای حضوری بعد از دوران همه‌گیری ادامه خواهد داشت. با این حال دیپلماسی دیجیتال قادر به توضیح اینکه چرا یک تصمیم خاص گرفته شده، چه نتیجه‌ای می‌دهد و چگونه روند سیاست خارجی را تحت تاثیر قرار می‌دهد خواهد بود و این به معنای دسترسی عمومی به نتایج دیپلماسی مرسوم است. تغییرات دیجیتال امکان شفافیت، پاسخگویی و دسترسی بیشتر را فراهم کرده است و مردم و دولت ساده‌تر از قبل می‌توانند با یکدیگر در تعامل باشند؛ بنابراین تجارت و کسب‌وکار اقتصادی نیز که ستون پایداری و انسجام یک دولت و ملت است، با ایجاد تغییرات دیجیتال می‌تواند مفهوم ارتباطات اقتصادی را دچار تحول کند و کنترل و شفافیت در امور اقتصادی در این دوران تاریک را برای دولت و ذی‌نفعان آن فراهم کند.

منبع: ایسنا

دولت ایران می‌باشد همان‌طور که مشاغل و سازمان‌ها در سطح جهانی تنظیم می‌شوند، مدل‌های تجاري خود را دوباره ارزیابی می‌کنند و برای جهانی پس از کرونا آماده می‌شوند، خود را برای مواجه با چالش‌های پیشرو و ارزیابی‌های جدید آماده کند. یکی از حوزه‌های مهم سیاست‌گذاری در این دوره به سیاست‌های رقابتی در اقتصاد دیجیتال اختصاص دارد. در این فرایند شناخت ویژگی بازارهای اقتصادی دیجیتالی و نحوه تاثیر آنها بر طراحی سیاست رقابتی از مباحث اساسی و موثر در توسعه اقتصاد دیجیتال است؛ بنابراین توسعه زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری و سیاست‌های مرتبط با آن نیز نقش بسزایی در استقرار اقتصاد دیجیتال ایفا خواهد کرد. علاوه بر اینها برای رسیدن به اهداف دیپلماسی در دوران همه‌گیری، توجه به پاره‌ای از مسائل می‌تواند دولت‌ها و نهادهای اقتصادی را در رسیدن به توسعه اقتصاد دیجیتال نزدیک‌تر کند.

سناریوهای حکمرانی فضای مجازی در هندوستان چیست؟

کشور هندوستان از کشورهای پیشرو در تجارت الکترونیک به شمار می‌رود. در این گزارش به توضیح شیوه حکمرانی هندوستان در فضای مجازی می‌پردازیم.

هندر مخالف سرسخت ارزهای دیجیتال

هندر زمینه ارزهای دیجیتال جزو مخالفان سرسخت است. دولت فدرال هند لایحه جدیدی را با موضوع منوعیت ارزهای دیجیتال در دستور کار خود قرار داده که این لایحه برای تصویب نهایی باید تسلیم پارلمان هند شود. هند در نظر دارد قانونی را اجرا کند در آن منوعیت معاملات ارزهای دیجیتال نسبت به قانون بانک مرکزی این کشور در سال ۲۰۱۸ با سختگیری بیشتری مواجه خواهد شد. طبق این پیش‌نویس، هر کس که معامله‌ای مرتبط با ارزهای دیجیتال انجام دهد تا ۲۰۵۰ روپیه جریمه یا محکوم به ۱۰ سال حبس می‌شود.

«پرونده حکمرانی فضای مجازی»؛ یکی از کشورهای پیشرو در اقتصاد فضای مجازی هندوستان است. سرویس اینترنت برای اولین بار در تاریخ ۱۵ اوت ۱۹۹۵ توسط شرکت دولتی خدمات ارتباطی (VSNL) در کشور هند راهاندازی شد. در سال ۲۰۱۸ کاربران اینترنت ۴۱ درصد از کل جمعیت کشور را شامل می‌شد و این کشور ۵۱ درصد رشد در تجارت الکترونیک را تجربه کرد. اقتصاد دیجیتال در سال ۲۰۱۸، هشت درصد از حجم تولید ناخالص داخلی اسمی این کشور به میزان ۲۰۰ میلیارد دلار را شامل شده است.

نهاد مسئول حکمرانی فضای مجازی در هند

نهاد اصلی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات در هند وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات بود. در این سال، این وزارتخانه به دو وزارتخانه مجزا تقسیم شد: وزارت الکترونیک و فناوری اطلاعات و وزارت ارتباطات. تعیین سیاست‌ها در حوزه فناوری اطلاعات، الکترونیک، اینترنت، مباحث مربوط به دولت الکترونیک، تجارت الکترونیک و امنیت فضای مجازی به عهده وزارت الکترونیک و فناوری اطلاعات است. توسعه زیرساخت‌ها، مجوزدهی به فراممکنندگان خدمات اینترنت و تلفن همراه و همچنین مدیریت طیف فرکانسی توسط وزارت ارتباطات انجام می‌شود.

اهداف و مأموریت‌های حکمرانی فضای مجازی هندوستان

طبق آخرین نسخه سند ملی ارتباطات دیجیتال اهداف و مأموریت‌های مختلفی برای حکمرانی فضای مجازی در هند تعریف شده است که از جمله می‌توان به این موارد اشاره کرد:

۱. ایجاد زیرساخت ارتباطات دیجیتال پهن باند به عنوان ابزاری برای توسعه اجتماعی اقتصادی
۲. توانمندسازی فناوری‌ها و خدمات نسل جدید از طریق سرمایه‌گذاری، نوآوری و حقوق مالکیت فکری برای بهره‌گرفتن از فناوری‌های دیجیتال مثل اینترنت نسل پنجم، هوش مصنوعی، کلان داده و ...
۳. تضمین مالکیت سرزمینی، ایمنی و امنیت ارتباطات دیجیتال با هدف حفظ منافع شهروندان و حفاظت از مالکیت سرزمینی کشور
۴. ایجاد ۴ میلیون شغل جدید در حوزه ارتباطات دیجیتال
۵. تقویت مشارکت هند در زنجیره‌های ارزش جهانی

سناریوهای حکمرانی فضای مجازی هند

سناریوهای حکمرانی فضای مجازی کشور هند را می‌توان در موارد زیر دانست:

۱. تأکید بر استقلال نهاد تنظیم‌گر از دولت
۲. توجه به موضوع تعارض منافع در خصوص اعضای نهاد تنظیم‌گر
۳. رویکرد اقتصادی و تلاش برای ایجاد شغل و افزایش نقش فناوری ارتباطات در تولید ناخالص داخلی
۴. طراحی پلتفرم دولت الکترونیک
۵. توجه به امنیت فضای مجازی و حفظ حاکمیت سرزمینی دیجیتال
۶. حوزه‌های فیلترینگ و تعقیب قضایی: محتواهای جدایی طلبانه، سایتهای متسبب به افراط گرایان، پورنوگرافی، سایتهای ناقض حق تالیف
۷. حضور فعال در IGF (جمع‌جهانی اینترنت)

منبع: تسنیم



وضعیت استرالیا در دسترسی به اینترنت و الکترونیک

استرالیا از کشورهایی است که می‌توان در زمرة کشور پیشرو در حاکمیت فضای مجازی دانست و توجه ویژه این کشور به توسعه صنعت امنیت بیش از دیگر موارد به چشم می‌خورد.

استرالیا را می‌توان از کشورهای پیشرو در حکمرانی فضای مجازی دانست. در این گزارش به سیاست‌های حاکمیتی استرالیا در فضای مجازی می‌پردازیم.

و در واقع ۶۹ درصد از جمعیت این کشور را در بر می‌گیرد. طبق آمارهای سال ۲۰۱۸، ۹۰ درصد از کاربران استرالیایی به طور مستقیم از تلفن‌های هوشمند استفاده کرده‌اند و ۵۷ درصد از جستجوهای انجام شده در گوگل از طریق تلفن‌های همراه است.

وضعیت استرالیا در دسترسی به اینترنت و الکترونیک

از لحاظ دسترسی به اینترنت، استرالیا در میان ۱۵ کشور در رده هفتم قرار دارد. در سال ۲۰۱۷ تقریباً ۸۶ درصد از جمعیت استرالیا، توانایی دسترسی به اینترنت داشته‌اند. هر چند این رقم نشان‌دهنده افزایش قابل توجه دسترسی به اینترنت طی یک دهه گذشته است، اما همچنان نسبت به جمعیتی که قابلیت دسترسی به یک اتصال اساسی را دارند در کشورهایی همچون کره جنوبی کمتر است. در بخش الکترونیک با توجه به بازارهای بالقوه و توسعه‌یافته، کشور استرالیا در بخش تجارت الکترونیک، در میان ۱۴ کشور، جایگاه هفتم در سال ۲۰۱۵ را کسب کرده است. این در حالی است که ایالات متحده امریکا، بریتانیا و ژاپن توانسته‌اند در صدر فعالیت‌های مربوط به تجارت الکترونیک قرار بگیرند.

استرالیا از کشورهایی است که می‌توان در زمرة کشور پیشرو در حاکمیت فضای مجازی دانست و توجه ویژه این کشور به توسعه صنعت امنیت بیش از دیگر موارد به چشم می‌خورد و در همین زمینه کارهایی چون تسهیل دسترسی آموزشی برای مردم استرالیا و تأکید بر تربیت نیروهای خبره در ابعاد مختلف فضای مجازی و بهخصوص در حوزه امنیت، نشان از عزم جدی این کشور برای مطرح شدن به عنوان پرچمداری این حوزه بوده است.

وجود ۲۲ میلیون نفر کاربر اینترنت در استرالیا

بر اساس آمارهای به دست آمده در سال ۲۰۱۹، حدود ۲۲ میلیون نفر کاربر اینترنتی در استرالیا وجود دارد که این تعداد، حدود ۸۷ درصد از جمعیت استرالیا را تشکیل می‌دهد. از میان کاربران اینترنتی، ۹۳ درصد از آنها هر روز اینترنت استفاده می‌کنند. به طور میانگین در استرالیا افراد روزانه به مدت ۵ ساعت و نیم از وقت خود را با استفاده از اینترنت به تماشای ویدئو، پخش موسیقی و همچنین در شبکه‌های اجتماعی سپری می‌کنند.

در حال حاضر شبکه‌های اجتماعی ۱۸ میلیون کاربر دارند

حضور فعال در مجتمع و قراردادهای بین‌المللی شامل سازمان تجارت جهانی، قراردادهای تجارت آزاد، سازمان همکاری‌های اقتصادی آسیا اقیانوسیه و سازمان همکاری و توسعه اقتصادی از جمله اقدامات موثر استرالیا در حوزه دیپلماسی خارجی بوده که مکمل مناسبی برای دیگر فعالیت‌های این کشور در حوزه فضای مجازی بوده است.

دولتی بودن شبکه ملی پهنای باند

شرکت NBN یک شرکت تجاری دولتی است که کاملاً متعلق به دولت استرالیا است. این شرکت، موظف به برنامه‌ریزی، راندازی و اداره شبکه پهنای باند ملی استرالیا است تا دسترسی به پهنای باند سریع برای همه مردم استرالیا فراهم باشد. وزارت ارتباطات و فرهنگ استرالیا در رابطه با عواملی که بر شبکه ملی پهنای باند تأثیرگذار هستند، همانند تأثیرات منطقه‌ای و کلان‌شهری استرالیا، چارچوب‌ها و الزامات قانونی، نظراتی و مالی و روندهای بازار و تحولات بخش‌ها، به دولت استرالیا مشاوره می‌دهد. علاوه بر این وزارت ارتباطات و فرهنگ با همراهی وزارت دارایی، دولت استرالیا را نسبت به ظرفیت خود در سهامداری شرکت NBN مطلع کرده است.

حجم صادرات استرالیا در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات بر اساس داده‌های موجود بین‌المللی از سوی سازمان تجارت جهانی، در بخش صادرات خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات، استرالیا در سال ۲۰۱۶ رتبه ۱۳ را در میان ۱۶ کشور دارا بوده است. صادرات خدمات بخش فناوری اطلاعات و ارتباطات در حدود ۱.۳ درصد از کل صادرات معادل ارزش دلاری ۲.۵ میلیارد را شامل می‌شود. همچنین صادرات خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات در سال‌های اخیر با رشد مواجه بوده و در سال ۲۰۱۷ به ارزشی بالغ بر ۳.۲ میلیارد دلار رسیده است.

منبع: تسنیم

رتبه سوم استرالیا در حوزه امنیت سایبری

بر اساس شاخص جهانی امنیت سایبری در سال ۲۰۱۷ در میان ۱۶ کشور، استرالیا از نظر توانایی‌ها و چارچوب مربوط به فضای مجازی در رده سوم قرار دارد، رتبه‌ای که طی چند سال گذشته نسبتاً بدون تغییر مانده است. بر اساس این شاخص، کشورهای سنگاپور و ایالات متحده آمریکا بالاتر از استرالیا قرار دارند. در این ارزیابی، استرالیا از نظر مهارت‌های فنی مرتبط با امنیت اطلاعات، داشتن یک چارچوب قانونی قدرتمند در زمینه جرائم سایبری و ایجاد ظرفیت از طریق تحقیق و آموزش نسبتاً خوب عمل کرده است.

رهبری و هدایت جهانی در زمینه امنیت سایبری یک فرصت اقتصادی مهم را نشان می‌دهد. تحقیقات قبلی نشان داده است که تمرکز بیشتر بر امنیت سایبری در سراسر اقتصاد استرالیا می‌تواند منجر به افزایش ۵ و نیم درصدی سرمایه‌گذاری در تجارت، افزایش ۲ درصدی دستمزدها و اشتغال ۶۰ هزار نفر در سال ۲۰۳۰ شود. اجرای پروژه پهن باند در استرالیا در راستای توسعه اینترنت ملی

اجرای پروژه پهن باند استرالیا به منظور توسعه اینترنت ملی، کمک به کسب‌وکارهای نوپا با سیاست‌های حمایتی نظری داده باز و آشنا ساختن مردم استرالیا برای استفاده از فناوری‌های نوین به منظور مشارکت در اقتصاد مدرن، تسهیل دسترسی آموزشی برای مردم استرالیا، تأکید بر تربیت نیروهای خبره در ابعاد مختلف فضای مجازی و توجه ویژه به توسعه دولت دیجیتال، قطعات پازل است که استرالیا در طی زمان به خوبی سعی در کنار هم قرار دادن آنها به منظور دنباله‌روی هوشمندانه از تحولات دیجیتالی جهان داشته است. از سوی دیگر، تأکید و سرمایه‌گذاری در جهت پیشرو بودن در تدوین قوانین و استانداردهای بین‌المللی حوزه دیجیتال و مشارکت ذی‌ربطان در سیاستگذاری و تنظیم‌گری، سبب همراهی و همدلی هر چه بیشتر بخش خصوصی با حکومت استرالیا برای تسریع هر چه بیشتر این روند رشد بوده است.

پایگاه خبری و اخلاقی رسانی

 elececo
اقتصاد الکترونیکی

www.elececo.ir

مارکارشکه‌های اجتماعی دنیا کنند



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

به روزترین عقاید و گزارش‌ها و آخرین اخبار
دولت الکترونیک و
شبکه ملی اطلاعات

ملحقه
 اقتصاد دیجیتال
www.DigitEco.ir

جهت ارسال مقاله، گزارش و خبر: تلگرام و اتساب: ۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵
شماره مستقیم سردبیر: ۰۹۱۲۷۸۹۴۰۶

بانکداری دیجیتال نیازمند تصمیمات جسورانه حاکمیتی است

■ لیلا فریدارس

ناظران بازارهای پولی و مالی ایران دارای رفتارهای ناهمانگی در بهروزرسانی سیستم‌های خود دارند از طرفی بازار سرمایه با پذیرش هرگونه رسیکی اقدام به احراز هویت دیجیتالی خود از طریق سامانه سجام می‌کند اما بانک مرکزی تاکنون اجازه چنین کاری را به بانک‌ها نداده و به لحاظ امنیتی به سیستم‌های بانک‌ها اعتماد ندارد این در حالی است که برخی از بانک‌ها به لحاظ سخت‌افزاری و نرم‌افزاری این توانایی را دارد که احراز هویت دیجیتالی را عملیاتی کنند.

چند ماهی است که احراز هویت در بازار سرمایه از طریق حضوری و دیجیتالی در جریان است.

در واقع، احراز هویت حضوری در ابتدا از طریق دفاتر پیشخوان انجام می‌گرفت، اما ازدحام مردم در مقابل دفاتر پیشخوان چنان بالا بود که تصمیم گرفته شد که این احراز از طریق شعب برخی از بانک‌ها مانند بانک آینده، بانک کشاورزی، بانک صادرات، بانک شهر، بانک سپه، بانک پارسیان و موسسه ملی انجام شود که مشتری با در دست داشتن اصل و فتوکپی کارت ملی، اصل و فتوکپی شناسنامه، فتوکپی آخرین مدرک تحصیلی (اختیاری)، شماره حساب و اطلاعات بانکی ثبت‌نام کننده و آدرس و مشخصات پستی ثبت‌نام کننده اقدام به دریافت احراز نامه هویتی می‌کرد.

اما باز شلوغی و ازدحام برای کسب احراز هویت از طریق امکان حضوری سبب شد تا دست‌اندرکاران امر، احراز هویت از طریق سیستم دیجیتالی را در دستور کار خود قرار دهند که این کار از طریق اپلیکیشن‌های احراز هویت و برای اشخاص حقیقی ایرانی و افراد بالای ۱۸ سال است، در حال اجراست.

نحوه دریافت احراز هویت دیجیتالی در سامانه سجام

در ابتدا با ثبت‌نام در سامانه سجام، اطلاعات شناسنامه‌ای و بانکی به صورت الکترونیکی وارد سیستم شده و از طریق ثبت‌احوال، سامانه‌ی بانکی کشور و سایر ارگان‌های رسمی تصدیق این داده تایید می‌شود در مرحله بعد رمز یکبار مصرف برای فرد ارسال شده و فرد می‌تواند وارد سیستم شده و اطلاعات شخصی و مدارک خود اعم از عکس، تصویر کارت ملی اطلاعات فردی و هویتی و بانکی را بررسی کند و در صورت خطابودن اقدام کند. یکی از مراحلی که باید فرد انجام دهد این است که متقاضی باید یک فیلم سلفی گرفته و متنی که به صورت تصادفی برای او ظاهر می‌شود را خوانده و یک امضای الکترونیکی انجام داده و به سجام ارسال کند. همه این امکان حضور فیزیکی افراد انجام شده و در هر ساعت از روز که بار ترافیکی پایینی دارد امکان پذیر است.

چرا بانک‌ها وارد این سیستم نشدند؟

همه این موارد برای دریافت کد بورسی یا به اصطلاح افتتاح حساب کاربری در سازمان بورس به منظور سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه انجام می‌شود اما همین روش افتتاح حساب در بانک‌ها امکان‌پذیر نبوده و بانک مرکزی چنین اجازه‌ای را به بانک‌ها نداده است. این در حالی است که بانک‌ها به لحاظ سخت‌افزاری و نرم‌افزاری این امکانات را داشته و خود را برای این کار آماده کرده‌اند.

تناقض حاکمیتی در رگولاتورهای ایران

علت این تفاق نداشتن بانک مرکزی برای کسب احراز هویت دیجیتالی به هراس بانک مرکزی از سلامت این روش است، اما این سوال مطرح است که شاید بانک‌ها به عنوان مهم‌ترین، بزرگ‌ترین و شاید تنها قلک مطمئن شهروندان جامعه باشند و حساسیت پیرامون آن بالا باشد، اما دانستن این نکته نیز ضروری است تا یادآوری شود که ارزش بازار سرمایه بالغ بر ۶۰ هزار میلیارد ریال است که رقمی بزرگی و حجمی است که اختلال و هرگونه حفره امنیتی در آن می‌تواند فاجعه بزرگی برای مسائل امنیتی کشور ایجاد کند اما رگولاتورهای دخیل در این مسئله مجوز احراز هویت دیجیتالی آن را صادر کردن اما همان رگولاتور برای بانک‌ها صلاح ندانسته و به بانک‌های خود اعتماد لازم را ندارد.

نگاه مثبت بانک‌ها به احراز هویت دیجیتالی

نکته این جاست که آیا بانک‌ها هم با این مسئله مشکل دارند یعنی موافق نیستند که احراز هویت دیجیتالی در بانک‌ها صورت گیرد یا موافق هستند؟ بانک‌های خصوصی در این راه گام‌های بزرگی برداشتند و به لحاظ سخت‌افزاری و نرم‌افزاری تمامی شرایط را مهیا کرده‌اند چرا که سیستم احراز هویت دیجیتالی با پیچیدگی بالای برخوردار نبوده و تنها مسئله امنیت در آن مطرح است که بانک‌ها با درک درست به این مسئله حفره‌های آن را پوشانده‌اند.

درنهایت

شاید مدیران بانک مرکزی با داشتن نگاهی رسیک‌پذیر همانند مدیران بازار سرمایه بتوانند شرایط دیجیتالی احراز هویت را در بانک‌ها مهیا کرده و هم‌زمان امضای دیجیتالی رانیز در بانک‌ها راه‌اندازی کنند و این نگاه تناقض آلد رگولاتورهای پولی و مالی ایران می‌تواند سبب پسرفت سیستم‌های پولی و مالی کشور شود.

منبع: بانکداری ایرانی



فرایند «نئوبانکی شدن» و «حذف کارت‌های بانکی»

حذف فیزیکی کارت‌های بانکی توسط بانک مرکزی حرکتی بهسوی نئوبانکی شدن می‌باشد در این راستا محرمان معاعون بانک مرکزی مهرماه امسال در برنامه‌ای تلویزیونی اعلام کرد: نئوبانک‌ها (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 این‌نده داشته باشیم.

به گفته معاعون بانک مرکزی در دنیا و نیز در ایران راه حل فنی می‌کند؟ احمد سلمانی آراني، مدیرعامل شرکت رایانه خدمات امید در باره این فرایند گفت: زندگی در عصر دیجیتال این مهم را می‌پذیرد که بانک‌ها نیز به سمت بانکداری دیجیتال حرکت نمایند و استراتژی و برنامه‌ریزی‌های خود را هم پای سایر صنایع در مسی تحول دیجیتال قرار دهند.

با توجه به بانک محور بودن و وابستگی سایر صنایع به بانک‌ها، این حرکت تحولی برای بانک‌های است که امری اجتناب‌ناپذیر می‌باشد از طرفی هنوز در کشور یک بانک مستقل تمام آنلاین و دیجیتال در بخش خردۀ فروشی تشکیل نشده تا بتواند به صورت مستقل و با ارائه خدمات بانکی و ایجاد حساب برای کاربران، خدمات بانکی را به تمامی اقشار از جمله ساکنان روستاهای و مناطق محروم ارائه دهد.

از این رو "معاعون فناوری‌های نوین بانک مرکزی اعلام کرد ایران بهزودی به جمع کشورهای میزبان نئوبانک‌ها خواهد پیوست و تلاش می‌کنیم در سال ۱۳۹۹ یا ۱۴۰۰ یک تا دونه بانک در کشور داشته باشیم". این مطلب نشانه خوبی می‌باشد و نیاز است تا در کنار بانک مرکزی، سایر شرکای کلیدی نیز همراهی و همکاری لازم را جهت تحقق اجرای این موضوع داشته باشند.

برای تجمیع کارت‌های بانکی بر روی یک فضا در دسترس است اما مسئله عمده مسائل کسب‌وکاری و حقوقی است که مانع از این امر می‌شود. به دنبال پروژه‌ای هستیم که به‌واسطه آن فیزیکی کارت حذف شود. به این ترتیب کارت بانکی بر اساس استانداردهای بین‌المللی بر روی موبایل قرار می‌گیرد و دیگر نیازی به حمل کارت نیست.

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

چالش‌های احتمالی «نئوبانکی شدن»

حال در این گزارش می‌خواهیم به این پردازیم که آیا نئوبانکی شدن هم مانند دیجیتالی شدن بانکداری ایران آیا شاهد چالش‌ها و مشکلاتی خواهد بود یا خیر؟ و اینکه آیا دوسال زمان مناسبی برای ساخت زیرساخت‌های این بانکداری است؟ آیا با همین شبکه پرداخت و بدون کارمزد این کار شدنی است و این موضوع بانک‌ها را دچار مشکل نمی‌کند؟ مزیت‌های حذف کارت‌های بانکی در چیست؟ حذف کارت‌های بانکی چه کمکی به مشتریان و بانک‌ها

الزامات اجرای «نئوبانکی» شدن!

وی در ادامه اجرا و راهاندازی نئوبانک‌ها در کشور را نیازمند

کارت‌های بانکی را مطلوب ارزیابی نکرد و نیاز فرهنگ‌سازی و ایجاد بستر مناسب دانست.

وی یادآور شد: از این رو خوشبختانه بانک مرکزی از گذشته در در صدد حذف فیزیکی کارت‌های بانکی است تا اطلاعات مشتریان بروی موبایل قرار گرفته و دیگر نیازی به حمل فیزیکی کارت نباشد این طرح راه حلی برای جلوگیری از فعالیت سودجویان و کلاهبرداران و حفظ مسئولیت اجتماعی بانک‌ها می‌توان برای مشتریان پس از کرونا می‌باشد؛ لذا با کمک نیوبانک‌ها می‌توان برای مشتریان علاوه بر استفاده از محیط‌های کیف پول بانکی و بدون کارت هم‌زمان امکان دریافت کارت فیزیکی از طریق کیوسک‌های مستقر در سطح شهرها و پاساژ را نیز فراهم کرد تا مشتری بر اساس نوع رفتار و سلیقه خود خدمات لازم را دریافت نماید.

نقش رگولاتورها در آماده‌سازی فضای مناسب برای فرایند «نیوبانکی» و حذف کارت‌های بانکی

استفاده از تکنولوژی‌های دیجیتال برای پیاده‌سازی محصولات با توانایی تحول تجربه مشتری نیازمند بهره‌برداری از فناوری‌های نظری هوش مصنوعی می‌باشد که باعث افزایش سرعت، کیفیت سرویس، شناسایی موارد متقابلانه و تخلف و کاهش مداخلات انسانی و به دنبال آن کاهش فساد خواهد بود. از این رو با توجه به افزایش داده‌ها و اطلاعات نیاز به کنترل بیشتر برای حضور رگ تک‌ها و نرم‌افزارهای هوشمند جدید قابل تکمیل و استفاده برای تمامی بازیگران اکوسیستم موردنظر می‌باشد.

نقش تاثیرگذاری رگولاتورها در آماده‌سازی فضای حضور نیوبانک‌ها به گذشته بر می‌گردد که برای تاسیس بانک‌های مجازی در سال ۱۳۹۰ اقدام نمودند که هرچند تاکنون این مهم به سرانجام نرسیده است.

از طرفی نقش فرهنگ در تحول ارائه خدمات به مشتریان در قبال حفاظت و کنترل از دارایی‌های مالی، الکترونیکی و دیجیتالی شده به شدت احساس می‌گردد زیرا دسترسی تمامی اقسام از جمله ساکنان روستاهای و مناطق محروم به خدمات مالی سهولت پیدا کرده و این جذب اعتماد مشتریان را در پی دارد زیرا می‌دانیم که با ظهور کسب و کارهای فین‌تکی که به علت عدم مواجه با پیچیدگی روندها و ساختار بزرگ بانک‌های سنتی می‌توانند در بیشترین سرعت ممکنه به ارائه خدمات به مشتریان پردازد با چالش‌های جدید روبرو خواهند شد که نیازمند آموزش کار کردن در بانک‌های مجازی به کارکنان سازمانها و فرهنگ‌سازی استفاده از آن به مشتریان می‌باشد.

منبع: سرمد نیوز

زیرساخت‌های نرم‌افزاری و ساخت افزاری؛ قانون گذاری‌های جدید، فرهنگ‌سازی و عملیات اجرایی دانست و افزود: از جمله زیرساخت‌های فناوری استفاده از تکنولوژی‌های تحلیل داده، یادگیری ماشین، هوش مصنوعی و کلان داده می‌باشد؛ پیاده‌سازی این تکنولوژی‌ها در یک بانک جدید نیازمند زیرساخت‌های ساخت افزاری و ارتباطی همانند زیرساخت موبایل همراه با اخذ مجوزهای مربوطه؛ توسعه بسترها ۵G، تهیه بسترها خدمات رایانش ابری و تهیه و توسعه خدمات برنامه‌ریزی منابع سازمان در تمام لایه‌های فرات، میدل و بکاند هر نیوبانک می‌باشد که با استفاده از این امکانات در کنار ایجاد توسعه بسترها قانونی لازم همانند تصمیم اخیر شورای عالی مبارزه با پول‌شویی پس از شیوع بیماری کرونا در کشور که امکان احراز هویت مجازی افراد را برای موسسات مالی و بانکی فراهم ساخت این امکان را برای ایجاد تحول تجربه مشتریان در استفاده از نوعی جدید از خدمات بانکی بر بسترها موبایل شاهد بود.

سلمانی آرائی خاطرنشان کرد: هدف از ایجاد نیوبانک‌ها ارائه خدمات بانکی به نسل‌های Z و همچنین سایر مشتریانی که نسبت به استفاده از این مدل از بانکداری علاقه‌مند شده‌اند از این رو این امکان نیاز است فراهم شود که با ایجاد سرویس‌های ارزش افزوده و خدمات و سرویس‌های دیجیتال نسبت به دریافت کارمزدهای درآمدی غیر مشاع حرکت کرده و از محل ظرفیت حاصل شده از تعداد بالای کارت‌خوان‌ها و کارت‌های صادره در کشور نسبت به درآمدزایی‌های حوزه پرداخت چشم دوخت و با ارائه سرویس‌های بانکی همانند سرویس‌های اعتباری، ضمانت‌نامه‌ای؛ ارزی و ... نسبت به بهره‌برداری از درآمدهای حاصل از این حوزه متفق گردید.

اصلاحات موردنیاز نظام پرداخت‌ها، مقررات کیف پول در کشور مصوب و ابلاغ شده است و شرکت‌ها برای کیف پول نیاز به دریافت مجوز از بانک مرکزی ندارند، کیف پول‌ها می‌توانند داشته باشند، از جمله ظرف ۶ ماه تعامل‌پذیری نیازمندی‌های مقرراتی برای این بخش از سرویس‌های نیوبانک‌ها و سایر بانک‌ها می‌باشند.

مدیر عامل شرکت امید حذف یکباره





پلتفرم بانکداری دیجیتال یکی از ملزومات تحول دیجیتال

■ مسعود خرقانی، معاون فناوری اطلاعات شرکت مهندسی صنایع یاس ارغوانی

صنعت بانکداری دوره تحول بی سابقه‌ای را پشت سر می‌گذارد. در دنیای امروز بانک‌ها سخت در حال تلاش برای دیجیتالی کردن خدمات، محصولات و فرایندهای خود هستند تا به کمک استفاده از داده‌های موجود به روش معنی‌دارتر از گذشته، تجربه مشتریان خود را بهبود بخشنند.

با این حال، اطمینان از زنده ماندن در بازاری که به سرعت در حال تغییر است و در جایی که رقابت از سوی شرکت‌های فین‌تک و غول‌های فناوری در حال افزایش است، یکی از مهم‌ترین چالش‌ها را برای بانک‌ها به وجود آورده است. برای بقا در شرایط رقابتی امروز، بانک‌ها باید ضمن پیش‌بینی نیازهای مشتریان خود، خدماتی سریع، ایمن و مقوی به صرفه ارائه نمایند.

با این اوصاف تنها راهی که برای بقای بانک‌ها متصور است این است که به طور کامل تغییراتی را جهت نیل به بانکداری دیجیتال در خود ایجاد کنند. این موضوعی است که مورد تایید اکثر بانک‌ها قرار گرفته است و به همین جهت در این مسیر بسیاری از آنها بنا بر یک سری از ملاحظات، درجه‌ای از تحول دیجیتالی را که خود نیز در آن دارای نقش و جایگاه متناسبی باشند هدف گذاری نموده‌اند. تحول آفرینی (اختلال) دیجیتال در امور بانکی، بانک‌ها را ملزم می‌کند تا استراتژی‌های جدیدی را اتخاذ کرده و تغییرات اساسی در ناحیه عملکردی خود ایجاد نمایند.

بلندمدت هستند که در واقع این انتخاب استراتژیک تعیین کننده مدل (مدل‌های) کسب‌وکاری آینده بانک و فناوری‌های موردنیاز می‌باشد. برای کسب موفقیت در استراتژی تعیین شده، بانک‌ها به فناوری‌هایی در قالب یک پلتفرم بانکداری دیجیتال نیاز دارند.

پلتفرم (سکوی) دیجیتال چیست؟

فناوری‌های دیجیتال فرصت‌هایی را برای رهبران سازمانی فراهم می‌کنند تا در کسب‌وکار خود تجدیدنظر کنند و تجارب بهتری برای مشتریان، کارکنان و شرکای اکوسیستم ایجاد کرده و تا

بانکداری دیجیتال فراتر از داشتن یک برنامه یا وب‌سایت فانتزی است. بانکداری دیجیتال در واقع دیجیتالی کردن تمامی بانک و کلیه فعالیت‌ها، برنامه‌ها و عملکردهای آن در فضای مرتبط با لایه بیرونی (front end)، فضای مرتبط با لایه پشت‌صحنه (back end)، و ارتباط و اتصال هر دو محوطه (فضا) از طریق یک لایه میانی (middle layer) می‌باشد.

اولین گام برای بانک‌ها در مسیر تحول دیجیتال، ترسیم یک تصویر واضح از جایی است که به عنوان یک بانک می‌خواهد به آنجا برسند. برای این کار نیازمند داشتن یک چشم‌انداز و استراتژی

سکوی بانکداری دیجیتال راهی است که برای تحول دیجیتالی در بانک‌ها باید طی شود

داشتن پلتفرم بانکداری دیجیتال (DBP) یک بانک را قادر می‌سازد تا روند تبدیل شدن به یک بانک دیجیتالی واقعاً اکوسیستم محور را آغاز کند. همچنین، پلتفرم بانکداری دیجیتال بانک‌ها را قادر می‌سازد تا بهینه‌سازی کسب‌وکارهای خود را تحقق بخشدند و این در حالی است که تهیه و استقرار یک پلتفرم دیجیتال به عنوان یک نسخه (راه حل) واحد برای همه بانک‌ها مطرح نیست. به عنوان مثال برای بانک‌هایی که هدف استراتژی بانکداری دیجیتال خود را محدود و فقط معطوف به بهینه‌سازی کسب‌وکار فعلی خود می‌نمایند، فراهم کردن بستر چند کاناله در بانکداری، نیز راه حلی است که نیازشان را برآورده می‌کند.

پلتفرم‌های بانکداری دیجیتال، عملیات بانکی را دیجیتالی می‌کنند، تعاملات مشتری دیجیتال را تسهیل می‌کنند و به بانک‌ها امکان می‌دهند تعداد زیادی از محصولات مالی دیجیتال را ارائه دهند. شرکت کی پی‌ام‌جی می‌گوید "بر اساس روندهای موجود، پلتفرم‌های دیجیتال برای بانک‌ها و موسسات مالی در آینده به مدل تجاری مطلوب و غالب تبدیل خواهد شد.

پلتفرم‌های دیجیتال به مشتریان و مشاغل کوچک امکان اتصال به ارائه‌دهنگان خدمات مالی و سایر خدمات از طریق یک کانال آنلاین یا تلفن همراه را به عنوان بخشی مجتمع از فعالیت‌های روزمره آنها ارائه می‌دهند. یک سری عوامل وجود دارد که باعث ایجاد این تغییر می‌شوند. رقابت بازیگران غیرستی از درون صنعت بانکی و خدمات مالی، باعث تفکیک مدام زنجیره ارزش بانکداری ستی می‌شود. همچنین تفکیک محصولات مالی ستی دشوارتر می‌شود، در حالی که گسترش پرتفوی محصولات، ویژگی‌ها و کانال‌ها برای بازاریابی، مدل‌های عملیاتی به طور فرایندهای پیچیده و هزینه‌های بالاتری را ایجاد می‌کند. در نتیجه بسیاری از موسسات مالی پیشرو در حال انتقال از جهت‌گیری محصول به مشتری‌مداری با تمرکز بر ارائه تجربه متمایز مشتری به بازارهای هدف هستند.

گزینه‌های مختلف کدام‌اند؟ و چگونه تعیین کنید که کدام پلتفرم با استراتژی شما مناسب‌تر است؟

انتخاب یک بستر بانکداری دیجیتال که بتواند به دستیابی به اهداف تجاری و فناوری استراتژی بانکداری دیجیتال کمک کند، نیازمند سرمایه‌گذاری گسترده در زمان، منابع و سرمایه است. با این حال، بسیاری از بانک‌ها در رسیدن به این اهداف کوتاهی می‌کنند. پلتفرم‌های بانکداری دیجیتال، دیجیتالی کردن انواع مختلفی از محصولات بانکی را مدیریت می‌کنند که ممکن است شامل خدمات حساب‌های تجاری، خدمات حساب‌های خرد، کارهای

حدودی هم در هزینه‌ها صرفه‌جویی داشته باشند. وقتی شرکت‌ها برای استفاده از این فرصت‌ها از طریق تحول دیجیتال اقدام می‌کنند، معمولاً دو فعالیت اصلی را انجام می‌دهند: ساخت یک پلتفرم دیجیتال و ساخت یک مدل عملیاتی جدید. هر دوی این فعالیت‌ها باید هم‌زمان اتفاق بیفتند، و یکی از خطاهایی که می‌تواند در تحول دیجیتالی یک سازمان انجام شود این است که توسعه و پیشروی خود را فقط محدود به تغییر در مدل عملیاتی و بدون توجه به لزوم تهیه یک پلتفرم دیجیتالی نماید. اتخاذ این رویکرد نادرست می‌تواند باعث شود بسیاری از ابتکارات تحول دیجیتال با شکست روبرو شوند.

تا به امروز تعاریف متعددی برای پلتفرم دیجیتال توسط شرکت‌های مشاور و سازمان‌های مختلفی که در زمینه‌های متنوعی فعالیت دارند و دارای دیدگاه‌های متفاوتی نیز هستند، بیان شده است. در ادامه چند به نمونه از آنها اشاره می‌گردد:

- پلتفرم دیجیتالی را می‌توان مانند سکویی برای بهبود تجربیات مشتریان، کارمندان و شرکا دانست.

- پلتفرم دیجیتال نرم‌افزار و فناوری مورد استفاده برای ترکیب و ساده‌سازی عملیات تجاری و سیستم‌های IT است. یک پلتفرم دیجیتال به عنوان ستون فقرات یک شرکت برای عملیات و تعامل مشتری عمل می‌کند.

- پلتفرم دیجیتال به سیستم‌ها و رابطه‌هایی گفته می‌شود که معاملات بنگاه با بنگاه (B2B)، بنگاه با مشتری (B2C) یا حتی مشتری با مشتری (C2C) را به صورت یک شبکه تجاری یا بازار تسهیل می‌کند.

- پلتفرم دیجیتال ترکیبی از ابزارها و خدمات دیجیتال است که برای ارائه سرویس به گروه‌های مختلفی از کاربران ایجاد می‌شود تا از طریق تعامل و معامله در بین آنها ایجاد ارزش نماید. این سکوی فناوری‌های پیشرفته‌ای مانند هوش مصنوعی، رایانش ابری، یادگیری ماشین و غیره استفاده می‌کند.

- سکوی دیجیتال ایجاد و استقرار فضایی در فناوری ابری امروزی است که تکامل نرم‌افزارها یا برنامه‌ها را آسان می‌کند. با این وجود به خودی خود یک محصول نیست. بلکه در واقع خدمات، برنامه‌ها و راه حل‌های موجود در پل فرم، آن محصولی است که مشتریان با آن تعامل و هزینه بهره‌برداری از آن را پرداخت خواهند کرد.

به زبان ساده، یک پلتفرم بانکداری دیجیتال، یک بانک ستی را قادر می‌سازد تا سریعاً خود را به یک بانک دیجیتالی واقعی تبدیل کند.

- یکپارچه‌سازی در سطح سازمانی

اجزاء و مولفه‌های پلتفرم دیجیتال

پلتفرم‌های دیجیتال به جای یک جهان مبتنی بر فرایند، یک دنیای داده محور را فعال می‌کنند. این پلتفرم دیجیتالی از یک فرایند کسب و کار end to end لازم برای دستیابی به تجربه بهتر برای مشتریان، کارکنان و شرکا پشتیبانی می‌کند. یک پلتفرم دیجیتال معمولاً از چندین مولفه تشکیل شده است:

- یک موتور جمع‌آوری و واردکننده داده
- یک موتور یادگیری ماشین بر اساس تراکنش‌ها برای انجام وظایف یا فعالیت‌های مبتنی بر قوانین
- یک موتور تحلیلی پیشرفته
- یک موتور هوش مصنوعی
- API‌ها یا ابزارهایی که به پلتفرم‌های دیجیتال اجازه می‌دهد تا با نرم‌افزارهای دیگر صحبت کنند
- ابزار ناظارت بر انطباق‌های نظراتی

این مولفه‌ها باید برای ایجاد تجارب بهتر برای کاربران، همسو و یکپارچه شوند. از طریق این مولفه‌ها یک سازمان بهسوی، طرز فکر متفاوت، الگوی استعدادی متفاوت، سازماندهی متفاوت و مجموعه‌ای متفاوت از سیاست‌ها و فرایندها سوق می‌یابد. بازنگری و مهندسی مجدد مولفه‌های یک مدل عملیاتی، نیاز به یک تغییر عمیق و در کل سازمان دارد. این مقدار تغییر و ایجاد اختلال، اغلب باعث مقاومت می‌شود؛ بنابراین سوالی به وجود می‌آید که چگونه یک سازمان می‌تواند کاربران را به پلتفرم دیجیتال خود هدایت نماید؟

بسیاری از شرکت‌ها هنگام ساخت و مونتاژ سکوی دیجیتال خود از رویکرد فناوری گرایانه برای دستیابی به اهدافشان در زمینه تجارب بهتر برای مشتریان، کارکنان و شرکا استفاده می‌کنند که این یک رویکرد غلط است و می‌تواند منجر به شکست باشد. حقیقت این است که فناوری‌های دیجیتال فی‌نفسه هیچ ارزشی ایجاد نمی‌کنند. قدرت آنها در ایجاد تغییر در نحوه عملکرد یک سازمان است و این مدل عملیاتی جدید است که ایجاد ارزش می‌کند.

کلام آخر

پلتفرم‌های دیجیتالی بر ساختارهای سنتی سازمانی، سیلوها، سیاست‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها در حوزه فن آوری تاثیر می‌گذارند، تا مدل عملیاتی جدیدی را فعال کنند. موفقیت در ایجاد یا پیاده‌سازی یک پلتفرم دیجیتال، بستگی به فناوری‌های تشکیل‌دهنده آن ندارد، بلکه بستگی به پذیرش و مطابقت کاربران با آن پلتفرم دارد.

منبع: عصر بانک

پشتیبان و پست صحنه بانک، و موارد دیگر باشد. بانک‌ها می‌توانند برای ارائه طیف گسترده‌ای از محصولات مالی از طریق چندین کanal دیجیتال، ملاقات مشتریان در محل زندگی و کار خود، و ... به پلتفرم‌های بانکداری دیجیتال متکی باشند.

سه جهت اصلی وجود دارد که به رویکرد بانک در خصوص پلتفرم دیجیتالی کمک می‌کند:
مشتری‌مداری

یک پلتفرم بانکداری دیجیتال باید بتواند بانک را قادر سازد تا تجربیات بانکی جذاب کانال‌های بانکی و محصولات شخصی را که امروزه مشتری انتظار دارد فراهم نماید، وفاداری مشتری را تقویت کرده و موج جدیدی از نسل اول دیجیتال را جذب کند.
بهینه‌سازی داخلی

یک پلتفرم بانکداری دیجیتال باید بتواند زیرساخت موجود فناوری اطلاعات را مدرن‌تر نماید، فرایندهای تجاری را دیجیتالی و خودکار کند، کانال‌ها را یکپارچه و داده‌های مشتری را برای درک ۳۶۰ درجه مشتری متعدد کند.

آمادگی اکوسیستم

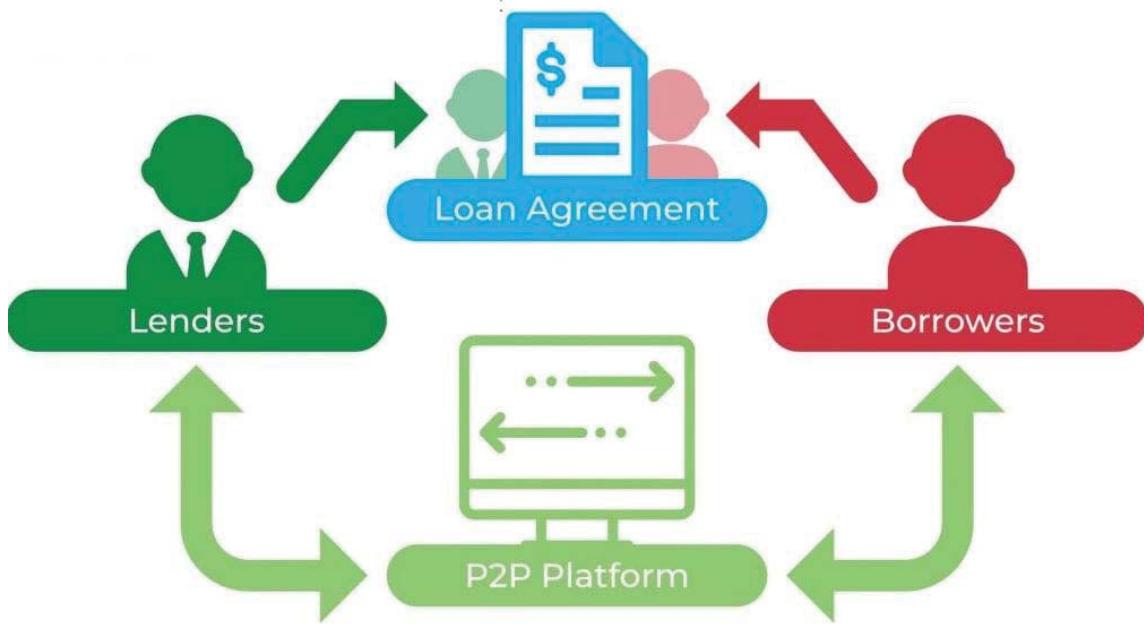
یک پلتفرم بانکداری دیجیتال باید بتواند با معماری مدرن و باز، به بانک‌ها امکان دهد که از طریق API‌ها و اهرم استفاده از فرصت‌های بانکی باز، به مشارکت با فین‌تک‌ها و موارد دیگر در اکوسیستم خود دست یابند. یک پلتفرم بانکداری دیجیتال قابل قبول برای آینده، همچنین باید نیازهای توسعه‌ای بانک در مسیر تحول دیجیتالی در دراز مدت را از طریق قابلیت‌های مدولاریتی و معماری انعطاف‌پذیر، پشتیبانی نماید.

قابلیت‌های اصلی یک پلتفرم بانکداری دیجیتال

انتخاب بهترین پلتفرم بانکداری دیجیتال برای کسب و کار بانک‌ها در آینده به ترکیبی از عوامل بستگی دارد شامل: استراتژی دیجیتال بانک، آمادگی فنی و بودجه، معیارهای ارزیابی ارائه‌کننده (فروشندۀ) مانند تجربه جهانی و محلی، زمان اجرای پیشنهادی، استراتژی و نقشه راه توسعه‌های آتی فروشنده.

قابلیت‌های اصلی خود پلتفرم به عنوان یک مزیت مهم برای موفقیت در عصر دیجیتال عبارت اند از:

- پاسخگویی سریع به ابتکارات دیجیتالی بازار
- بسته و محدود نبودن معماری، با قابلیت تنظیم بانکداری دیجیتال (قابلیت‌های مدولاریتی و معماری انعطاف‌پذیر)
- تجربه مشتری بر بستر Omni Channel
- مبتنی بر معماری میکروسرویس برای ثبات توسعه کسب و کار در آینده
- پشتیبانی کننده بانکداری باز



بررسی مشکلات اصلی سیستم وامدهی همتا به همتا!

■ فرزاد تمیمی فرد؛ میهن بلاک چین

روند وامدهی همتا به همتا (p2p) همیشه دارای مشکلات خاص بوده است. بگذارید با یک مثال موضوع را واضح تر کنیم. فکر می‌کنید چه تعدادی از آزادی‌خواهان در آمریکا زندگی می‌کنند؟ همه افراد مقیم آمریکا آزادی‌خواه هستند درست است؟ همه انسان‌ها این نیاز را در خود حس می‌کنند که احتیاج به آزادی شخصی و محدودیت حوزه اختیارات دولت دارند. تنها کافی است که به مطالب منتشر شده توسط ربات‌های توییتر و افراد مطرح حاضر در کانال‌های تبلیغاتی توجه کنید. تقریباً تمامی اشخاص، طرفدار اصول مدنظر خود هستند و با منطق خود سازگاری بیشتری دارند.

چکیده

ما احتجاج به اقتصاد همتا به همتایی داریم که در محل زندگی و بومی ما مستقر شده باشند. در این حوزه ذهن من به Federal Reserve، بانک مرکزی آمریکا، Wells Fargo و سایر آنها مطوف می‌شود. سران این بخش‌ها هر فردی و یا مجموعه‌ای که هست در حقیقت سازمان‌های یکپارچه‌ای هستند که بر اساس سیستم کاغذی و دفتری کار می‌کنند و از نوآوری استقبال نمی‌کنند.

وامدهی همتا به همتا یا غیرهمتا؟

آیا ما واقعاً به اقتصاد همتا به همتایی داریم؟ یا تنها دچار زیاده‌خواهی رویای آرمان شهر ایده‌آل خود شده‌ایم؟ تنها کافی است Napster، Kazaa و BitTorrent با صنعت سبک رسانه‌ای تبلیغاتی آنها را به یاد بیاورید. در هنگام آغاز این فرایند یکی از اقدامات ساده‌لوحانه این بود که چنین بسترها را تلاش کردن تا قوانین لیل‌ها یا همان علایم ساخت مدیریت

حدود ۳ درصد از جمعیت مورد بحث ما واقعاً در مورد فلسفه ایده شخصی خود اهمیت قائل هستند و در راستای موقیت طرفداران آزادی‌خواه رای انحصاری خود را دخیل می‌کنند. به عنوان گزینه جایگزین می‌توانیم حزب سبز و یا هر گروه سیاسی دیگری را انتخاب کنیم و باز هم شاهد به وقوع پیوستن همین اتفاق با همین نتیجه خواهیم بود. حقیقت اینجاست که سایرین تنها به دموکرات‌ها و یا جمهوری‌خواهان رای می‌دهند زیرا این دو حزب تنها گروه‌هایی هستند که از اهمیت بالایی برخوردارند.

خیلی از افراد در مورد بخش‌های مختلف آمازون گله می‌کنند و از آن بهصورت کامل راضی نیستند اما همه ما خرید آنلاین را تجربه کرده‌ایم. ما از کافی شاپ محل زندگی خود ناراضی هستیم اما از استارباکس خرید می‌کنیم تا حق امتیاز لویالتی یا وفاداری خود را در این مرکز افزایش دهیم. کل این ماجرا به عدم تطابق درونی انسان اشاره می‌کند.

هستند که هم اکنون تعداد آنها به صدها میلیون رسیده است. آیا این بهنوعی یک سرقت به حساب می‌آید؟ شاید. این بهنوعی اشتراک‌گذاری فایل است اما آیا همتا به همتا است؟ مطمئناً خیر. تنها به دلیل اینکه محتوای تولید شده توسط کاربران ایجاد می‌شود نمی‌توان گفت که این محتوا همتا به همتا است. گوگل یکی از پلتفرم‌هایی است که با واسطه قرار دادن میزان دسترسی، کار خود را پیش می‌برد و با کمک گرفتن از تبلیغات، درآمد خود را به دست می‌آورد. گوگل پلتفرمی است که در حال حاضر ارزش بیش از ۱ تریلیون دلار را به خود اختصاص داده است. درک ما از کلیت این ماجرا موجب ورود ما به حیطه هواهاران لندینگ یا همان سیستم وام‌دهی می‌شود.

مشکلات وام‌دهی همتا به همتا

بخش وام‌دهی همتا به همتا نشان‌دهنده عصری از فین‌تک است. پیش‌فرض اصلی پشت این موضوع و هدف از تاسیس این بخش، بازسازی پویایی اشتراک‌گذاری‌ها و انقلاب‌های رسانه اجتماعی بوده است. به‌جای واسطه قرار دادن هر چیز از طریق دستگاه عملکرد مرکزی بانک‌ها (و علاوه بر این با توجه به سخت بودن به دست آوردن جوازهای بانکداری در سال ۲۰۰۶) چرا نباید یک پلتفرم مانند Kaza (یکی از خدمات از بین رفته اشتراک‌گذاری فایل) را راهاندازی کرد؟ در صورت اتفاق افتادن این موضوع، تعداد زیادی از افرادی که نیاز به گرفتن وام دارند به این بخش رو می‌آورند و وام دادن به هر یک از آنها خطرهای احتمالی اعتباری مختلفی را به همراه دارد. از طرف دیگر، افرادی که خواهان بازده سرمایه‌گذاری بهتری هستند نیز می‌توانند برای کمک کردن به بهبود این خطرات وارد این حوزه بشوند و در نهایت شما به عنوان پلتفرم موردنظر سهم خود را از این حیطه دریافت می‌کنید.

این روند به نظر آشنا می‌آید این طور نیست؟ این بخش در حقیقت یک هشداردهنده به کامپوند (Compound)، آوه (Aave) و سایر پروتکل‌هایی از دیفای به حساب می‌آید که فکر می‌کنند، تعریف مجدد فناوری تعریف جدیدی از ساختار بازار، ماهیت انسان و رفتار اقتصادی خرد است.

این بخش در واقع یک هشدار برای پژوههای دیفای است که فکر می‌کنند با اصلاح مجدد فناوری ساختار بازار دوباره تعریف می‌شود.

اولین مشکل پیش رو، مواجه شدن با سطح زیادی از خطرات است. اگر کسب و کار شما بهنوعی یک بستر در حال ظهور است، خطراتی که وارد حوزه پلتفرم شما می‌شوند، می‌توانند موضوع مغایر انتخاب و یا مشکلات قابل حل شما به حساب بیانند. تمامی این موضوعات دلیل اصلی سخت بودن شرایط پلتفرم‌های افزایش منابع مالی به حساب می‌آیند. بسیاری از استارت‌آپ‌های خوب

حقوق دیجیتال را وارد بخش پختن‌کننده‌های موسیقی، فایل‌های آهنگ‌ها و وارد زندگی هر نوجوانی کنند که درک درستی از قوانین نداشتند. DRM کارکرد درستی را ارائه نکرد این‌طور نیست؟

به حتم یکی از راههای بررسی ازدحام به اشتراک‌گذاری فایل‌ها این است که بر روی تعداد مطلق اشخاص تمرکز داشته باشیم که به صورت رایگان از رسانه استفاده می‌کنند. سوال اصلی مطرح شده در این بخش این است که آیا این افراد به مصرف کنندگان بازار در وهله اول پولی پرداخت می‌کنند یا اینکه رادیو و ترکیبات ضبط شده این‌چنینی جایگزین این دزدهای دریابی دیجیتال، نقض کپی‌رایت و حقوق اصحابی یوتیوب و سایر ابزار‌آلات مدرن شده‌اند.

در حال حاضر پاسخی برای این سوال در اختیار نداریم. با این حال گمان می‌کنیم در صورتی که طاقت موردنظر برای تدوین نوارهای ضبط تبلیغات یک DJ و یا زمان موردنظر برای تدوین نوارهای ضبط شده را داشته باشیم در این صورت به فردی تبدیل می‌شویم که از ظرفیت مدیریت و کنار آمدن با مکانیسم‌های استفاده از تورنت‌ها در راستای به اشتراک‌گذاری فایل برخوردار است. واضح‌ترین فرمول مورداستفاده در این حوزه در مقاله‌ای تحت عنوان The Fifth Bill Rosenblatt نوشته شده توسط Era of Recorded Music مطرح شده است.

صنعت رسانه با بهره گرفتن از مدل تجاری که در هنگام ترکیب با قانون می‌تواند تجربه کاربری بهتری را از اینترنت استخراج کند و کنار گذاشتن آن موجب کسب تجربه بدی از لایه کاربری اینترنت می‌شود. دانلودهای مستقل از DRM که تحت عنوان یک مدل تجاری تبلیغاتی بودند تقریباً از میان برداشته شدند.

اگر بخواهیم از دیدگاه دیگری این موضوع را بیان کنیم می‌توانیم بگوییم که یک شرکت موسیقی دیجیتال درست به اندازه لیبل یا همان علامت تجاری ضبط قبلی خود دارای انصهار است. حتی ممکن است با توجه به مقیاس بازدهی که از خود نشان می‌دهد عملکردی بهتر از قبل داشته باشد. این امر تا حدی خوب به حساب می‌آید که جایگزین همتا به همتا این حیطه به عنوان یک پیشنهاد ارزشی جایگاه خود را از دست می‌دهد.

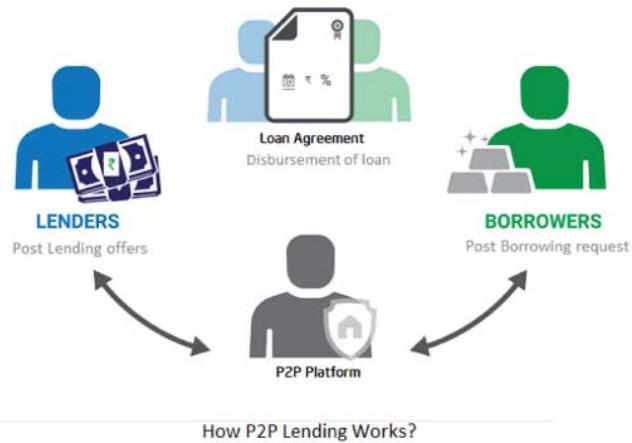
لازم به ذکر است که پیدا کردن داده‌های خوب در یوتیوب به عنوان بخش تسهیلاتی نقض کپی‌رایت، تا حدی دشوار به حساب می‌آید. با این حال ما وسایط‌ها و ویدئوهای فراوانی را می‌شناسیم که حاوی مطالب و محتویات رسانه‌ای هستند و یک برنده ضبط کننده در رابطه با این موضوع به حتم به دنبال راهی برای درآمدزایی خواهد گشت. اگر این بخش رسانه‌ای مبتنی بر اسپاتیفای (Spotify) نباشد، به احتمال زیاد در بستر یوتیوب مهیا بوده و به صورت رایگان ارائه می‌شود. یک پروکسی مورداستفاده در این حوزه در واقع درخواست‌های برداشته تحت پوشش DMCA

را در مکان‌های مختلف تشکیل می‌دهید تا بتوانید تمامی مسائل مهم بخش‌های وامدهی همتا به همتا را دسته‌بندی کرده و خطرات این مسیر را تسهیل کنید. در نهایت این امکان وجود دارد که سهام اصلی خود را به صندوق‌های دارای درآمد ثابت بفروشید. بدون شک در صورتی که از سرمایه‌گذاران جایگزین استفاده می‌کنید با این واقعیت مواجه می‌شوید که هزینه بودجه درخواستی از سمت چنین منابعی بسیار بالا است زیرا کار اصلی آنها دریافت کل بازده اقتصادی بوده و شما در این فرایند هیچ سطحی از قدرت قیمت‌گذاری را در اختیار ندارید. در نتیجه این امکان وجود دارد که شما تصمیم بگیرید کل بودجه خود را از طریق سپرده‌گذاری‌ها و خریداری کردن **Radius** بانک‌ها تحت پوشش خود نگه دارید. در این هنگام است که شما به صورت کامل لنдинگ و یا همان سیستم وامدهی همتا به همتا را کنار می‌گذارید. در هر صورت پس از طی کردن این فرایند می‌توان گفت که حالا شما به صورت مستقل یک بانک به حساب می‌آید. در شرایطی که شما می‌توانید پیشنهاد حساب‌های پسانداز با سود بالا را در اختیار مقاضی‌های خود قرار دهید دلیلی برای استفاده از یک پلتفرم طاقت‌فرسا وجود ندارد.

این پلتفرم درست همانند شیوه وامدهی همتا به همتا، هیچ وقت عملکرد مناسب و مطلوبی نداشته و می‌توان گفت که امروزه وامدهی همتا به همتا تقریباً از میان رفته است. هیچ وقت هم قرار نبوده تا ب بدون کمک گرفتن از یک عملگر مرکز برای استانداردسازی سپرده‌گذاری‌ها و کاهش میزان خطرات احتمالی بتواند کارکرد مناسبی را از خود نشان بدهد. تعداد افرادی که خواستار استفاده از رویکردهای همتا به همتا هستند مانند افراد آزادی‌خواهی است که در سطح جامعه وجود دارند اما تعداد آنها اندک است. اکثریت افراد مثل من و شما هنوز هم نیاز مالی ضروری 80 درصدی خود را در بانک‌ها رفع می‌کنیم و 5 درصد از آن را برای آزمایش به وامدهنده‌گان فین‌تک دیجیتال ارسال می‌کنیم.

استثنای این حوزه در کدام قسمت وجود دارد؟ گوگل همه چیزدان در این فضا کجاست؟ بیایید دوستان فعال در چین را مورد بررسی قرار دهیم.

در این بخش از دنیا نیز زمانی شاهد ازدحام بیش از حد و هجوم افراد به سوی وامدهی همتا به همتا بودیم و در بخش‌های بزرگی از این بستر نیز کلاهبرداری‌ها و ورشکستگی‌های بسیاری اتفاق می‌افتد. از میان 3500 پلتفرم وامدهنده دیجیتال فعال آن زمان، هنوز 600 عدد از آنها در حال فعالیت کردن هستند. در میان این 600 پلتفرم، غول‌های قدرتمندی مثل **Ant Financial** و **Tencent's WeBank** نیز حاضر هستند. پلتفرم‌هایی که از تکنولوژی سطح بالاتری نسبت به رقبای خود استفاده می‌کرند موفق شدند تا در رقابت با رقبای فین‌تک منحصر به فرد خود، پیروز



هنوز هم می‌خواهند سطوح مالی را با کمک گرفتن از **Goldman Andreessen Horowitz**, **Google Ventures** و **Sachs**, افزایش دهند. تنها بخشی که به عنوان یک پلتفرم نرم‌افزاری سرمایه‌گذاری موردنظر نیست **Globacap** بوده و برخلاف اینکه این سایت یک بستر فنی قدرتمند و بخشی نوآورانه در بازار است اما تمرکزی بر این بخش وجود ندارد.

مشکل دوم موجود در این حوزه جذب سرمایه‌گذاران کافی است. به یاد دارید که ما در ابتدای این مقاله صحبت خود را در مورد افراد آزادی‌خواهی آغاز کردیم که به سیاست‌های مدنظر خود رای می‌دهند. همین روند پویا در ارتباط با رفتاوهای حوزه امور مالی نیز صادق است. هیچ‌یک از افراد مایل به انجام تکالیف تعیین شده توسط گروه‌های وامدهی که نیاز به یادگیری در مورد خطرات احتمالی اعتباری و درک درستی از امور مالی پیچیده برای افزایش سطوح سرمایه‌گذاری دارند نیستند. علاوه بر این سرمایه‌گذارانی که شما جذب می‌کنید به خصوص اگر خردفروش و نوپا باشند به احتمال زیاد در سطوح بالا فعالیت ندارند. در این زمینه می‌توان دید که افق نظرات شما با بسیاری از افراد تطبیق نداشته و با توجه به نیازهای آنها تغییر اندکی می‌کند.

لازم به ذکر است که این مشکل توسعه مشاوران منابع مالی ابعاد، در طول 40 سال گذشته حل شده بود. آنها به جای فروش منابع مالی مشترک خود به خردفروشان و مقابله کردن با بازخریدها و خریداری‌های مداوم، تنها توزیع کنندگان موسساتی و نهادی (RIAs) را هدف قرار دادند. این استراتژی به این معنا بود که محصول مالی موردنظر از گردش مالی کمتری برخوردار بود و بازده بهتری داشت. این روند تا آنجا ادامه داشت که ETF یا همان منابع مالی قابل تعامل به بازار آمد و حتی نیازی به بازخرید صندوق منابع مالی و خریدها نداشت. در عوض به خردفروشان اجازه داد تا یک شاخص مشخص را به عنوان یک سهم معامله کنند.

بنابراین شما این روند را در راستای تامین منابع مالی اصلی طی می‌کنید و در واقع ساختار یک شرکت تساوی حقوق خصوصی

صورتی که در مورد ادغام بازاری با سود ۴ میلیارد پوندی و ۷ میلیارد پوندی به جای یک بازار کوچک با درآمد چندمیلیونی صحبت می‌کردیم، موضوع مورد بحث از اهمیتی بالاتری برخوردار می‌شد. یکی از راههای انجام دادن این کار دور زدن و گذر کردن از مرزهای جغرافیایی و محدودیت‌های مقرراتی و نظراتی است که Seedrs و CrowdCube مجبور به کار کردن با رعایت آنها شدند. این مسائل دلیل اصلی جذب خیلی از افراد به بازارهای رمزارزها هستند و حتی جهانی شده‌اند و شامل آمریکا، برزیل، چین، روسیه و قاره آفریقا می‌شود. همیشه در جایی از دنیا تقاضا وجود دارد.

دو مین موضوع این است که هنوز مشکلات مربوط به انتخاب نامطلوب در کلاس دارایی‌ها باقی می‌ماند. چرا این فرصت‌های سرمایه‌گذاری، منحصر به فرد یا مهیج به حساب می‌آیند؟ چه کسی واقعاً به سرمایه‌گذاری کردن در یک کسب‌وکار کوچک بومی و مواجه شدن با شکست ۱۰۰ درصدی آن هم در حالتی که می‌تواند سهام آمازون را بخرد و رسیدن ارزش آن به ۲ تریلیون را نظاره کند اهمیت می‌دهد؟ چه کسی به خریدن قهوه از فروشگاه‌های بومی آن هم در حالتی که می‌تواند از استارتاپ‌کس خرید کند و کارت جوازی به دست بیاورد اهمیت می‌دهد؟ اگر سرمایه‌گذاران بیشتری در Seedrs حضور داشتند آیا اعضای فعال در تکنولوژی Silicon Valley (مثل Slack) تصمیم می‌گرفتند تا به جای بورس اوراق بهادر نیویورک، در آنجا IPO کنند؟ در مالکیت SharesPost توسط Forge در اوایل امسال نیز می‌توانید همین موضوع را ببینید. در پایان این ماجرا می‌توان وجود امید زیادی را حس کرد. هم‌سو بودن انگیزه افرادی که در بانکداری نوین سرمایه‌گذاری جمعی کردن و به کاربران این برنامه‌ها تبدیل شدن بسیار عمیق است. این دقیقاً همان دینامیک و پویایی است که پروتکل‌های رمزارز در حیطه آنها ایده‌پردازی کرده‌اند. حتماً به این مقاله مراجعه کنید: استخراج و یا همان ماینینگ نقدینگی (Liquidity Mining) یک استراتژی توزیع توکن کاربر محور و یا رویکرد ConsenSys در این حوزه در راستای مشکلات مطرح شده است.

سرمایه‌گذاری جمعی نه تنها در حالت وجود قابلیت دسترسی همگانی بلکه در حالتی که با بهره‌گیری از مشارکت می‌توان به دستاوردهای خاصی دسترسی داشت نیز عملکرد مناسبی از خود نشان می‌دهد. در دنیای امروزی منظور از این دستاوردهای خاص در واقع همان بازده بالای مالی است. صادقانه باید گفت که دلیل توکانی عرضه اولیه کوین یا همان ICO که در حقیقت نسل بعدی سرمایه‌گذاری جمعی به حساب می‌آید، در عرصه جذب سرمایه ۲۰ میلیارد دلاری تا حد زیادی گیج‌کننده است. حتی نحوه عملکرد امور مالی غیرمت مرکز یا همان دیفای که نسخه جدیدی از نسل بعدی بلاک چین است نیز در زمینه پایه‌ریزی بازار و مدیریت فرایند کسب سرمایه بنیانی ۱۵ میلیارد دلاری، تا همین حد سوال

میدان بشوند. از طرف دیگر با استفاده از گسترده‌گی و اعتباری که از سوی رگولاتورها یا همان قانون‌گذاران کسب کرده بودند توانستند در بازار این کسب‌وکار باقی بمانند. سایر پلتفرم‌ها نیز یکی پس از دیگری شکست خورده و از این عرصه خارج می‌شوند.

بازگشت به حوزه این مقیاس‌ها، از انحصار تکنولوژی حاصل می‌شود. خصوصیات امور مالی از مهم‌ترین ویژگی‌های پولی و درآمدزایی در بالاترین رتبه از این بخش به حساب می‌آیند.

تامین بودجه غیر جمعی

با بهره‌گیری از شیوه‌ای کاملاً مشابه با وام‌دهی همتا به همتا و با توجه به چیزی که تا به اینجا توضیح داده شد، چالش‌های مشابهی در حوزه صنعت سرمایه‌گذاری در بودجه غیر جمعی وجود دارد. ما به دلیل وجود مشکلات آزادی خواهانه در بستر این پلتفرم‌ها (یعنی بازار کوچک و کمبود تعهد افراد) دچار مشکلات متعددی هستیم. معمولاً پروفایل شخصی مصرف‌کنندگانی که مایل‌اند برخی اما نه همه تصمیم‌گیری‌های امور مالی را بگیرند دارای ویژگی‌های متحیر‌کننده و یا بهتر است بگوییم افسانه‌ای است.

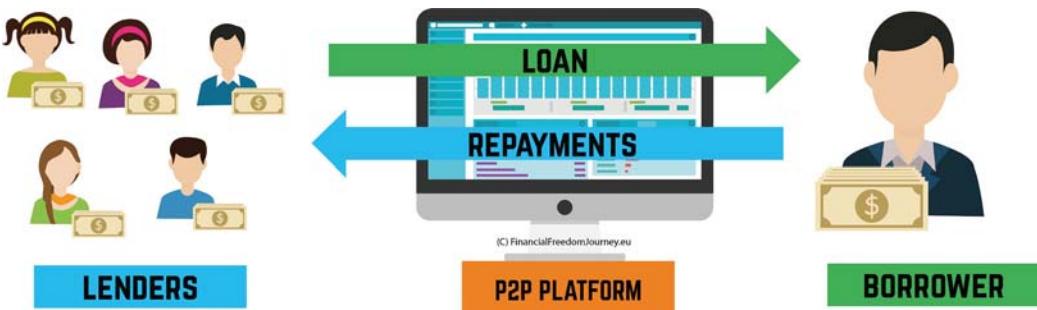
برخی از تازه‌واردان حوزه بانکداری نوین مانند Monzo و Tandem در راستای جذب سرمایه تک‌رقمی میلیونی از هزاران حمایت‌کننده علاقه‌مند به این موضوع، وارد بازار جمعی شدند. این حمایت‌کنندگان در حقیقت از اولین استفاده‌کنندگان محصولات ارائه شده توسط بانکداری نوین بودند.

ارتباط سازنده و مثبت میان سرمایه‌گذاران و کاربران تا آنجا پیش رفت که طبق نظر اکثر افراد فعال در این حوزه می‌توان گفت که ماجراهی توافق اقتصادی موفق از عملکرد سرمایه‌گذاری جمعی سرچشم‌می‌گیرد و پلتفرم‌های سرمایه‌گذاری جمعی به خودی خود به عنوان نسل بعدی سرمایه‌گذاری بانکداری به حساب می‌آیند.

در راستای دست‌یافتن به این هدف، پلتفرم‌ها باید بخش عظیمی از مسئولیت را به عهده می‌گرفتند تا موجب تاثیر‌گذاری بر مقررات ساخت مدل‌های عملیاتی بشوند که با هدف اجازه دادن به افراد عادی برای دسترسی داشتن به کلاس دارایی‌های پرریسک ایجاد شده‌اند. با وجود تمامی این مسائل در طول هفته گذشته، Seedrs و CrowdCube (یعنی دو دشمن و رقیب اصلی سرمایه‌گذاری جمعی در انگلیس) وجود نیاز به یک ادغام کننده ۴۰-۶۰ و احتمالاً نیاز به رشد میزان سهام در آینده را اعلام کرد. برخلاف صنعت رسانه، صنعت امور مالی هنوز توکانی گسترش دادن یک مدل شغلی و تجاری جدید را ندارد که با استفاده از اینترنت، تجربه کاربری بهتری را فراهم کند.

سه نکته اساسی در این بخش برای ما موجود هستند.

اول اینکه باید این بازار را تا ۱۰۰۰ برابر گسترش دهیم. در



نظر بگیرید زیرا در رابطه با آن موضوع لازم به ذکر است که انتخاب صحیح به جنبه‌های ظرفیتی وابسته است (تخربی شخصی در تقابل با تلاشی برای رسیدن به رستگاری). در حقیقت مسائل مطرح شده در اصل در مورد ساختاری قدرتمند و نحوه تعامل داشتن با مصرف‌کنندگان خدمات مالی است.

مدل‌های وامدهی همتا به همتا توансنتند به تعادلی پایدار در بازار تبدیل شوند. در وضعی که فعالیت‌های همتا به همتا یا همان p2p در رسانه ادامه پیدا می‌کند، حوزه‌های انحصاری دیجیتالی که با این قانون تطابق پیدا می‌کنند می‌توانند دوباره ظهرور کرده و سرآغازی قدرتمندتر از هر زمان دیگری در پیشینه فعالیت‌های خود را خواهند داشت. در سیستم لندینگ و یا وامدهی همتا به همتا، نوآوران اولیه این حوزه از چنین کسب‌وکاری به نفع راه حلی ساده‌تر و مقیاس‌پذیرتر مبتنی بر بانکداری خارج شدند. در سرمایه‌گذاری جمیعی p2p نیز بازار موجود در حال تحکیم شدن بوده و رشد اقتصادی محدودی را تا به امروز نشان داده است.

کاری که ما می‌توانیم در حوزه بلاک چین انجام دهیم این است که پروتکل‌هایی که به صورت مشترک متعلق به دیگران هستند را به عنوان مکان‌هایی برای بازار مثل Compound، Uniswap و Curve در نظر بگیریم.

پیروزی در این زمینه امری آسان در برابر طبیعت انسانی و مقاومت جمیع افراد در برابر تغییرات نیست. لینکس و ویکی‌پیدیا راهی را در همین حیطه به ما نشان دادند. روش دیگر این است که قسمت‌های مختلف اقتصاد سازمانی از ارزشی معنادار در شبکه‌های غیرمت مرکز برخوردار شوند و نسبت به عدم ارتکاب تقلب در این زمینه متعهد شوند. یا شاید حتی این امر به یکی از اولویت‌های بین‌المللی برای چین تبدیل شود تا تمامی فعالیت‌های اقتصادی را در شبکه خدمات بلاک چین خود ادغام کنند و این درست نقطه عطفی برای سایرین در دنیا احتساب می‌شود.

در پایان باید گفت که پاسخ دادن به کلیت مسائلی که در مورد وامدهی همتا به همتا مطرح کردیم بسیار دشوار است اما حداقل بر جسته‌ترین مطالب مطرح شده در سال را در این مقاله برای شما بازگو کردیم.

برانگیز است. شاید خود این سرمایه مورد بحث بسیار مخاطره‌آمیز باشد و در موضوع اصلی حائز اهمیت در پرتفوی ما (به طور مثال گزینه‌های جایگزین) به حساب می‌آید. شاید جنبه‌های متعدد جامعه در حوزه مدل سرمایه‌گذاری جمیع بسیار قدرتمندتر بوده و به همین ترتیب عوامل مشترک عمومی ما در این زمینه بیشتر به چشم می‌آیند و موجب هدایت شدن کل این فرایند به سوی یک توزیع سریع تر کلی در بدن اجتماع می‌شود و یا حتی شاید قابلیت همکاری میان انتشار و مبادله یا همان تریدینگ به میان اجازه را می‌دهد تا کسب درآمد سریع‌تری را تجربه کنیم و این حس را به ما القا می‌کند که فعالیت داشتن در این بازارها ارزش پذیرفتن در درسرهای موجود در آن را دارد.

از تمام این مسائل گذشته شاید برخلاف صنعت رسانه، صنعت امور مالی هنوز قادر به بنیان‌گذاری یک مدل تجاری که با استفاده از اینترنت تجربه کاربری بهتری همراه با مقررات را فراهم می‌کند نیست. ما هنوز هم در حال کار کردن بر روی این مسائل برای یافتن جواب اصلی هستیم.

نکته اصلی در کل این ماجرا چیست؟

ما در حال زندگی کردن در جهانی هستیم که در آن Morgan Stanley توانسته است شرکت‌های eTrade و Smith Barney، Eaton Vance را در ازای مبلغ ۷ میلیارد دلار تحت مالکیت خود دریبورد. این کسب‌وکارهای موسیقی‌زیر مجموعه‌ای از مراجع خردمندی کلان به حساب می‌آیند.

این روند در حقیقت فراهم کننده بستر ۱.۲ تریلیون دلار از دارایی‌های تحت مدیریت سازندگی و ۳.۳ تریلیون دلار از دارایی‌های در حال توزیع هستند.

از نقطه نظر سیاسی، انتخاب کردن از بین Morgan Stanley، JP Morgan، بانک آمریکا و Goldman Sachs درست مثل انتخاب کردن بین دموکرات‌ها و جمهوری خواهان است. صرف نظر از اعتقادات سیاسی شما، باید جبهه‌ای را انتخاب کنید که دارای اهمیت بالایی باشد نه اینکه از حزب کوچک و منزوی مثل آزادی خواهان جانب‌داری کنید. نباید مسائلی که تا به اینجا مطرح کردیم را تنها تحت عنوان نظراتی حول محور انتخابات اخیر در



پول‌های کثیف تغییر نام می‌دهند؛ ارزهای دیجیتال چقدر به پول‌شویی کمک کردند؟

■ نگار علی

پول‌شویی به عنوان تلاش یا اقدام در پنهان کردن هویت در آمدهای غیرقانونی و سعی بر قانونی جلوه دادن آنها تعریف می‌شود؛ مجرمان برای پنهان کردن منشا غیرقانونی وجود خود از طرق مختلفی وارد عمل می‌شوند ولی یکی از راحت‌ترین این روش‌ها آن است که این پول‌های کثیف تحت نام ارزهای دیجیتال معامله شود.

طرق مختلفی وارد عمل می‌شوند ولی یکی از راحت‌ترین این روش‌ها آن است که این پول‌های کثیف تحت نام ارزهای دیجیتال معامله شود و در اینجا همان مفاهیمی که در مورد پول‌شویی با استفاده از پول نقد اعمال می‌شود در مورد پول‌شویی با استفاده از ارزهای دیجیتال نیز صدق می‌کند.

سه مرحله اصلی پول‌شویی با استفاده از ارزهای دیجیتال عبارت‌انداز از جای‌گذاری

در این مرحله پولی که به طور غیرقانونی به دست آمده، در شبکه‌ی رسمی و قانونی مالی تزریق می‌شود.
لایه‌چینی

این منابع مالی در لایه‌های پیچیده‌ای از تراکنش‌های متعدد توزیع می‌شوند تا منبع اصلی آنها پنهان شود؛ معاملات مبتنی بر ارزهای دیجیتال به‌طور کلی در بستر بلاک‌چین رخ می‌دهد و همین امر معاملات را قابل پیگیری می‌کند. با این حال هنگامی که یک ارز

اگرچه ارز رمزنگاری شده برای فعالیت‌های غیرقانونی قابل استفاده است اما تأثیر کلی بیت‌کوین و سایر ارزهای رمزپایه در پول‌شویی و جرایم دیگر مرتبط با پول‌شویی در مقایسه با معاملات نقدی بسیار ناچیز است چرا که در سال ۲۰۱۹ حجم پول‌شویی‌هایی انجام شده با استفاده از بیت‌کوین به ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون دلار رسید این اتفاق در حالی افتاد که در سال ۲۰۱۸ تنها ۱ میلیارد پول کثیف با استفاده از بیت‌کوین جای‌گذاشت و از ابتدای سال جاری نیز حجم کل پول‌شویی‌های انجام شده با استفاده بیت‌کوین تنها ۸۲۹ میلیون دلار تخمین زده شده است؛ این بدان معناست که از ابتدای سال جاری تاکنون تنها ۵.۰ درصد از بیت‌کوین‌های استخراج شده برای هدف پول‌شویی مورد استفاده قرار گرفته‌اند؛ با این حال باگ‌های بلاک‌چین‌ها در تایید هویت مشتریان خود منجر شده است تا پول‌شویی‌های گسترده‌ای در این حوزه صورت بگیرد.

پول‌شویی به عنوان تلاش یا اقدام در پنهان کردن هویت در آمدهای غیرقانونی و سعی بر قانونی جلوه دادن آنها تعریف می‌شود؛ مجرمان برای پنهان کردن منşa غیرقانونی وجود خود از

الکساندر وینیک روسی که سرویس مبادله بیت‌کوین را بنیان نهاده است و این سیستم را اداره می‌کند به جرم پول‌شویی مقصود شناخته شده است؛ وزارت دادگستری آمریکا از زمان تأسیس صرافی در سال ۲۰۱۱ وینیک را به ۱۷ فقره پول‌شویی به ارزش ۴ میلیارد دلار متهم کرده است. وینیک و تیمش از بستر ایجاد شده برای ردوبلد پول‌هایی که از طریق حملات سایبری به نهاده به دست می‌آورند استفاده می‌کردند.

با اتفاقات رخ داده خیلی از کشورهای خارجی از جمله فرانسه برای جلوگیری از پول‌شویی با استفاده از ارزهای دیجیتال قوانین ارزهای دیجیتال را تقویت کردن به طوری که در ۹ دسامبر سال جاری چندین وزارت‌خانه در فرانسه مشترکاً دستوری را برای جلوگیری از معاملات دارایی‌های دیجیتال ناشناس با منع کردن حساب رمزگذاری ناشناس ارائه دادند.

وزارت‌خانه‌های فرانسه اعتراف کرده‌اند که دارایی‌های دیجیتال یا ارزهای رمزپایه "فرصت‌های قابل توجهی برای اقتصاد" فراهم می‌کنند و خاطرنشان کردن که دولت فرانسه کاملاً از اهمیت آن آگاه است؛ این مقامات همچنین اظهار داشتند، با وجود فرصت‌های امیدوارکننده، رمزگاری همچنین خطرات قابل توجهی در ارتباط با فعالیت‌های مالی غیرقانونی دارد.

وزرا به طور خاص به دستگیری‌های سپتامبر ۲۰۲۰ شامل یک شبکه تأمین مالی تروریسم با استفاده از دارایی‌های دیجیتال برای پوشاندن آثار خود اشاره کردند. وزرا گفتند، مقامات و سازمان‌های بزرگ جهانی مانند گروه ویژه اقدام مالی جی ۷ و جی ۲۰ خواستار تدبیری برای جلوگیری از فعالیت‌های غیرقانونی با استفاده از رمزگاری شده‌اند.

منبع: خبر آنلاین

رمزگاری شده با پشتونه مالی کثیف می‌خواهد وارد بلاکچین شود؛ مجرمان با استفاده از یک سرویس ناشناس منبع وجوه را پنهان و خود وجوه را پراکنده می‌کنند و ارتباط بین معاملات بیت‌کوین را قطع می‌کنند. غالباً بهانه اصلی فعالیت‌های مخفی و غیرقانونی این استدلال است که استفاده از خدمات بی‌هویت از حريم خصوصی شخصی محافظت می‌کند.

یکپارچه‌سازی

یکپارچه‌سازی مرحله آخر پول‌شویی با استفاده از ارزهای دیجیتال است و از آنجا که هر لحظه ارزش ارزهای دیجیتال در حال تغییر است برای نگه داشتن آنها در بازار، نه تنها وارد کردن آنها، نیاز به شفاف بودن منابع است که یک روش ساده برای مشروعیت بخشیدن به درآمد غیرمجاز ارائه آن به عنوان نتیجه سرمایه‌گذاری سودآور یا افزایش ارزش پول دیگر است.

مشابه نحوه استفاده از حساب بانکی ارز فیات خارج از کشور برای پول‌شویی پول‌های کثیف، یک شرکت آنلاین صوری که پرداخت‌های بیت‌کوین را می‌پذیرد می‌تواند برای مشروعیت بخشیدن به درآمد و تبدیل ارز رمزپایه کثیف به بیت‌کوین تمیز و قانونی ایجاد شود و معمولاً این شرکت‌های صوری با نام‌های شرکت‌های بازی‌های آنلاین و یا ای‌تی‌ام‌ها دست به فعالیت می‌زنند.

اصول زیربنایی پول‌شویی به‌طورکلی در چهار عنوان خلاصه می‌شود: ناشناس ماندن، سرعت، پیچیدگی و پنهان بودن؛ به این معنا که منع پول باید ناشناس باقی بماند زیرا از طریق فعالیت‌های غیرقانونی استحصال شده است. در طول مرحله جای‌گذاری، وجوه مالی غیرقانونی به نام موجودیت‌های قانونی ثبت می‌شوند تا ماهیت واقعی آنها پنهان شود. اغلب به‌منظور کاهش حساسیت نسبت به تراکنش‌های حاوی مبالغ بالا، این وجوه در قالب چند تراکنش میان چند موسسه تقسیم می‌شوند. در مرحله‌ی لایه چینی، مجموعه‌ای از تراکنش‌ها به سرعت انجام می‌شود تا دنباله‌ای پیچیده ایجاد شود و به این ترتیب رد پای موسسات درگیر در مرحله‌ی جای‌گذاری پنهان شود. با انجام این حجم بالای تراکنش به مقصود کشورهای مختلف جهان، جایه‌جایی این وجوه غیرقانونی ماهیتی پیچیده می‌یابد که رهگیری آن را بسیار دشوار می‌کند.

در این میان یکی از بزرگ‌ترین پول‌شویی‌های صورت گرفته در این صنعت توسط بنیان‌گذار صرافی بیت‌کوین اتفاق افتاده است



بورس بهتر است یا ارز دیجیتال؟

این روزها بسیاری از افراد برای سرمایه‌گذاری بازارهای مختلف مالی مثل بورس، ارز دیجیتال و فارکس را انتخاب می‌کنند.

در این مقاله می‌خواهیم تفاوت‌ها و شباهت‌های بورس و ارز دیجیتال را بشناسیم و مقایسه کنیم و در نهایت تصمیم بگیریم که کدام بازار برای سرمایه‌گذاری مناسب‌تر است؟

تفاوت‌های بازار بورس و بازار ارز دیجیتال

دامنه‌نوسان

در بورس ایران دامنه نوسان معمولاً ۳ یا ۵ درصد است، اما در ارزهای دیجیتال چیزی به نام دامنه نوسان وجود ندارد. بازار ارزهای دیجیتال تقریباً ۱۰ برابر سریع‌تر از بازار بورس عمل می‌کند و همه چیز را تحت تاثیر خود قرار می‌دهد. قیمت‌ها با سرعت بیشتری افزایش و کاهش می‌یابند و میزان نوسان آنها نسبت به بازارهای دیگر خیلی بیشتر است.

شرایط ثبت‌نام

در بورس ایران شما برای دریافت کد بورسی خود باید حداقل ۱۸ سال سن داشته باشید و دارای حداقل مدرک دیپلم باشید. حال آنکه جهت عضویت در صرافی‌های مشهوری مثل بایننس فقط به یک ایمیل نیاز دارید!

ریسک

بازار ارزهای دیجیتال به همان میزان که سود فراوانی نصیب سرمایه‌گذاران می‌کند از ریسک بالاتری هم برخوردار است. از آنجا که معاملات ارزهای دیجیتال به طور شباهتر روزی انجام می‌گیرد ممکن است در بازه کوتاهی نوسان‌های شدیدی رخ دهد. مثلاً در دسامبر ۲۰۱۷ قیمت بیت‌کوین از ۲۰۰۰۰ دلار فراتر رفت اما در مارس ۲۰۱۸ به ۸۵۰۰ دلار سقوط کرد. با توجه به اینکه نرخ مصوبی برای ارزهای دیجیتال وجود ندارد ریسک سرمایه‌گذاری در ارزهای دیجیتال بیشتر است. البته برای کاهش ریسک معاملات شما می‌توانید با روش‌های مدیریت سرمایه، سرمایه‌گذاری امن تری تجربه کنید.

اگر فرد ریسک‌پذیری هستید، می‌توانید شناسن خود را در دنیای ارزهای دیجیتال امتحان کنید. اگر فرد ریسک‌پذیری هستید، شاید ارزهای دیجیتال برایتان گزینه مناسبی برای سرمایه‌گذاری و معامله‌گری باشد.

ساعت کار

بورس کشورهای مختلف ساعت کاری مشخصی دارد. در ایران ساعت رسمی بورس ۹ صبح تا ۱۲:۳۰ ظهر روزهای کاری

بورس بهتر است یا ارز دیجیتال؟

در ابتدا به صورت خلاصه ویژگی‌های بازار ارزهای دیجیتال و

بورس	مقایسه اجمالی	ارز دیجیتال
کم	رسک سرمایه‌گذاری	زیاد
کم	نقد پذیری	زیاد
ندارد	دو طرفه بودن	دارد
ندارد	اهرم یا لوریج	دارد
کم	دامنه نوسان	نامحدود
قانونی	قانونی بودن	میهم
محدودیت سن و مدرک	حدودیت افتتاح حساب	ندارد
محدود	ساعت بارگشایی	۲۴ ساعته

بورس را مقایسه می‌کنیم و در ادامه به تشریح آن می‌پردازیم:

شباهت‌های بازار بورس و بازار ارز دیجیتال

قانون عرضه و تقاضا

عملکرد این دو بازار بر اساس عرضه و تقاضا تعیین می‌شود. این مسئله مستقیماً به تعداد خریدارانی که یک ارز یا یک سهم را می‌خرند وابسته است. افزایش قیمت زمانی اتفاق می‌افتد که هر خریدار در بازه‌ی زمانی متفاوت حاضر باشد بیشتر از خریداران پیشین برای خرید یک سهم یا ارز پول پردازند.

ارزش‌گذاری مبتنی بر ایده

ارز دیجیتال بر اساس ایده‌ای که در وايت پپر مربوط به آن نوشته شده ارزش‌گذاری می‌شود. همین طور ارزش یک سهم بر مبنای کسب‌وکار متعلق به آن و ایده و میزان کاربرد پذیری آن در صنایع مختلف باز می‌گردد.

قیمت‌گذاری بر اساس ارزهای فیات

ابتدا باید بدانیم از ارزهای فیات یعنی پول‌های رسمی رایج مثل دلار، یورو و... در حال حاضر هر دو بازار بر مبنای ارزهای فیات نظیر دلار و یورو قیمت‌گذاری می‌شوند. اکثر سرمایه‌گذاران ارزش سهم یا ارز دیجیتال موردنظر خود را بر اساس ارزهای فیات اندازه می‌گیرند.



همچنین زمانی که فیسبوک و گوگل تبلیغات مربوط به ارزهای دیجیتال را ممنوع اعلام کردند، نقدینگی در بازار کاهش یافته و بازار به لحاظ حجم معاملات به طور قابل توجهی کوچکتر شد.

هنوز وضعیت قانونی ارزهای دیجیتال در ایران در هاله‌ای از ابهام است، اما چیزی که مشخص است این است که خرید و فروش ارزهای دیجیتال به طور کلی غیرقانونی نیست. از طرف دیگر بورس کاملاً قانونی است و تخلفات صورت گرفته در آن قابل پیگرد است. در نهایت می‌توان گفت با وجود جدید بودن فضای ارزهای دیجیتال رویکرد دولت در این خصوص شفاف و قطعی نیست، هرچند که اخیراً واکنش‌های بسیار خوبی از مسئولین را شاهد بوده‌ایم، پر واضح است که اگر از این تکنولوژی در راستای اهداف مفید استفاده شود هیچ مشکل شرعی و قانونی ندارد و می‌تواند یکی از بهترین راه‌های رفع تحريم تلقی گردد.

معاملات دوطرفه

در بورس ایران شما می‌توانید یک سهم را با قیمت پایه بخرید و بعد از مدتی با قیمتی بالاتر بفروشید. اما در بازار ارزهای دیجیتال شما می‌توانید در بعضی از صرافی‌ها مثل باینس روی پایین رفتن قیمت سرمایه‌گذاری کنید. اگر قیمت کاهش یافت شما سود می‌کنید، پس عملاً بالارفتن و پایین رفتن قیمت در ارزهای دیجیتال هیچ تفاوتی ندارد.

در برخی بازارهای بورس جهانی معاملات دوطرفه وجود دارد، اما در بازار ایران با توجه به حبابی بودن قیمت برخی از سهام شرکت‌های ورشکسته، امکان سود کردن از پایین آمدن قیمت وجود ندارد. اگر این امکان برای بورس ایران فراهم بود، عده زیادی با قرارداد بستن بر سر پایین آمدن قیمت باعث خروج نقدینگی و درنهایت ورشکستگی آن شرکت می‌شدند. هرچند مثلاً این قابلیت به بورس ایران اضافه شده اما هنوز هم به صورت عملی در دسترس نیست.

در بازارهای مالی معاملات دوطرفه یک قابلیت مهم تلقی می‌گردد. در بازارهای مالی معاملات دوطرفه یک قابلیت مهم تلقی



است و پنجه‌نبه‌ها تعطیل است. اما در ارزهای دیجیتال ساعت کاری خاصی وجود ندارد و صرافی‌ها به صورت ۲۴ ساعت در کل هفته قابل معامله هستند.

سود مرگب

در ارزهای دیجیتال به دلیل استفاده از دلار می‌توانید علاوه بر نوسان‌گیری، از افزایش قیمت دلار هم سود کسب کنید، ولی در بورس ایران انواع سهام را با ریال مبادله می‌کنید و افزایش قیمت دلار تاثیر زیادی بر آن ندارد.

تأثیر اخبار و تحلیل‌ها

در بازارهای بورس بیش از هر چیز اخبار و حوادث آن شرکت در قیمت سهامش موثر هستند. شما در بورس باید بسیار اخبار ببینید، در شبکه‌های اجتماعی به دنبال سهام شرکت موردنظر باشید و با سرمایه‌گذاران دیگر مشورت کنید. اما در بازار ارزهای دیجیتال باید علم تحلیل تکنیکال را بیاموزید، و آینده قیمت یک سهم را پیش‌بینی کنید.

در ارزهای دیجیتال گاهی اخبار فاندامنتال و گاهی تحلیل‌های تکنیکال چاره‌ساز خواهند بود. مثلاً قبل از سانه بلومبرگ اعلام کرده بود: بهای رمز ارز بیت‌کوین در سال جاری میلادی به ۲۰ هزار دلار نیز خواهد رسید. این روزها قیمت بیت‌کوین بسیار بالاتر از ۲۰ هزار دلار است؛ لذا با دنبال کردن نظر کارشناسان می‌توانید آینده قیمت ارزهای دیجیتال را پیش‌بینی نمایید. شما می‌توانید از سایت‌هایی مثل cointelegraph, arzdigital, mihansignal, tradingview آخرين تحليل‌های ارز دیجیتال را بخوانید و سپس اقدام به معامله نمایید.

قانونی بودن

چیزی که کاملاً واضح است این است که بازار ارزهای دیجیتال هنوز هم با مشکلات قانون‌گذاری دست و پنجه نرم می‌کند. مثلاً هر زمان که تعدادی از دولت‌ها خرید و فروش ارزهای دیجیتال را در کشور خود ممنوع اعلام می‌کنند، قیمت‌ها کاهش می‌یابند. یا

است و نظارت‌ها بیشتر است، اما در ارزهای دیجیتال دامنه نوسان زیاد است و هیچ دولت و سازمانی آن را کنترل نمی‌کنند. همچنین در ارزهای دیجیتال قابلیت‌هایی مثل بازار دوطرفه و اهرم وجود دارد که در بورس ایران وجود ندارد.

■ معایب بورس بیشتر است یا ارز دیجیتال؟

□ شاید از اصلی‌ترین عیب بورس را بتوان تاثیر گذاری بیش از حد اخبار داخلی، دامنه نوسان کم و محدودیت کف سفارش‌ها اشاره کرد. همچنین در ارزهای دیجیتال تحلیل‌ها گاهی کم اعتبار می‌شوند و گاهی نبود دامنه نوسان باعث بیش از حد متضرر شدن سرمایه‌گذار می‌شود.

■ بورس تخصصی‌تر است یا ارزهای دیجیتال؟

□ قطعاً برای یک تازه‌کار معامله در بورس ایران آسان‌تر است. ارزهای دیجیتال با توجه به تازگی و قابلیت‌های متعددی که دارد برای تازه واردان کمی گیج‌کننده خواهد بود.

■ برای ورود به بازارهای مالی از کجا شروع کنم؟

□ برای ورود به دنیای بورس باید ابتدا کد سجام و کد بورسی بگیرید و شروع به معاملات کنید. سپس با اصول خرید و فروش و نحوه مدیریت سرمایه آشنا شوید. به این منظور می‌توانید از سایت سهام‌یاب استفاده نمایید. در دنیای ارزهای دیجیتال شما باید ابتدا درک درستی از فناوری‌های بلاک‌چین، بیت‌کوین، کیف پول‌های ارز دیجیتال و مفاهیم اساسی داشته باشید و سپس به تریدینگ بپردازید.

منبع: میهن سیگنال



می‌گردد.

نقدهای دیجیتال بالا

در بورس ایران شاهد پدیده‌ای به نام صف خرید و فروش هستیم که باعث می‌شود یک سهم در یک قیمت خریدار یا فروشنده نداشته باشد. اما در بازار ارزهای دیجیتال هیچ وقت چیزی به نام صف وجود ندارد و شما می‌توانید در هر ساعت شبانه‌روز معامله انجام دهید.

سوالات متداول

■ برای شروع ورود به بازارهای مالی بورس بهتر است یا ارز دیجیتال؟

□ پاسخ این سوال برای هر کس منحصر به فرد است. اگر حاضرید برای سود بیشتر ریسک کنید ارزهای دیجیتال گزینه مناسبی خواهد بود و اگر به دنبال راههای قانونی در بازارهای مالی هستید، بورس ریسک کمتری خواهد داشت.

■ مزایای بورس بیشتر است یا ارز دیجیتال؟

□ بورس بستری امن برای سرمایه‌گذاری‌های قانونی بلندمدت

به روزترین مقالات و گزارش‌ها و آخرین اخبار

دولت الکترونیک و شبکه ملی اطلاعات



پایگاه خبری و اطلاع رسانی



مارادر شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید



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

جهت ارسال مقاله، گزارش و خبر: تلفن: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵
شماره مستقیم سردبیر: ۰۹۲۱۲۷۸۹۴۰۶



ارزهای دیجیتال بانک مرکزی، تاثیر انقلابی به همراه دارد!

کریستالینا جورجیوا (Kristalina Georgieva) مدیر عامل صندوق بین‌المللی پول در اعلامیه‌ای در ۱۵ اکتبر در مورد دوران جدیدی برای سیاست‌های پولی و مالی کشورها صحبت کرد. صندوق بین‌المللی پول که در منطقه Bretton Woods شکل گرفت، اینک خواستار تغییر وضعیت موجود است.

Bretton Woods منطقه‌ای است که بعد از جنگ جهانی دوم کنفرانس حکومت‌ها در آن برگزار شد و یک سیستم مديیریتی پولی جهانی در آن اعمال شد. اینک جورجیوا معتقد است که در این بحران پیش‌آمده برای جهان باید بهتر عملکرد و اقدام به تغییر وضعیت موجود کرد. به نظر می‌رسد که ارزهای دیجیتال بانک‌های مرکزی (CBDCs) در این تحولات نقشی اساسی ایفا کنند. ارزهای دیجیتال بانک‌های مرکزی قرار است از جانب حکومت‌ها و با تکیه بر فناوری تحول‌آفرین بلاک‌چین ایجاد شوند.

ارزهای دیجیتال بانک‌های مرکزی است و این فاجعه‌ای برای حریم خصوصی است و حکومت‌ها به پیگیری و ثبت همه تراکنش‌های شما می‌پردازند. به این ترتیب، حکومت‌ها می‌توانند به تایید و یا رد هر یک از تراکنش‌های افراد پردازند و اجازه خرید کالاهایی که از منظر آنها غیر مجاز است را به مردم ندهند.
کم شدن تعداد بانک‌ها

این تحول بزرگ، خبری وحشت‌ناک برای بانک‌های است و آنها مورد حمله بانک‌های مرکزی، شرکت‌های فین‌تک (fintech) و شرکت‌های ارز دیجیتال واقع خواهند شد. ارزهای دیجیتال بانک‌های مرکزی این امکان را برای آنها فراهم می‌کنند که به دور زدن تمامی سیستم بانکی و حتی سیستم SWIFT اقدام کنند و در

ارزهای دیجیتال بانک‌های مرکزی اخیراً بسیار مورد توجه قرار گرفته‌اند. بانک مرکزی ایالات متحده به ایجاد دلار دیجیتال فکر می‌کند و اتحادیه اروپا نیز در اندیشه یوروی دیجیتال است. چین یوان دیجیتال خود را ایجاد کرده و اینک در حال آزمایش آن است. به نظر می‌رسد که به زودی تمامی پول‌های جهان دیجیتال شوند. برای درک این تغییر و تحول بزرگ، باید به شش عامل مهم توجه شود که در ادامه مورد بحث قرار می‌گیرند.

مهمنترین تأثیرات ارزهای دیجیتال بانک‌های مرکزی از دست و قلن آزادی‌ها

استفاده از اپلیکیشن‌های دیجیتال تنها راه استفاده از ارزهای

نتیجه بانک‌ها نقش خود را در سیستم مالی به مرور از دست خواهند

چین ابرقدرت شماره یک

چین چندین سال است که در زمینه ارزهای دیجیتال کارمی کند. آنها اینک فعالانه در حال آزمایش این فناوری هستند. امروزه ۷۰ درصد تجارت جهانی از طریق دلار انجام می‌شود، اگرچه ایالات متحده تنها ۲۰ درصد از اقتصاد جهان را تشکیل می‌دهد. چین در زمینه ارزهای دیجیتال بانک‌های مرکزی حدود دو سال از ایالات متحده و اروپا جلوتر است. اگر چین بتواند قبل از همه پول خود را دیجیتال کند، یوان برای مردم جهان بیش از دلار در دسترس خواهد بود و این به معنی ابرقدرت شدن چین در جهان است.

چگونه می‌توانیم از خودمان محافظت کیم؟

با توجه به آنچه که تا به حال در این مقاله خواندیم، به نظر می‌رسد که سقف جهان در حال فروپاشی بر سر ماست و ما در وضعیتی بسیار نامطلوب به سر می‌بریم، اما باید گفت که ارزهای دیجیتال بانک‌های مرکزی در واقع قایق نجاتی برای بیت‌کوین هستند. ارزهای فیات به مرور زمان ارزش کمتری به نسبت دارایی‌هایی مانند طلا و بیت‌کوین پیدا خواهند کرد و این به معنی افزایش ارزش این دارایی‌ها به مرور زمان است.

واضح است که مردم در نهایت بیت‌کوین را انتخاب خواهند کرد زیرا از طریق آن می‌توانند به دریافت، انتقال و ذخیره پول پردازنند و هیچ مقام متمرکزی نیز در این میان آنها را کنترل نخواهد کرد. ارزهای دیجیتال بانک‌های مرکزی منجر به چاپ زیاد پول می‌شوند و مردم به مرور در اثر استفاده از این ارزها، ثروت خود را از دست خواهند داد. مالیات مردم در اثر استفاده از این ارزها افزایش خواهد یافت و این ارزها مصیبتهای بزرگ برای آزادی و حریم خصوصی خواهند بود. بنابراین این تحول بزرگی که در ابتدای مقاله از آن صحبت شد، نه تنها اقتصاد جهانی را بهبود نمی‌بخشد، بلکه آن را بیشتر گرفتار بحران خواهد کرد.

منبع: میهن بلاک چین

داد. شاید این یکی از دلایل فروش سهام بانکی از جانب وارن بافت (Warren Buffet) باشد. ممکن است همان طوری باشد که آنتونی پاپلیانو (Anthony Poplano) می‌گوید و زمان خرید بیت‌کوین و فروش سهام بانکی فرا رسیده باشد.

جمع آوری فوری مالیات

ارزهای دیجیتال بانک‌های مرکزی روشی تحول‌آفرین برای جمع آوری مالیات هستند که کاملاً سیاست‌های مالی حکومت‌ها را عوض می‌کنند. بانک‌های مرکزی از این طریق می‌توانند سیستم مالی محلی را دور بزنند و پول را مستقیماً از کیف پول افراد بردارند. آنها از این طریق قادر به مدیریت سیاست‌های مالی در خارج از تراز نامه‌های حکومتی خواهند بود.

راه‌اندازی در آمد پایه جهانی

درآمد پایه جهانی یک برنامه حکومتی است که در آن هر فرد بزرگ‌سالی به طور منظم پول رایگان دریافت خواهد کرد. بانک‌های مرکزی می‌توانند این درآمد را بدون هیچ کمکی از جانب حکومت‌ها به افراد بدهند. فرض ارزهای دیجیتال بانک‌های مرکزی در مورد ارسال بسته‌های یارانه و معیشتی می‌توانند تماماً تحول‌آفرین باشند و همه چیز را تغییر دهند. افراد می‌توانند مستقیماً پرداختی‌ها را از جانب حکومت‌ها در کیف پول‌های دیجیتال خود دریافت کنند. اما نکته مهمی در اینجا وجود دارد که نباید فراموش کرد و آن این است که این درآمد پایه منجر به افزایش تورم خواهد شد و افزایش تورم نیز خود یک مالیات نهفته است.

انتشار جهانی فرخ‌های سودمند

ارزهای دیجیتال بانک‌های مرکزی می‌توانند نرخ سود منفی را به همگان تحمیل کنند. بانک مرکزی می‌تواند به راحتی این نرخ سود را از کیف پول دیجیتال شما کم کند. به عنوان مثال، آنها می‌توانند مستقیماً به صاحبان رستوران یارانه بدهند و از طرف دیگر، نرخ سود منفی را به دارندگان حساب‌های بزرگ تحمیل





یوان دیجیتال چین می‌تواند با دلار رقابت کند؟ نبرد تازه‌نفس علیه واحد پرنس

ارز دیجیتال چین موقعیت بین‌المللی رنمینبی را تقویت می‌کند، اما ضعف در بازارهای مالی چین باعث می‌شود ارز چین به این زودی‌ها نتواند دلار را از عرصه رقابت و جایگاه اصلی‌اش دور کند.

هونگ‌تران یکی از اعضای ارشد غیرمیم شورای آتلانتیک و معاون مدیر صندوق بین‌المللی پول در تارنمای اینترنتی اندیشکده شورای آتلانتیک نگاهی به تلاش‌های چین برای توسعه یوان دیجیتال و پیامدهای آن انداخت و نوشت: به نظر می‌رسد کشور چین در تلاش برای استفاده از ارز دیجیتال پیش‌گام شده است.

ارزهای دیجیتال را معادل یوان فیزیکی به عنوان خسارت قانونی به بانک‌های تجاری می‌پردازد تا پس از تأمین نیازهای مشتریان خود آن‌ها را به مصرف‌کنندگان نهایی بفروشند.

برخی احتمال این را می‌دهند که ارز دیجیتال و پرداخت الکترونیکی، یوان را به عنوان جایگزینی برای دلار آمریکا در پرداخت‌های بین‌المللی تقویت کند که البته مدتی طول می‌کشد تا رنمینبی بتواند به طور جدی نقش اصلی دلار آمریکا را به چالش بکشد.

ارزهای دیجیتالی در کیف پول‌های دیجیتالی تأیید شده توسط بانک خلق چین ذخیره می‌شوند و این ارزهای را می‌توان بدون حضور واسطه‌ها به طور مستقیم در بین کیف پول‌ها انتقال داد. گفته می‌شود ارزهای دیجیتال قابلیت هماهنگی با سازوکارهای پرداخت دیجیتال موجود مانند عالی‌پی و وی‌چت (با تکیه بر کدهای QR) را دارد و همچنین می‌توان با قراردادن دو تلفن همراه نزدیک یکدیگر، بدون ارتباط اینترنتی یا تلفنی، تنها با استفاده از پروتکل‌های ارتباطی نزدیک به زمین ارزها را انتقال داد.

ارزهای دیجیتال هزینه‌هارا کاهش می‌دهند

با این ویژگی‌ها، قطعاً ارزهای دیجیتال می‌توانند هزینه‌ها را کاهش دهند و کارایی پرداخت‌های مرزی را با استفاده از یوان که

بانک خلق چین (PBOC) به اولین بانک مرکزی بزرگ تبدیل شده است که ارزهای دیجیتالی خود را به صورت ارز دیجیتال / پرداخت الکترونیکی (DCEP) را در مقیاس گسترده ارائه می‌کند. این بانک امیدوار است که از طریق ارز دیجیتال و پرداخت الکترونیکی جدید خود بتواند کارایی سیستم پرداختش را بهبود بخشد، توانایی خود را برای نظارت بر معاملات مالی که می‌تواند به دولت در مبارزه با کلاهبرداری، فرار مالیاتی و پول‌شویی کمک کند در زمان واقعی افزایش دهد و همچنین این موضوع شامل بهبود منابع مالی می‌شود.

یوان دیجیتال جایگزینی برای دلار آمریکا

این در حالی است که برخی احتمال را این می‌دهند که ارز دیجیتال و پرداخت الکترونیکی (رنمینبی RMB یا یوان)، ارز یوان را به عنوان جایگزینی برای دلار آمریکا در پرداخت‌های بین‌المللی تقویت کند که البته مدتی طول می‌کشد تا رنمینبی بتواند به طور اصلی دلار آمریکا را به چالش بکشد.

مطمئناً ارز دیجیتال موقعیت بین‌المللی رنمینبی را تقویت می‌کند، اما ضعف در بازارهای مالی چین باعث می‌شود ارز چین به این زودی‌ها نتواند دلار را از عرصه رقابت و جایگاه اصلی‌اش دور کند. با استفاده از یک ساختار دوسرطحی، بانک خلق چین

ایجاد حساب‌های کارگزاری داخلی می‌دهد. اوراق قرضه رنمینی چین نیز با داشتن بخشی از شاخص‌های جی‌بی مورگان و بلومبرگ قرار است در شاخص‌های جهانی اوراق قرضه راسل Russell FTSE قرار بگیرد.

در نتیجه، دارایی‌های بین‌المللی اوراق قرضه رنمینی داخلی چین از ۲۰۱۹ ۱۸ تریلیون یوان (۳۲۷ میلیارد دلار) در پایان سال ۲۰۱۹ به حدود ۳ تریلیون یوان (۴۵۵ میلیارد دلار) در پایان ماه اکتبر رسیده است.

چین اقداماتی را برای سهولت سرمایه‌گذاران بین‌المللی در اوراق قرضه داخلی و بازارهای سهام خود انجام داده است و عمدتاً از طریق برنامه‌های باند Bond و استاک کانکت Stock Connect و به خارجی‌ها امکان خرید / فروش اوراق بهادر داخلی را بدون نیاز به ایجاد حساب‌های کارگزاری داخلی می‌دهد.

اما حتی با انجام آخرین اصلاحات، بازارهای مالی و نظارتی چین هنوز راهی طولانی دارند که بتوانند با ازرهای، نقدینگی و پیچیدگی بازارهای مالی و شفافیت و قابلیت اطمینان‌بخشی در چارچوب قانونی و نظارتی در ایالات متحده و سایر مراکز عمله مالی در غرب مقابله کنند.

اقتصاد چین بهزودی بزرگ‌ترین اقتصاد در جهان می‌شود

به طور خلاصه، ارز دیجیتال/پرداخت الکترونیک کارایی استفاده از رنمینی در پرداخت‌های بین‌المللی را بهبود می‌بخشد و از نقش رو به رشد آن پشتیبانی می‌کند زیرا اقتصاد چین بهزودی بزرگ‌ترین اقتصاد در جهان می‌شود.

اما با توجه به عدم تبدیل کامل ارز و ضعف در بازارهای مالی چین، مدتی طول می‌کشد تا رنمینی بتواند دلار آمریکا را که حدود ۴۰ درصد از حجم معاملات سوئیفت را در مقابل ۲ درصد رنمینی تشکیل می‌دهد به چالش جدی بکشد.

ارز دیجیتال/پرداخت الکترونیک کارایی استفاده از رنمینی در پرداخت‌های بین‌المللی را بهبود می‌بخشد و از نقش رو به رشد آن پشتیبانی می‌کند زیرا اقتصاد چین بهزودی بزرگ‌ترین اقتصاد در جهان می‌شود

تارنمای شورای آتلانتیک در انتها نوشت: در بلندمدت رنمینی برای رسیدن به این موقعیت رقابتی، قبل از اینکه امیدوار باشد که دلار قدرتمند را به چالش بکشد ابتدا باید از سهام یعنی (۴ درصد)، پوند استرلینگ (۷ درصد) و یورو (۳۷ درصد) در سهام پرداخت‌های بین‌المللی سبقت بگیرد.

منبع: بازار

عمدتاً از طریق سیستم پرداخت بین‌بانکی بین مرزی چین انجام می‌شود، بهبود بخشنده.

سیستم پرداخت بین‌بانکی بین مرزی چین در سال ۲۰۱۵ برای تسهیل روند نقل و انتقالات بانکی در معاملات بین‌المللی رنمینی، ۱۳۷ میلیارد یوان (معادل ۱۹.۴ میلیارد دلار) در روز پرداخت که شامل ۱۰۳۳ شرکت کننده در نواد و شش کشور - در مقایسه با ۶۵ تریلیون دلار در روز بهاندازه صورت‌های مالی از طریق انجمن ارتباطات مالی بین‌بانکی در سراسر جهان می‌شد.

ارزهای دیجیتال به پیشبرد استفاده بین‌المللی رنمینی به روشه کنترل شده به چین کمک می‌کند، زیرا بانک مردمی چین است که تعیین می‌کند چه کسی می‌تواند در شبکه ارزهای دیجیتال/پرداخت الکترونیک شرکت کند.

بسیاری از کشورهای شرکت کننده در طرح کمربند و جاده چین و کشورهایی مانند روسیه، ایران و ونزوئلا که تحت تحریم مالی ایالات متحده هستند به طور فزاینده‌ای معاملات تجاری و سرمایه‌گذاری خود را با استفاده از رنمینی به چین پرداخت کرده‌اند. این کشورها از ارز دیجیتال جدید بهره‌مند می‌شوند و رنمینی در حال حاضر برای تسویه‌حساب ۲۰ درصد تجارت خارجی چین استفاده می‌شود

نگرانی‌های دار خصوص یوان دیجیتال

با توجه به اینکه توجه سایر کشورها به جز کشورهای گفته شده به استفاده از رنمینی معطوف می‌شود، با این حال، این سؤال مطرح می‌شود که چگونه جامعه بین‌المللی مزایای نسبی رنمینی را در پرداخت‌های مرزی در مقایسه با استفاده از دلار و سایر ارزهای اصلی که از طریق انجمن ارتباطات مالی بین‌بانکی است و شامل ۱۱۰۰۰ موسسه مالی در ۲۰۰ کشور می‌شود را می‌سنجد؟

یوان دیجیتالی می‌تواند کارایی را بهبود بخشد و هزینه‌های معامله را کاهش دهد، اما این مورد فقط مدنظر نیست. بسیاری از کشورها درباره حریم خصوصی این که آیا می‌توان به توانایی مقامات چینی برای کنترل هر معامله ارز دیجیتال اعتماد کرد؟ و عدم قابلیت تبدیل رنمینی و بازارهای مالی و چارچوب نظارتی نسبتاً توسعه‌نیافتہ در چین نگران هستند.

سهولت برای سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاران بین‌المللی

در مورد این نکته آخر باید گفت که چین اقداماتی را برای سهولت سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاران بین‌المللی در اوراق قرضه داخلی و بازارهای سهام خود انجام داده است و عمدتاً از طریق برنامه‌های باند Bond و استاک کانکت Stock Connect و به خارجی‌ها امکان خرید / فروش اوراق بهادر داخلی را بدون نیاز به



قوانين احراز هویت سخت‌گیرانه فرانسه برای رمざرزاها

فرانسه قصد دارد محدودیت‌های شدیدی در حوزه احراز هویت برای تراکنش‌های رمزاژی اعمال نماید. در همین راستا، وزارت دارایی فرانسه به طور رسمی الزامات سخت‌گیرانه احراز هویت برای تراکنش‌های ارز دیجیتال را اعلام کرده است.

تراکنش‌های ارز دیجیتال به ارز دیجیتال را نیز قانون‌گذاری خواهد کرد. به گفته پولروت، این اقدامات از طرف وزارت دارایی به او اطلاع داده شده است چرا که انجمان ارزهای دیجیتال فرانسه یک طرف مشورت قابل اعتماد در مسائل مرتبط با ارزهای دیجیتال است.

پولروت همچنین افزود: "در مجموع چندین وزارتخانه در مباحث مربوط به ارزهای دیجیتال درگیر هستند که شامل وزارت امور داخلی و همچنین کابینه نخست‌وزیری می‌شود." به نقل از منابع آگاه، دلیل اصلی این اقدامات سخت‌گیرانه حملات تروریستی اخیری بوده که در فرانسه رخ داده است. گفتنی است پلیس فرانسه در ماه شهریور و دوهفته قبل از این حملات، ۲۹ نفر را که مظنون به کمک مالی به اسلام‌گرایان افراطی در سوریه با استفاده از ارزهای دیجیتال بودند بازداشت کرده بود.

پیرگای باریگیس، مدیر ارشد فناوری دیجیتال در این رابطه می‌گوید: "آنچه رخ داده این است که یکی از به‌ظاهر ارائه‌دهندگان خدمات دارایی‌های دیجیتال اجازه داده است تا افرادی به خارج

رضاء مؤیدی؛ طبق سند جدیدی که توسط برونو لی‌مایر وزیر دارایی فرانسه منتشر شده است، ارائه‌دهندگان خدمات دارایی‌های مجازی در فرانسه می‌بایست از انجام معاملات ارزهای دیجیتال به صورت ناشناس اجتناب کنند.

قبلاً در منابع خبری اعلام شده بود که به عنوان بخشی از این سخت‌گیری‌ها، احراز هویت در مبادلات با استانداردهای بالاتری انجام خواهند شد. در حال حاضر حتی تراکنش‌های ارز دیجیتال به ارز دیجیتال نیز شامل الزامات احراز هویت قرار می‌گیرند. طبق گزارش‌های منتشر شده، این تصمیم مربوط به حملات تروریستی اخیر به فرانسه است که در اعلامیه‌ای مایر نیز به آن اشاره شده است. گفتنی است علاوه بر اقدامات مربوط به احراز هویت، مقررات مربوط به الزام ثبت‌نام برای صرافی‌های ارز دیجیتال به ارز دیجیتال نیز در راه است.

بر اساس اظهارات سیمون پولروت رئیس انجمان ارزهای دیجیتال فرانسه، وزارت دارایی فرانسه در حال آماده‌سازی طرحی است که نه تنها قوانین احراز هویت سخت‌گیرانه‌تری را بر شرکت‌های ارز دیجیتال در این کشور تحمیل می‌کند، بلکه

شرکت‌هایی که به طور فعالانه افراد مقیم فرانسه را هدف قرار داده‌اند، لازم‌الاجرا خواهد بود. علاوه بر این، لزوم احراز هویت کامل کاربران، مزیت خاص تراکنش‌های ارزهای دیجیتال را از بین می‌برد. همچنین این قانون امکان انجام تراکنش‌های سریع با مبالغ هزار یورو یا کمتر را که تا پیش از این به احراز هویت نیازی نداشت حذف می‌کند.

در حال حاضر در فرانسه صرفاً صرافی‌هایی که خدمات تبدیل ارزهای دیجیتال به ارزهای ملی و همچنین خدمات نگهداری ارائه می‌دهند مشمول قانون احراز هویت هستند. طبق قانون جدید، شرکت‌هایی هم که تراکنش‌های ارز دیجیتال به ارز دیجیتال انجام می‌دهند تا تاریخ ۲۸ آذر فرصت دارند مجوزهای خود را دریافت کنند. در غیر این صورت مدیران این شرکت‌ها با جریمه‌های نقدی و یا حبس احتمالی مواجه خواهند شد.

پولروت همچنین اذعان می‌کند که در حال حاضر دامنه این اقدامات نیز روشن و مشخص نیست. باید دید آیا صرافی‌های ارز دیجیتال جهانی که در فرانسه فعالیت دارند نیز مشمول این قانون می‌شوند یا خیر. گفتنی است تاثیر این محدودیت‌ها هم به طور کامل مشخص نیست. طبق تحقیقات انجام شده، حجم تراکنش‌های اکوسیستم صرافی‌های فرانسه در مقایسه با همتایان این صنعت نسبتاً کم است.

ناگفته نماند که منبعی در وزارت دارایی فرانسه ضمن تایید قرارگیری اقدامات سخت‌گیرانه در حوزه ارزهای دیجیتال در دستور کار دولت، در این رابطه اظهار کرده است: "دستورالعملی در این هفته ارائه می‌شود و تا پایان ماه فرمانی صادر می‌شود که همه شرکت‌های فعال در حوزه ارزهای دیجیتال ۶ ماه فرصت دارند تا خود را با قوانین جدید تطبیق دهند. در این بازه زمانی، اقدامات دیگری برای پشتیبانی و تسهیل احراز هویت دیجیتال برای کاربران دارایی‌های دیجیتال انجام خواهد شد. با اجرای موارد تسهیل کننده دیگر احراز هویت مضاعف غیرضروری خواهد بود و کاربران فقط کافی است یکبار احراز هویت کنند."

این منبع همچنین این موضوع را که دلیل اصلی وضع این قوانین جلوگیری از تامین مالی تروریسم از طریق ارزهای دیجیتال بوده است را نیز تایید کرد و در این رابطه بیان کرد: "آنچه ما می‌خواهیم در فرانسه انجام دهیم، مبارزه با تامین مالی تروریسم از طریق ارزهای دیجیتال است، اما هدف کلی ما تقویت نوآوری از طریق این دارایی‌هاست. ما این دو موضوع را در سطح اتحادیه اروپا نیز مطرح می‌کنیم."

منبع: بازار نیوز

از کشور بهویژه سوریه و ترکیه پول ارسال کنند. در نتیجه این ارائه‌دهنده با تحقیقاتی از سوی سرویس‌های امنیتی مواجه شد که پس از آن، پلیس عملیاتی را برای دستگیری این افراد آغاز و اعلام کرد از بیت‌کوین برای تامین مالی تروریسم استفاده شده است.

بعد از این ماجرا وزیر دارایی اعلام کرد که ما نیازمند این هستیم که ارزهای دیجیتال را خیلی بهتر کنترل کنیم."

در ماه مهر وزیر دارایی فرانسه در تلویزیون ملی اعلام کرد که این کشور طرحی برای تشديد کنترل وجهه مالی ارائه می‌دهد، زیرا ارزهای دیجیتال یک مشکل واقعی در تامین مالی تروریسم هستند. در این خصوص، پولروت این اقدامات را یک موضع گیری سیاسی توصیف کرده و می‌گوید: "دولت باید واکنش نشان می‌داد، موضع می‌گرفت و به طور کلی کاری انجام می‌داد تا نشان دهد در حال مبارزه با تروریسم است."

بر اساس اظهارات اولیه، وزارت دارایی به عنوان اولین اقدام پیشنهادی، در این هفته فرمانی را منتشر می‌کند که بر اساس آن احراز هویت برای همه تراکنش‌های ارزهای دیجیتال از جمله تراکنش‌های ارز دیجیتال به ارز دیجیتال را اجباری می‌کند. گفتنی است این فرمان بر اساس اصل حاکمیت قانون و اصول پذیرفته شده قانونی است و هیچ کدام از مراحل تصویب پارلمانی را طی نمی‌کند.

احراز هویت کامل همه تراکنش‌های ارزهای دیجیتال به این معنی است که همه صرافی‌های ارز دیجیتال و دیگر شرکت‌هایی که در این حوزه فعالیت می‌کنند، بدون توجه به حجم و میزان تراکنش باید مشتریان خود را احراز هویت کنند. به عبارت دیگر همه تراکنش‌های ارز دیجیتال با ارزشی بیش از صفر یورو باید مراحل کامل احراز هویت را طی کنند و به دو نوع مدرک هویتی دولتی نیاز دارند. در حال حاضر احراز هویت صرفاً برای تراکنش‌هایی اعمال می‌شود که از هزار یورو فراتر می‌رود و در آن ارز دیجیتال به ارز فیات تبدیل می‌شود.

به طور قطع هر مقرر ای که اعلام شود برای همه شرکت‌هایی که در حوزه ارزهای دیجیتال در فرانسه فعالیت دارند و همچنین





کیف پول های کریپتو قانون گذاری می شوند! شایعه یا حقیقت؟

شایعات اخیر در مورد قوانین ایالات متحده در زمینه قانون گذاری کیف پول های کریپتو خصوصی، توجه های بسیاری را به خود جلب کرده است. به عنوان مثال، پیشنهادی که ماه گذشته توسط مقامات ایالات متحده برای پایین آوردن آستانه پول شویی در تراکنش های بین مرزی مطرح شد، نشان از این دارد که منوجین (Mnuchin)، وزیر خزانه داری آمریکا سریعا در حال وضع قوانین بیشتر و بیشتری در زمینه ارزهای دیجیتال است.

جواب داده است. منوجین تا ۲۰ ژانویه فرصت دارد که چیزهایی را که می خواهد به انجام برساند.

نیوتن بر این باور است که این موضوع با این دوره پاسخ دهی سریع ۳۰ روزه به نتیجه رسیده است و آنها می خواهند این تغییر قانون قبل از رفتن منوجین انجام شود. جوزف وینبرگ Travel (Joseph Weinberg) که یکی از سازندگان قانون بانکی Rule است، ابراز داشته که صنعت کریپتو و قانون گذاران مختلف آن در مرحله آموزش هستند و ملاحظات پیرامون کیف پول های کریپتو که غیر مرکز هستند باید با دقت انجام شود.

وینبرگ در این باره چنین می گوید: اگر قانونی سریعا بیرون داده شود، من واقعاً متعجب خواهم شد. عکس العمل سریع چیزی نیست که باید روی دهد زیرا مردم متوجه شده اند که اگر با هم دیگر کار کنیم، می توانیم این مشکلات را حل کنیم. روش های مختلف برای حل این موضوع وجود دارد و لازم نیست که یک نسخه دهه از سوئیفت را برای کریپتو اعمال کنیم تا قضیه در یک سال حل شود.

کیف پول های کریپتو خصوصی

شفافیت در مورد آنچه منظور قانون گذاران در مورد کیف پول های ارز دیجیتال خود میزبان است، از اهمیت برخوردار است و همچنین لازم است بدانیم که این چگونه به توصیه های جهانی گروه ویژه اقدام مالی (FATF) مربوط است. این شامل ایجاد یک پل اطاعت از قانون بین کیف پول های میزبانی شده توسط یک

شبکه مقابله با جرایم مالی ایالات متحده (FinCEN) و بانک مرکزی پیشنهاد تغییر قانون را داده اند و به موجب آن آستانه تراکنش های بین مرزی برای مقابله با پول شویی از ۳۰۰۰ دلار به ۲۵۰ دلار کاهش می یابد. این پیشنهاد تغییر قانون نگرانی هایی را در مورد حریم خصوصی کاربران ایجاد کرده است اما نگرانی مهم تر را برایان آرمسترانگ (Brian Armstrong) مدیر عامل کوین بیس در توییت های خود در مورد تهدید علیه کیف پول های کریپتو که از اصول اساسی فضای ارز دیجیتال هستند، مطرح کرد.

وضع قانون جدید برای جلوگیری از پول شویی

شایان ذکر است که دوره پاسخگویی برای قانون تغییر آستانه انتقالات بین مرزی به ۲۵۰ دلار، تنها ۳۰ روز مهلت پاسخگویی دارد و این در حالی است که معمولاً ۳۰ تا ۹۰ روز برای پاسخگویی به این گونه امور در نظر گرفته می شود. یک شایعه جالب دیگر این است که این تغییرات قوی تر قانون، مستقیماً از جانب منصوبین سیاسی می آیند و این طور نیست که از جانب افرادی باشند که حرفه دراز مدتی را در FinCEN و یا در سیاست گذاری تجربه کرده باشند.

جاستین نیوتن (Justin Newton) مدیر عامل Netki که راه حلی فنی برای مطابقت کریپتو با قوانین ضد پول شویی است، در این باره اظهار داشته است که: بسیاری از افراد در FinCEN، افرادی حرفه ای هستند که ۱۰ سال است در این سازمان کار می کنند و آنها فرآیندی آهسته و ثابت برای انجام امور دارند که این واقعه به خوبی

مجازی داشته است و رهنمودهایی را در این راستا دریافت کرده است. او در این باره می‌گوید: گفتگوهایی در مورد این موضوع انجام شده است. نظر ما این است که تحمیل مدل +Swiss آیده بدی است.

در اینجا دیگر فراهم‌کنندگان خدمات دارایی مجازی نمی‌توانند بدون نوعی اظهار شناخت مشتری اقدام به دریافت و ارسال وجه از کیف پول‌های غیرمت مرکز ارز دیجیتال کنند. این مدیریت پول را برای مردم مشکل تر خواهد کرد و افراد برای ارسال پول به کسب‌وکارها و یا خانواده خود با مشکل روپرتو خواهند شد. این اقدامی کوتاه‌نظرانه است که مجرمان را متوقف نخواهد کرد زیرا آنها به سادگی از فنون لایه‌بندی برای دور زدن این کنترل‌ها استفاده می‌کنند.

ممنوع کردن کریپتو

در نهایت باید به این نکته اشاره کنیم که سیون جونز (Sian Jones) یکی از شرکای نهاد مشاوره XReg و مغز متفکر پشت استاندارد ارسال پیام FATF در زمینه کریپتو، در مورد شایعات موجود در مورد قوانین ایالات متحده در زمینه کف پول‌های کریپتو ابراز داشته که این شایعات کاملاً محتمل هستند. جونز در این باره می‌گوید که: ایالات متحده از پرسرو صدارتین حکومت‌هایی است که پیرامون FATF جمع شده‌اند. اکثر این قوانین توسط ایالات متحده هدایت می‌شوند که قوانین سخت‌گیرانه‌ای برای یک رژیم نسبتاً سخت‌گیر هستند. سیاستمدارانی که در آنجا هستند و عمدتاً همین افرادند، این گونه امور را ترویج می‌دهند. آنها هنوز هم معتقدند که اگر در مورد چیزی راضی نباشند، می‌توانند آن را تحریم کنند و آنها تها کشوری هستند که از این اصطلاحات در صحبت‌هایشان استفاده می‌کنند.

جونز به تفاوت‌های ظریف زبانی اشاره می‌کند و اشاره می‌کند که FATF از کیف پول‌های بدون میزان صحبت می‌کند، در حالی که همه در صنعت کریپتو این کیف پول‌ها را با نام کیف پول‌های خود می‌شانند. جونز ابراز می‌دارد که این نکته چیزهای زیادی را نشان می‌دهد. سیاستمدارها کیف پول‌های کریپتو را چیزی کنترل نشده و بدون میزان می‌بینند که قانون‌گذاری نشده است. اما افرادی که در صنعت ارز دیجیتال هستند، این کیف پول‌ها را به عنوان چیزی در انحصار خود می‌دانند و به همین دلیل، دیدگاه آنها با دیدگاه سیاستمداران آمریکایی بسیار متفاوت است.

وزارت خزانه ایالات متحده تاکنون توضیحی در مورد این موضوعات نداده است. یکی از نمایندگان FATF ابراز داشته که این گروه هیچ توضیحی در مورد شایعات نمی‌دهد.

منبع: میهن بلاکچین

فراهم‌کنندۀ سرویس دارایی مجازی و یک کیف پول ارز دیجیتال خصوصی و یا بدون میزان است.

نیوتن بر این باور است که اهتمام کامل باید در زمینه کیف پول‌های بدون میزان در نظر گرفته شود و این باید دقیقاً مشابه بررسی تحریم‌ها و سازوکارهایی باشد که در جهان امور مالی سنتی انجام می‌گیرد. او در این باره می‌گوید: مهم نیست که طرف دیگر تراکنش یک بانک، فراهم‌کنندۀ سرویس دارایی مجازی، خواربارفروشی و یا یک فرد عادی باشد، تحریم‌ها باید برای هر تراکنشی که روی می‌دهد، اعمال شوند.

نکته دیگری که باید مورد توجه قرار داد این است که ایالات متحده از این طریق می‌خواهد به تصویب تعادلی قانون در مورد کیف پول‌های کریپتو خود میزان پردازد و ایالات متحده اولین FINMA کشوری نیست که چنین کاری را انجام می‌دهد. نهاد در سوئیس، رهنمودهایی را در ژانویه ۲۰۲۰ معرفی کرد و در آن صرافی‌ها ملزم به اعمال قانون Travel Rule در تراکنش‌های بالای ۱۰۰۰ دلار شدند و همچنین می‌باشد کیف پول‌های ارز دیجیتال غیرمت مرکز نیز تایید می‌شد.

نفاس با FATF

مالکولم رایت (Malcolm Wright) ریاست شورای مشاوره در گروه ترید صنعتی Global Digital Finance ابراز داشته که موضوع کیف پول‌های خصوصی در صف اول موضوعات مورد بحث FATF در امسال بوده است و همکاری قابل توجهی با بخش خصوصی از طریق گروه VACG انجام شده است. با این حال، ایالات متحده از پذیرنده‌گان اولیه قانون‌گذاری در زمینه ارزهای دیجیتال بوده است و اقداماتی بنیادین برای بهبود صنعت کریپتو را نیز در این راستا انجام داده است.

رایت می‌گوید: اگر شایعاتی که برایان آرمستانگ مدعی آن شده، درست باشند، ما امیدوار خواهیم بود که دولت وارد این صنعت شود زیرا که FATF از طریق VACG تضمین حاصل می‌کند که تاثیر و شکل پیشنهادها مناسب باشد و برای نوآوران مسئول بازدارنده نباشد.

بخش‌های خاصی از بررسی ۱۲ ماهه‌ای که این تابستان توسط FATF صادر شد به مسیر پیش‌رو در ارتباط با کیف پول‌های کریپتو بدون میزان اشاره دارد. علاوه بر این، نهاد JFSA که گروه را رهبری می‌کند، موضوع فقدان اطلاعات هویتی در مورد کیف پول‌های غیرمت مرکز را مورد بحث قرار داده است.

دیو جونز (Dave Jevans) مدیر عامل سازمان تحلیلگر بلاک چینی CipherTrace ابراز داشته که این سازمان تحلیلگر از سال ۲۰۱۹ جلساتی با FinCEN، خزانه و FATF در مورد دارایی‌های



چگونه از کیف‌پول‌های ارز دیجیتال محافظت کنیم؟

■ مصصومه نیکنام

تبليغات اغواکننده‌ای مانند فروش کیف‌پول‌های دیجیتال در بستر فضای مجازی قابلیت آن را دارند تا سرمایه کاربران را از آنها برباید، از این رو باید هشدارهای پلیس را در این مورد جدی گرفت.

کیف‌پول‌های دیجیتالی یکی از کلیدی‌ترین ابزارهای در معاملات و سرمایه‌گذاری‌های مرتبط با ارزهای دیجیتال است که امروزه رو به فرآگیر شدن گام بر می‌دارند. کیف پول دیجیتال در واقع یک کیف پول نرم‌افزاری است که کلیدهای عمومی و خصوصی مرتبط با بلاک چین را در خود نگه می‌دارد. از این کلیدها برای ارسال و دریافت داده‌های دیجیتالی در بلاک چین و ردبایی مانده حساب ارزهای دیجیتالی استفاده می‌شود. اگر فردی بخواهد بیت‌کوین یا هر ارز دیجیتالی دیگری را استفاده کند حتماً به یک کیف پول دیجیتالی نیاز خواهد داشت.

کیف‌پول‌های آفلاین، اما، توسط هکرها هک نمی‌شوند چرا که دسترسی به اینترنت برای آنها محدود است و به هیچ سازنده‌ی شخص ثالثی نیز مرتبط نیستند.

با اینکه تجربه نشان داده کیف‌پول‌های آنلاین نسبت به حملات هکرها آسیب‌پذیری بیشتری دارند، اما لازم است تا اقدامات امنیت مناسب در ارتباط با تمام کیف‌پول‌ها در نظر گرفته شود. به یاد داشته باشید صرف نظر از نوع کیف پول مورداستفاده، از دست دادن کلیدهای خصوصی شما یعنی از دست دادن پولتنان. در عین حال اگر پول خود را به فردی اشتباه بفرستید یا هک شوید، هیچ راهی برای ادعای از دست دادن پول و برگشت تراکنش وجود ندارد. از همین رو باید بسیار محتاطانه عمل کنید با انتخاب کیف‌پول‌های آنلاین، رسیک همیشگی هک شدن وجود دارد.

بر این اساس پلیس فتا توصیه می‌کند در این شرایط نرم‌افزارهای خود را به روز کرده و با به روز کردن نرم‌افزارهای خود، همیشه امن‌ترین محیط موجود را برای خود فراهم کنید. نه تنها کیف پول

بسیاری از مردم در دنیا از کیف‌پول‌های دیجیتالی استفاده می‌کنند، برخلاف کیف‌پول‌های معمولی، کیف‌پول‌های دیجیتالی هیچ مقدار ارز فیزیکی را در خود جای نمی‌دهند در واقع ارزهای دیجیتالی در هیچ کجا و به هیچ صورت فیزیکی نگهداری نمی‌شوند و تمام اطلاعات و تراکنش‌ها بر روی بلاک چین ذخیره می‌شود. چندین نوع از این کیف‌پول‌ها با روش‌های مختلف در ذخیره‌سازی و دسترسی به ارزهای دیجیتال وجود دارند. کیف‌پول‌ها را می‌توان در سه دسته نرم‌افزاری، سخت‌افزاری و کاغذی دسته‌بندی کرد.

امنیت این کیف‌پول‌ها دارای درجه‌بندی‌های مختلفی است. میزان امنیت آنها به نوع کیف پول مورداستفاده و ارائه‌دهنده سرویس شما بستگی دارد. یک سرور تحت وب به نسبت نمونه‌های آفلاین از امنیت کمتری برخوردار است. کیف‌پول‌ها آنلاین در معرض خطرات گستردگری قرار دارند که به واسطه آنلاین بودنشان می‌توانند طعمه مناسبی برای هکرها تبدیل شوند.

سودجویان قرار گرفته و از آن طریق اقدام به کلاهبرداری کرده و ضرر و زیان جبران ناپذیری به کاربران وارد کنند.

خود را بلکه سیستم‌های رایانه‌ای و تلفن‌های همراه خود را نیز بهروز نگه دارید.

وظایف پلیس فتا و سایر نهادهای برای پیشگیری از سرقت کیف‌های دیجیتالی

پلیس فتا در مقابل پول‌های دیجیتالی رمزینه از جمله بیت‌کوین دو نقش اساسی و مهم دارد؛ اولین مسئله این است که پلیس فتا به عنوان ضابط قضایی باید از وقوع جرم در مسئله پول‌های رمزی جلوگیری کند. مسئله دیگر این است که پلیس فتا باید چالش‌هایی که این دسته از پول‌ها در حوزه امنیت عمومی ایجاد می‌کند را مورد بررسی قرار دهد چرا که از نظر امنیت عمومی، پول‌های مجازی رمزینه می‌توانند ابزاری برای جرم و انگیزه‌ای برای جرم‌های جدید باشند.

حافظت از مردم از جمله ارکان ساختار حاکمیتی کشور است و پول‌های دیجیتالی رمزینه در فضایی متقلبانه استخراج می‌شوند و می‌توانند زمینه وقوع جرایم، کلاهبرداری‌ها و پول‌شویی باشند بنابراین ضروری است تا مردم در مقابل این تهدیدات حفاظت شوند.

مردم باید بدانند که زمینه جرم حتی در بستر رمزنگاری شده نیز وجود دارد، چندی پیش بود که کیف پول بیت‌کوین برخی ایرانی‌ها سرقت شد که اقدامی غیراخلاقی بود؛ البته در گذشته شاهد چنین جرایمی در فضای سایبری از جمله سرقت حساب اپل آی‌دی ایرانی‌ها بوده‌ایم که نشان می‌دهد باید در مقابل تهدیدات آگاه بود. بیت‌کوین یک پول سالم نیست و با استفاده از آن خرید و فروش مواد مخدور، قاچاق انسان و اسلحه می‌شود و کسی نمی‌تواند این اتفاقات را در این فضا متوقف کند. پول‌های مجازی در خدمت بازارهای زیرزمینی جرایم و پول‌شویی هستند. پلیس فتا به دنبال تعیین و تکلیف پول‌های دیجیتالی است و بدین منظور ضروری است تا برای بازار خرید و فروش ارزهای آنلاین در صرافی‌های آنلاین و فیزیکی چهارچوب ایجاد شود.

باید زیرساخت‌های احراز هویت، نظارت و مجازات در این زمینه علاوه بر ایجاد آگاهی عمومی و شناخت کامل مردم نسبت به ارزهای مجازی انجام شوند. شکل جرایم در آینده تغییر می‌باید این مسئله باعث می‌شود تا پول‌های رمزی زمینه‌ای برای وقوع جرایم در آینده باشد بر این اساس قانون‌گذاری در این حوزه یک ضرورت است.

در ادامه این گزارش به نمونه‌ای از کلاهبرداری‌های انجام شده در این زمینه اشاره می‌شود:

کلاهبرداری با فروش ارز دیجیتال از شهروندان

سرهنگ محمدعلی آدینه‌لو رئیس پلیس استان زنجان از

هشدار پلیس برای تبلیغ فروش ارزهای دیجیتال

پلیس فتا نسبت به تبلیغ فروش ارزهای دیجیتال در کanalها و گروه‌های شبکه‌های اجتماعی هشدار داده است چرا که مجرمان سایبری با تبلیغات اغواکننده و اینکه انتقال ارزهای دیجیتال به خارج از مرزهای هر کشوری به راحتی صورت گرفته و بهترین راه برای سرمایه‌گذاری در کشورهای دیگر است شهر وندان را فریب داده و از آن‌ها کلاهبرداری می‌کنند.

نوسان بسیار زیاد و مشکلات قانونی، امنیت سرمایه‌گذار، دست‌کاری در خرید و فروش و همچنین افزایش کلاهبرداری اینترنتی و به خصوص احتمال لو رفتن رمز کیف پول از جمله خطرات ارزهای دیجیتال است. هدایت شهروندان به درگاه‌های فیشینگ بانکی برای خرید ارز دیجیتال یکی از شگردهای مجرمانه سایبری برای سرقت اطلاعات بانکی شهر وندان است.

مجرمان سایبری از بی‌اطلاعی افراد بهره برده و با اخذ وجه از متقارضیان، به آن‌ها وعده ایجاد حساب ارزهای دیجیتال را می‌دهند؛ در حالی که ارزهای دیجیتال بانک نیست که نیاز به افتتاح حساب داشته باشد. خرید و فروش ارز دیجیتال و سرمایه‌گذاری در حوزه ارزهای دیجیتال از شگردهای مجرمان سایبری است که با این شگرد و تبلیغات فراوان در کanalها و گروه‌های شبکه‌های اجتماعی حجم گسترهای پول را به صورت مستقیم یا با سرقت اطلاعات کارت بانکی شهر وندان به سرقت برده‌اند.

ارز دیجیتال نیاز به افتتاح حساب ندارد

پلیس فتا با تجربه تشکیل پرونده‌های در حوزه سرقت کیف‌پول‌های دیجیتالی به لزوم افزایش آگاهی متقارضیان این‌گونه سرمایه‌گذاری‌ها تاکید کرده است چرا که برخی دیگر از مجرمان سایبری از بی‌اطلاعی افراد سوءاستفاده کرده و با اخذ وجه از آنها وعده ایجاد حساب ارزهای دیجیتال را می‌دهند در حالی که ارزهای دیجیتال مانند حساب بانکی نیست که نیاز به افتتاح حساب داشته باشد.

گردندهای این سایتها با سودهای بالا و کارمزد اندک به دنبال جذب کاربران و سرمایه‌گذاری بیشتر آنها بوده و زمانی که به هدف خود رسیدند اقدام به مسدود کردن حساب کاربری طعمه‌های خود می‌کنند.

پلیس فتا به کاربران خرید و فروش آنلاین ارزهای دیجیتال توصیه می‌کند با توجه به اینکه هیچ‌گونه مجوزی برای فعالیت صرافی‌های آنلاین وجود ندارد این امر می‌تواند مورد سوءاستفاده



تعمیرات گوشی تلفن همراه هوشمند بود در مواجهه با ادلہ فنی جرم خود را پذیرفت و اعتراف کرد با سوءاستفاده از اطلاعات مشتریان به داخل گوشی هوشمندی که برای تعییر به وی سپرده شده بود رفته و با سرقت اطلاعات ذخیره شده در آن نسبت به انتقال ارز رمز شاکی به ولت دیگر موجودی حساب وی را خالی کرده است. وی خاطر نشان کرد: در بررسی‌های به عمل آمده از مستندات موجود دو فقره کیف پول دیجیتالی مرتبط با دو پرونده دیگر نیز از متهم به ارزش ۴۵ میلیارد ریال با روش مشابه کشف که متهم به همراه پرونده و مستندات موجود جهت تعیین تکلیف نهایی به دادسرا جرایم رایانه‌ای اعزم شد.

کلاهبرداری ۷۰ میلیاردی‌الی با وعده سرمایه‌گذاری در ارزهای دیجیتال
سردار حسن مفخمی شهرستانی فرمانده انتظامی استان مرکزی درباره جزئیات این خبر گفت: چندی پیش با شکایت چند نفر از شهروندان اراکی مبنی بر کلاهبرداری فردی از آنان با وعده فعالیت پرسود در فضای مجازی، بررسی موضوع توسط تیمی از کارشناسان پلیس فتا استان مرکزی آغاز شد.

وی افود: با دستگیری متهم پرونده و آغاز بازجویی‌های تخصصی پلیس و در بررسی تجهیزات توقيف شده از این فرد، مشخص شد که وی سایتی را به منظور جلب اعتماد مشتریان خود با عنوان خرید و فروش ارز دیجیتال طراحی کرده، ولی مبالغ دریافتی را در سایت‌های قمار و شرط‌بندی استفاده می‌کرده است.

کلاهبرداری به سبک ارز دیجیتال در کانال تلگرام

سرهنگ محمد اقبالی ریس پلیس فتا استان البرز از دستگیری کلاهبرداری خبر داد که از طریق کanal تلگرامی به تغییب افراد برای سرمایه‌گذاری در حوزه ارز دیجیتال اقدام می‌کرد.

وی گفت: با ارجاع پرونده‌ای مبنی بر کلاهبرداری یک کanal

شناسایی و دستگیری ۲ نفر متهم که با شکرد کار در منزل اقدام به کلاهبرداری از افراد می‌نمودند، خبر داد و گفت: با پایش و رصد صورت گرفته توسط کارشناسان پلیس فتا زنجان مشخص شد شخص یا اشخاصی به هویت‌های نامعلوم با تبلیغ و انتشار آگهی‌های دروغین و معروف شرکت‌های سویی با ترفند کار در منزل و کسب درآمد بالا در فضای مجازی، اقدام کلاهبرداری از افراد می‌کردند.

وی ادامه داد: در بررسی‌های فنی و پلیسی، دو نفر متهم به هویت‌های معلوم در یکی از استان‌های هم‌جوار مورد شناسایی قرار گرفتند و با هماهنگی مراجع قضائی به همراه تجهیزات دیجیتالی به پلیس فتا استان دلالت شدند.

این مقام انتظامی ادامه داد: متهمان در تحقیقات اولیه منکر بزه ارتکابی شدند ولی پس از رویه رو شدن با مستندات، ضمن اعتراف به جرم خود اظهار داشتند که با تبلیغات گسترده از فضای مجازی بالاخص شبکه‌های اجتماعی با درج آگهی دروغین کار در منزل و کسب درآمد در فضای مجازی، پس از جلب اعتماد قربانیان ضمن دریافت بیانه برای استخدام، اقدام به کلاهبرداری و پولشویی با سوءاستفاده از کارت‌های بانکی کاربانیان می‌کردند. آدینه لو گفت: این مجرمان سایبری در اظهارات خود به کلاهبرداری بیش از ۱۰ هزار نفر به میزان ۵۰ میلیارد ریال در سراسر کشور اعتراف کرده‌اند.

سرقت از کیف پول دیجیتالی شاکی

سرهنگ جواد جهانشیری رئیس پلیس فتا استان خراسان رضوی از شناسایی و دستگیری سارق ایترنتی خبر داد که کیف پول ارز رمز مشتریان خود را هدف قرار داده بود.

وی گفت: آقایی با در دست داشتن مرجعه قضایی مبنی بر سرقت ولت یا کیف پول دیجیتالی خود به ارزش ۳۴.۰ بیت‌کوین، به پلیس فتا استان مراجعه کرد.

سرهنگ جهانشیری ادامه داد: شاکی در اظهارات اولیه خود به کارشناسان پلیس فتا استان گفت مدتها قبل توسط یکی از دوستانش مقداری از سرمایه خود را به خرید ارز رمز اختصاص داده و با ایجاد کیف پول و در اختیار گرفتن رمز و نام کاربری در انتظار افزایش سرمایه و سود بوده که متأسفانه متوجه شده از کیف پول وی سرقت و دارایی وی توسط فرد ناشناسی به کیف پول دیگری منتقل شده است.

این مقام مسئول با اشاره به تلاش‌های فنی و پلیسی صورت گرفته توسط کارشناسان پلیس فتا از شناسایی عامل انتقال ارز رمز خبر داد و گفت: در پی جستجو و واکاوی مسئله سرنخ‌هایی از سرقت دیجیتالی به دست آمد و در پی بررسی ادله موجود، هویت متهم مشخص و طی فرایندهای بعدی مکان متهم شناسایی شد. رئیس پلیس فتا خراسان رضوی افزود: متهم که مباشر در مغازه



طراحی شده است محتاط باشید. بسیاری از مبادلات و کیف‌های آنلاین از نقص امنیتی در گذشته رنج می‌برند و این خدمات به طور کلی هنوز بهاندازه کافی بیمه و امنیت کافی برای ذخیره پولی مانند یک بانک وجود ندارد. بر این اساس، ممکن است بخواهید از انواع دیگر کیف پول دیجیتال استفاده کنید. در غیر این صورت باید این سرویس‌ها را با دقت انتخاب کنید. علاوه بر این، استفاده از تایید اعتبار دو عاملی توصیه می‌شود.

از نرم افزار آنلاین ویروس و بهروز استفاده کنید

در حالی که کاربران ویندوز معمولاً در معرض انواع مختلفی از نرم افزارهای مخرب قرار دارند، تمام سیستم‌های عامل، سهم خود از برنامه‌های مخرب را دارند؛ بنابراین باید بررسی کنید که آیا کامپیوتر شما یک نرم افزار آنلاین ویروس بهروز نصب شده است یا نه. از آنجا که اغلب حملات سایبری از ویروس‌ها و بدافزار برای دسترسی و دست کاری در دستگاه شما استفاده می‌کنند، اسکن دستگاه قبل از نصب کیف پول شما مهم است.

وارد لینک‌های ناشناخته یا مشکوک نشوید

با فعالیت‌های آنلاین خود مراقب باشید و همیشه لینک و بسایت را بررسی کنید، اگر چیزی عجیب و غریب به نظر برسد. scammers اینترنتی می‌توانند کل و بسایت‌ها را شبیه‌سازی کند و از آدرس اینترنتی تقریباً مشابه آدرس‌های اینترنتی معتبر استفاده کنند. اگر از یک کیف پول آنلاین یا سرویس مشابه دیگری استفاده می‌کنید که در آن باید کلید خصوصی را وارد کنید، اطمینان حاصل کنید که آدرس و بسایت معتبر است.

مقداری کمی برای مصارف روزمره در کیف پول نگه دارید

کیف پول دیجیتال شبیه کیف پول نقد است. اگر هزار دلار در جیب خود نگاه نمی‌دارید، ممکن است بخواهید همین نظر را برای کیف پول دیجیتال هم داشته باشید. به طور کلی، این کار خوب است که تنها مقدار کمی از ارز دیجیتال خود را روی کامپیوتر، موبایل، یا سرور خود برای مصارف روزانه نگه دارید و بخش باقی مانده از بودجه خود را در یک محیط امن تر حفظ کنید.

همواره از کیف دیجیتال خود نسخه پشتیبان تهیه کنید

در یک مکان امن، یک پشتیبان کیف پول شما می‌تواند شما را در برابر شکست‌های کامپیوتری و بسیاری از اشتباهات انسانی

تلگرامی با شیوه معرفی شیوه‌های سرمایه‌گذاری ارز مجازی "بیت‌کوین" با رقم ۲۰۰ میلیون ریال، پلیس فتا بررسی موضوع را به صورت ویژه آغاز کرد. در بررسی‌های اولیه ماموران مشخص شد مبلغ سرمایه‌گذاری شده مال‌باخته از طریق کیف پول مجازی بیت‌کوین در یک سایت خارجی به صورت ارز مجازی دیجیتال استخراج شده و با توجه به این که مالکیت سایت مذکور در یک کشور دیگر قرار دارد، هیچ‌گونه دسترسی به آن وجود ندارد.

سرهنگ اقبالی گفت: در ادامه کارشناسان پلیس فتا با انجام اقدامات پیچیده فنی و پلیسی، گرداننده کanal تلگرامی را در منطقه محمد شهر کرج شناسایی و با هماهنگی مقام قضایی نامبرده را در یک عملیات غافلگیرانه دستگیر کردند.

وی افroot: متهم که انتظار اطلاع پلیس و دستگیر شدنش را نداشت در ابتدا منکر انجام هرگونه اعمال مجرمانه بود اما با مشاهده مستندات الکترونیکی بهناچار لب به اعتراف گشود و اعلام کرد که با ایجاد کانال‌های تلگرامی در حوزه سرمایه‌گذاری بیت‌کوین و فریب افراد مختلف با روش‌های مختلف سرمایه‌گذاری، موجودی کیف پول دیجیتال آن‌ها را برداشت می‌کرد. کاربران به پیشنهادهای نامعقول کلاهبرداران در حوزه ارز دیجیتال اعتماد نکنند و سرمایه خود را در اختیار آنها نگذارند.

روش‌های ایمن نگهدارتن کیف پول دیجیتال

همانند زندگی واقعی، کیف پول دیجیتال باید ایمن باشد. ارزهای دیجیتال امکان انتقال سرمایه ارزی خود را به هر جایی را به آسانی ممکن می‌سازد. چنین ویژگی‌های بزرگی نیز با خطرات امنیتی همراه هستند. در عین حال، همیشه به یاد داشته باشید که این به عهده شما است که روش‌های خوب را برای حفاظت از پولتان به کار بگیرید، چون همیشه ارز دیجیتال مورد علاقه scammers کلاهبردارها و سارقان اینترنتی بوده است.

با توجه به اهمیت امنیت کیف‌های دیجیتالی، پلیس فتا در

این زمینه توصیه‌هایی دارد که در ذیل به آن اشاره می‌شود:

همیشه از یک اتصال امن اینترنت استفاده کنید

اکثر شبکه‌های عمومی آسیب‌پذیر هستند و نقص‌های امنیتی دارند. اگر یک کیف پول دیجیتال روی لپ‌تاپتان دارید، سعی کنید به جای آن از شبکه شخصی خود استفاده کنید و از اتصال به شبکه‌های عمومی به هر قیمتی در هنگام دسترسی به کیف پول دیجیتال خود اجتناب کنید. بهترین کار این است که تنها از خانه یا شبکه‌های شناخته شده استفاده کنید که به راحتی در معرض نقص‌های امنیتی قرار ندارند.

مراقب سرویس‌های آنلاین باشید

شما باید نسبت به هر سرویسی که برای ذخیره آنلاین پولتان

کیف پول آفلاین برای پس انداز استفاده کنید

یک کیف پول آفلاین که به عنوان cold storage نیز شناخته می‌شود، بالاترین سطح امنیتی را برای پس انداز فراهم می‌کند. آن شامل ذخیره‌سازی یک کیف پول در مکانی امن است که به شبکه متصل نیست. زمانی که به درستی انجام شود، می‌تواند حفاظت خوبی در برابر آسیب‌پذیری‌های کامپیوتری ارائه دهد. استفاده از یک کیف پول آفلاین همراه با گرفتن پشتیبان و رمزگذاری نیز یک عمل خوب است.

از کیف پول سخت‌افزاری استفاده کنید

کیف پول سخت‌افزاری بهترین تعادل بین امنیت بسیار بالا و سهولت استفاده است. اینها وسایلی هستند که از ریشه برای کیف پول دیجیتال طراحی شده‌اند. هیچ نرم‌افزاری نمی‌تواند روی آن‌ها نصب شود و آن‌ها را در برابر آسیب‌پذیری کامپیوتر و سارقان آنلاین بسیار ایمن سازد. چون آن‌ها می‌توانند به نسخه پشتیبان اجازه دهنند، اگر دستگاه را از دست بدھید، می‌توانید پولتان را بازیابی کنید.

نرم‌افزار خود را به روز نگه دارید

استفاده از آخرین نسخه از نرم‌افزارهای ارز دیجیتال به شما این امکان را می‌دهد که ثبات و امنیت مهم را دریافت کنید. به‌هنگام‌سازی‌ها می‌توانند از مشکلات شدید مختلف، شامل ویژگی‌های مفید جدید و به حفظ امن کیف پول دیجیتال شما کمک کنند.

مردم بهتر است به منظور پیشگیری از هرگونه دغدغه خاطری نسبت به خرید ارز رمز و نگهداری آن ابتدا دانش و آگاهی خود را بالا ببرند و از ذخیره رمزهای عبور و نام کاربری روی گوشی اکیدا خودداری کنند.

منبع: ایرنا

محافظت کند. همچنین به شما این امکان را می‌دهد که کیف پول خود را پس از دزدیده شدن موبایل یا کامپیوتر خود بازیابی کنید.

رمزگذاری کیف پول دیجیتال خود

کیف پولتان را رمزگذاری کنید یا گوشی هوشمندانه به شما این امکان را می‌دهد که برای هر کسی که تلاش می‌کند هرگونه پول را پس بگیرد، گذر واژه تنظیم کنید. این کار به محافظت در برابر دزدها کمک می‌کند، هرچند که نمی‌تواند در برابر keylogging نرم‌افزاری یا سخت‌افزاری محافظت کند.

هرگز گذر واژه خود را فراموش نکنید

باید مطمئن شوید که گذر واژه را فراموش نمی‌کنید و یا پول شما برای همیشه از دست خواهد رفت. برخلاف بانک شما، گزینه‌های بازیابی رمز عبور بسیار محدودی با ارزهای دیجیتال وجود دارد. در واقع شما باید بتوانید گذر واژه خود را حتی پس از گذشت سال‌ها بدون استفاده از آن به دست بیاورید. در شک، ممکن است بخواهید یک نسخه کاغذی از گذر واژه خود را در مکان امنی مانند یک گاو صندوق نگه دارید.

استفاده از گذر واژه قوی

هر رمز عبور که تنها حاوی حروف یا کلمات قابل تشخص باشد می‌تواند بسیار ضعیف و آسان برای شکست در نظر گرفته شود. گذر واژه قوی باید حاوی حروف، شماره و علائم نقطه‌گذاری باشد و باید حداقل ۱۶ نویسه باشد. بیشتر پسوردهای امن توسط برنامه‌هایی که به طور خاص برای این منظور طراحی شده‌اند، ایجاد می‌شوند. گذر واژه قوی معمولاً به خاطر سپردن آن دشوار است، پس باید مراقب حفظ کردن آن باشید.

باشگاه خبری و اخلاق رسانی

اقتصاد الکترونیکی

www.elececo.ir

مارکار شیوه‌های اجتماعی دنیا

در

elececo
elececo.ir
elececoir
elececoir

به روزترین مقالات و گزارش‌ها و آخرین اخبار
فین‌تک (فناوری مالی)
(بانکداری دیجیتال، ارز دیجیتال و...)

ملهنه

اقتصاد دیجیتال

www.DigitEco.ir

جهت ارسال مقاله، گزارش و خبر:

تلفن و ایمیل: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵

شماره مسندیم سر دیبور: ۰۹۲۱۷۷۸۹۴۰۶

دفتر نشریه: ۶۶۵۲۲۸۳

ایمیل: elececo.ir@gmail.com

ماهنه

اقتصاد دیجیتال

آذرماه ۱۳۹۹ - شماره ۱۱۷ (دوره جدید ۴)

تأمین امنیت نیروی کار ترکیبی در سال ۲۰۲۱ توسط شرکت‌ها

۴-شیوه‌های استفاده مخاطره‌آمیز از داده‌ها وجود نرم‌افزارهای مناسب می‌تواند برای رفتارهای مشکوک هشدارهای واقعی فراهم کند و به مدیران اجازه می‌دهد با کارمندان ارتباط برقرار کنند و نهایتاً بهبود امنیت داده‌ها را فراهم کند.

کنترل دسترسی:

بیشتر شرکت‌های سال‌ها وقت خود را صرف تقویت زیرساخت‌های فناوری اطلاعات در برابر تهدیدات سایبری کرده‌اند، دورکاری مستلزم این است که کارمندان امنیت شبکه شرکت را رعایت کنند و مدیران IT هم کارمندان را برای موقوفیت تجهیز کنند.

بسیاری از کارمندان از واای فای غیر ایمن استفاده می‌کنند که برای متتجاوزان این امکان را فراهم می‌کند که به زیرساخت‌های حیاتی IT دسترسی پیدا کنند، بنابراین لازم است مدیران تیم‌های دورکار را به ابزارهای کنترل دسترسی مجهز کنند که شامل موادر زیر است:

رمزهای حساب استاندارد: کارمندان باید از رمزهای عبور منحصر به فرد و قوی استفاده کنند که به غیر معمول به روز می‌شوند.

سرwis امنیت اطلاعات: واحد امنیت داده‌های شرکت‌ها باید دسترسی به یک سرویس VPN معتبر و احراز هویت چندعاملی را در همه حساب‌های کاربری فراهم نماید.

تشخیص تهدید و سیستم‌های هشدار: کارکنان باید به ابزارهای دیجیتالی مجهز شوند تا بالاترین امنیت ایجاد شود و آنها را از تهدیدات آگاه کنند.

پیام‌های مخرب:

متتجاوزان حتی با سوءاستفاده از نوع دوستی، آسیب‌پذیری، ترس و کنجکاوی مردم در همه‌گیری کرونا اقدام به کلاهبرداری نموده‌اند، به عنوان مثال تعداد کلاهبرداری‌های فیشینگ، پیام‌هایی با ظاهری معتبر که با هدف دسترسی به اطلاعات ارزشمند برای نفوذ به سیستم مالی شرکت‌ها ارسال می‌شود، ۶۶۷ درصد افزایش یافته است.

وقتی کارمندان تحت فشار قرار بگیرند احتمال درگیری شدن با این تهدیدها افزایش می‌یابد، متناسبانه میزان استرس کارمندان در دوران همه‌گیری کرونا بیشتر شده است، ولی اتوماسیون و امنیت سایبری می‌تواند به کاهش این خطر کمک کند، شرکت‌ها باید انرژی و منابع آموزشی خود را صرف ابتکارات آموزشی جدید در این زمینه کنند.

ایمن‌گردن فیروی کارهایبرید:

دستیابی به تحول آسان نیست و مطمئنابی عیوب و نقص هم نخواهد بود، از آنجایی که دورکاری برای ماهها و سال‌ها به عنوان بخش اصلی کار ترکیبی در سال‌های پیش رو خواهد بود؛ باید اطمینان حاصل کنیم که این آرایش شغلی یک فرصت است نه یک تهدید، شرکت‌ها می‌توانند با پرداختن به شایع‌ترین تهدیدات احتمال نقض داده‌ها یا حوادث سایبری را کاهش دهند.

منبع: فتا از هلپ‌نوت اسکیوریتی

همه‌گیری کرونا در سال جاری ما را مجبور کرده است که نحوه زندگی، کار و روابط خود را تغییر دهیم، برای بیشتر مشاغل، این به معنای تغییر سریع و جامع به سمت دورکاری است، نیمی از کارمندان در انتقال سریع به دورکاری مشارکت داشتند.

واضح است که این موضوع فراتر از یک تغییر موقعیتی هست. طبق نظرسنجی انجام شده توسط PCW در ماه ژوئن، حداقل ۸۳ درصد کارکنان می‌خواهند هفته‌ای یکبار دورکاری کنند، ۵۵ درصد دوست دارند حتی پس از اتمام همه‌گیری کرونا نیز به دورکاری ادامه دهند. از آنجایی که شرکت‌ها به دنبال کاهش هزینه‌ها، کاهش گردش مالی و به حداکثر رساندن پتانسیل رشد هستند، دورکاری نقش اصلی را در حال حاضر و آینده ایفا خواهد کرد، در حالی که دورکاری مزایای زیادی دارد، ولی از نظر امنیت سایبری با چالش‌های فراوانی رو برو است.

هزینه و عواقب نقض اطلاعات و وقایع سایبری کاملاً مستند می‌باشد و مزایای این کار ترکیبی جدید را زیر سؤال می‌برد، خوشبختانه شرکت‌ها در این زمینه ناتوان نیستند و می‌توانند با انجام اقداماتی خطر قوی ترین تهدیدها را به حداقل برسانند و فرصت‌ها را به حداقل برسانند.

در ادامه سه خطر اصلی تیم‌های دورکار و اقداماتی که شرکت‌ها می‌توانند انجام دهند، ذکر شده است.

تهدیدهای داخلی:

حتی قبل از فرآگیر شدن دورکاری، تهدیدات داخلی، ناخواسته خطر جدی برای امنیت داده‌ها بود. کارمندان به داده‌های شرکت و مشتری‌ها دسترسی زیادی دارند که اگر کنترل نشوند، می‌توانند حریم خصوص شرکت، مشتری و کارمندان را تضعیف کنند.

این خطرات با افزایش دورکاری بیشتر شده است، تأثیر همه‌گیری نه تنها باعث شده که افراد خودی با هدف ایجاد درآمد اضافی یا اشتغال جدید داده‌های خود را به خطر اندازند، بلکه افراد داخلی به صورت اتفاقی، هنگام دورکاری مستعد خطا هستند.

به عنوان مثال بسیاری از کارمندان مزدین فناوری شخصی و حرفة‌ای را رعایت نمی‌کنند و داده‌های مهم و حساس را به اشتراک می‌گذارند یا به آنها دسترسی پیدا می‌کنند، برای جلوگیری از این مشکل شرکت‌ها باید در زمینه ایجاد و اجرای دستورالعمل‌های مربوط به مدیریت داده‌ها پیش قدم شوند.

در این راستا ارتباطات نقش کلیدی دارد، توجه به ابتکار عمل‌ها و سایر تلاش‌های بمحاذة حفظ اطلاعات کمک می‌کند، با اقدامات ذیل، مدیران IT و CTO می‌توانند از این موارد جلوگیری کنند:

۱-اشتراک داده تصادفی یا مخرب یا انتقال غیر مجاز داده‌ها

۲-دسترسی یا جایه‌جایی غیر مجاز داده‌ها

۳-مدیریت دستگاه برای اطمینان از استفاده حرفة‌ای از آن

راه نشت داده‌های اطلاعاتی مسدود شد

تامین امنیت اطلاعات کسب و کار با زنجیره بلوکی

سرمایه‌گذاری بر روی زنجیره بلوکی به عنوان ابزاری برای کاهش ناکارآمدی‌های صنعتی افزایش یافته است، ابزاری برای ارتقای بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها.

انقلابی در دنیای مجازی

پیش از استفاده از زنجیره بلوکی، همه رایانه‌ها به گره‌های وصل هستند که اطلاعات را توزیع می‌کنند، اما با آمدن این سیستم نوین، با کمک فناوری‌هایی، چون رمزگاری و فشرده‌سازی پیش‌رفته داده‌ها همه رایانه‌ها این اطلاعات را ذخیره و در شبکه توزیع می‌کنند این در حالی اتفاق می‌افتد که این رایانه‌ها همه به هم متصل‌اند و به‌نوعی گره محسوب می‌شوند. به زبان ساده‌تر در زنجیره بلوکی، داده‌ها غیرمت مرکز است و همین موضوع اعتمادها به آن را افزایش می‌دهد. اما اهمیت این فناوری کجاست؟ چرا کشورها و صنایع سرمایه‌گذاری بر روی آن را اینقدر جدی گرفته‌اند و استفاده از زنجیره بلوکی تا این حد گسترش یافته است؟

جواب آن را باید در سبک زندگی نوین پیدا کرد. زندگی در عصر دیجیتال که حتی پول واقعی هم جای خود را به پول دیجیتال داده است. آمارها گواهی می‌دهد که بیش از ۹۲ درصد پول موجود در جهان، دیجیتالی است. این حجم از پول تولید شده توسط بانک‌های خصوصی و اقتصادی نیازمند بستره امن برای تراکنش هستند.

تراکنش‌هایی اینترنتی که با استفاده از داده‌های اطلاعاتی می‌سرشد و با کمک زنجیره بلوکی امنیت آن‌ها تامین می‌شود. زندگی مدرن امروزی بشر را ناخواسته وارد مفاهیم پیچیده و سختی کرده است که لازمه ادامه حیاتش است. اگر کسی در عصر دیجیتال قصد ماندگاری و اثبات توانمندی‌هایش دارد باید به این مفاهیم اعتماد کند و استفاده از آن‌ها را ضروری بداند. در غیر این صورت، نشست داده‌های اطلاعاتی، کسب و کارها و صنایع را زمین می‌زند و به آن‌ها اجازه فعالیتی ایمن و مطمئن نمی‌دهد.

تکمیل حلقه‌های زنجیره بلوکی در کشور

ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از جمله نهادهایی است که در تلاش برای تکمیل زنجیره بلوکی در کشور است. این تلاش هم با شناسایی اجزای زیست‌بوم فناوری و نوآوری این حوزه انجام می‌شود. این ستاد توسعه فناوری بلاکچین یا زنجیره بلوکی را یکی از اولویت‌های فناوری محور و آینده محور خود قرار داده است. اولویتی که با استفاده از ظرفیت‌های دانش‌بنیان‌ها و خلاقان محقق می‌شود.

منبع: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهور

اشتراک‌گذاری داده‌ها الزامی است که وابستگی کاملی با فعالیت‌های اقتصادی این روزها دارد. یعنی اگر می‌خواهیم کسب و کاری موفق داشته باشیم باید از این مسیر گذر کنیم. اما این کار، روزنه‌هایی برای نشت اطلاعات و داده‌های سازمانی و صنعتی ایجاد می‌کند که هزینه‌های مادی و معنوی زیادی برای صاحبان کسب و کار و صنایع به همراه دارد.

تامین امنیت داده‌های کسب و کار به صورت شخصی و با کمک سامانه‌های طراحی شده یکی از روش‌های انتخابی برای صاحبان مشاغل و صنایع است؛ اما ایجاد یک ساختار داده‌ای با قابلیت توافق جمعی در هنگام به اشتراک‌گذاری داده‌ها گزینه دیگری است که امنیت را در سطح بالاتری و در یک همکاری توافق شده به مشاغل هدیه می‌دهد.

زنجدیه بلوکی ابزاری است که از آن سخن می‌گوییم. ساختاری که آن را امن ترین الگوی پایگاه داده می‌دانند و فضایی برای اشتراک‌گذاری داده‌ها ایجاد می‌کند که صنایع، کسب و کارها و افراد حقیقی و حقوقی با خیالی امن به این بستر رجوع کنند و حتی تراکنش‌های مالی خود را هم با کمترین عوارض و لورفت داده‌ها انجام دهند.

کار دیگر بلاکچین یا همان زنجیره بلوکی، افزایش بهره‌وری صنایع است این سیستم طراحی شده است تا ناکارآمدی‌های صنایع را به حداقل برساند. کاری که به افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها و افزایش امنیت و سرعت منجر می‌شود. موضوعاتی که شاید مهم‌ترین اهداف این روزهای هر کسب و کار و صنعتی باشد.

نخستین بار سال ۱۹۹۱ بود که مفهوم زنجیره بلوکی توصیف و به فرهنگ لغات اضافه شد. یعنی ۲۹ سال پیش، اما سال ۲۰۰۸ بود که گروهی با نام ساتوشی ناکاموتو اولین زنجیره بلوکی را ارائه کردند و بعد از این تاریخ بود که روند استفاده و سرمایه‌گذاری بر روی این مفهوم فناورانه روندی صعودی به خود گرفت.

تراکنش‌های بیت‌کوین، پول دیجیتال، قراردادهای هوشمند، اوراق بهادر، ثبت و نگهداری سوابق، اینترنت اشیا، بیمه، بانکداری، بورس، پژوهشکی، تحقیقات و ... را مهمن‌ترین کاربردهای این مفهوم دیجیتالی عنوان می‌کنند. این ابزار هوشمند کاربردهای زیادی در حوزه مالی و غیرمالی دارد و هر روز استفاده از آن در دنیا و افزایش می‌یابد.

چگونه جرایم رایانه‌ای در سال جاری یک تریلیون دلار هزینه‌بر جهان تحمیل خواهند کرد

■ مترجم: مهران بیهانمایی

به گفته مک‌آفی، خسارات مالی و هزینه‌های امنیت سایبری، یک تریلیون دلار هزینه در برخواهد داشت که نسبت به سال ۲۰۱۸ رشد ۵۰ درصدی را نشان می‌دهد.

ضررهای غیرمالی آنها در کاهش بهرهوری و ساعت‌کار بوده است. طولانی‌ترین مدت وقفه در تجارت ۱۸ ساعت بود و بیش از نیم‌میلیون دلار خسارت در پی داشت.

با نگاهی به انواع خاص خسارات، downtime سیستم حدود دو سوم پاسخ دهنده‌گان را تحت تأثیر قرار داده است. متوسط هزینه در سال ۲۰۱۹ ۷۶۲.۲۳۱ دلار بود. یک‌سوم از کسانی که در این نظرسنجی شرکت داشتند گفتند که خرابی بین ۱۰۰ هزار تا ۵۰۰ هزار دلار برای آنها هزینه داشته است.

کاهش بهرهوری یک عارضه جابی از کار افتادن سیستم بود. بر اساس نتایج به دست آمده، به طور متوسط، سازمان‌ها حدود ۹ ساعت کاری در هفته را از دست دادند، در حالی که متوسط وقفه در عملیات ۱۸ ساعت به طول انجامید.

در هزینه‌های واکنش به حوادث نیز خسارتی در پی داشت، چرا که سازمان‌ها به طور متوسط از کشف یک حادثه سایبری تا زمانی که در واقع آن را اصلاح کند، ۱۹ ساعت زمان صرف آن می‌کند. برخی از آنها قادر به مدیریت حملات سایبری در داخل هستند، اما برخی دیگر باید برای کمک به مشاوران امنیتی با قیمت بالا مراجعه کنند که به هزینه کلی می‌افزاید.

یک حمله سایبری موفق می‌تواند به برند یا شهرت یک سازمان آسیب برساند. در چنین مواردی، قربانی مجبور است زمان و هزینه خود را برای بازگرداندن وجهه خود صرف کند، و از مشاوران خارجی بخواهد تا خسارت را برطرف کند و حتی کارمندان بیشتری را برای پیشگیری از حملات آتی استخدام کند. یک‌چهارم شرکت‌کننده در نظرسنجی گفتند که در اثر خرابی به دلیل حمله سایبری، برند تجاری آنها آسیب‌دیده است.

على‌رغم افزایش حملات سایبری، بسیاری از سازمان‌ها هنوز برای دفع چنین حملاتی آماده یا تجهیز نشده‌اند. در برخی موارد، ممکن است درک کاملی از خطر سایبری در شرکت وجود نداشته باشد، و این شرکت را در برابر ترفندهای مهندسی اجتماعی و سایر تاکتیک‌های رایج آسیب‌پذیر می‌کند.

بیش از نیمی از افراد شرکت‌کننده در این نظرسنجی اظهار

از آنجا که افراد و سازمان‌ها به طور منظم با حملات سایبری روبرو می‌شوند، جرایم اینترنتی خسارات مالی زیادی را در سراسر جهان ایجاد می‌کند. شرکت امنیتی McAfee هزینه سالیانه ۲۰۲۰ را ۱ تریلیون دلار برآورد می‌کند، رقمی که هم ضرر و هم مقدار پول خرج شده برای امنیت سایبری را شامل می‌شود. در گزارشی که منتشر شد، مک‌آفی هزینه‌های جرایم اینترنتی را منتشر کرد و توصیه‌هایی در مورد نحوه حفاظت بهتر از سازمان‌ها ارائه می‌دهد. مک‌آفی در گزارش خود تحت عنوان "هزینه‌های پنهان جرایم اینترنتی" می‌گوید که زیان مالی سالانه ناشی از جرایم اینترنتی در سال ۲۰۲۰ به حدود ۹۴۵ میلیارد دلار می‌رسد. انتظار می‌رود ۱۴۵ میلیارد دلار طی پیش‌بینی انجام شده برای امنیت سایبری نیز به این مبلغ اضافه شود و این نوع جرم برای اقتصاد جهانی ۱ تریلیون دلار در سال جاری هزینه خواهد داشت. این رقم ۵۰ درصد بیشتر از هزینه کل ۶۰ میلیارد دلاری در سال ۲۰۱۸ خواهد بود.

McAfee چند دلیل در رابطه با این افزایش ارائه می‌کند. اولاً، با گزارش بیشتر کشورها و سازمان‌ها از چنین جرایمی، گزارش واقعی اثرات مالی جرایم اینترنتی بهبود یافته است. دوم، مجرمان در حال اتخاذ روش‌های موثرتری برای انجام فعالیت‌های غیرقانونی خود هستند. سوم، تبلیغات باج‌افزار و فیشینگ به شدت افزایش یافت و مهاجمان سازمان‌های بهداشتی، شرکت‌های دارویی، مدارس، مراکز تحقیقات پزشکی و دولت‌های محلی را هدف قرار می‌دهند.

مک‌آفی برای جمع‌آوری اطلاعات خود، اطلاعات عمومی موجود در مورد خسارات جرایم اینترنتی و همچنین مصاحبه‌های مقامات امنیت سایبری را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده است. این شرکت همچنین به نظرسنجی از ۱۵۰۰ شرکت اعتماد کرده است. در میان پاسخ دهنگان، تنها ۴٪ گفتند که هیچ‌گونه حادثه سایبری در سال ۲۰۱۹ را تجربه نکرده‌اند. خسارت ناشی از بدافزار و جاسوس‌افزار بیشترین هزینه را برای افرادی که مورد حمله قرار گرفته‌اند به خود اختصاص داده است. اما هزینه‌های دیگری فراتر از هزینه‌های مالی وجود دارد.

کسانی که در این نظرسنجی شرکت کردند گفتند که بزرگ‌ترین

• به درستی در سازمان ارتقاباط برقرار کنید.

در صورتی که همه طرفین تحت تاثیر بدانند که چه انتظاراتی دارند و چگونه می‌توانند به آنها واکنش نشان دهند، ارتباط یک حادثه سایبری در یک سازمان و ذی‌نفعان مختلف مربوطه ضروری است.

• آموزش امنیت سایبری برای کارمندان.

یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها فقدان درک سازمان از خطر سایبری است. حدود ۵۰۰ نفر از پاسخ دهنده‌گان اظهار داشتند که فقدان دانش کاربر در موقعيت حملات سایبری نقش بسزایی داشته است. این مسئله از آنجایی بیشتر مورد توجه قرار گرفته که کارمندان به طور فراینده‌ای از وسائل شخصی استفاده می‌کنند که سطح حمله و نقاط پایانی آسیب‌پذیر را گسترش می‌دهند.

• ساده‌سازی ابزارهای امنیتی.

سازمان‌های بزرگ به طور متوسط از ۴۷ ابزار مختلف امنیت سایبری استفاده می‌کنند که از حدود ۱۰ فروشنده مختلف تهیه شده است. این می‌تواند باعث ایجاد اخال شود و بر اثربخشی محصولات تأثیر بگذارد.

• برنامه‌های دقیق پیشگیری و پاسخگویی.

با توجه به اینکه بسیاری از پاسخ دهنده‌گان اعتراف می‌کنند که هیچ طرح یا برنامه موثری برای پیشگیری و پاسخگویی به حملات سایبری ندارند، این حوزه‌ای است که باید بهبود یابد. بدون برنامه‌ریزی مناسب، سازمانی که مورد حمله قرار می‌گیرد، متلاطم می‌شود، زیرا سعی می‌کند تصمیم بگیرد که چگونه به این مشکل واکنش نشان دهد و آن را کاهش دهد.

منبع: فتا از تکریپ‌بایلیک

داشتند که سازمان آن‌ها برنامه‌ای برای پیشگیری و واکنش به یک حادثه سایبری ندارد. در بین باقی افراد تنها ۳۲ درصد تایید کردند که برنامه آن‌ها موثر بوده است.

استیو گروین، معاون ارشد و معاون فناوری McAfee، در یک خبر رسمی گفت: "شدت و دفعات حملات سایبری به مشاغل با تکامل تکنیک‌های جدید، گسترش سطح تهدیدها و گسترش ماهیت کار در خانه و محیط‌های دور، همچنان در حال افزایش است. در حالی که صنعت و دولت از پیامدهای مالی و امنیت ملی حملات سایبری آگاه هستند، دان تایم برنامه‌ریزی نشده، هزینه رسیدگی به تخلفات و ایجاد اختلال در بهره‌وری هزینه‌های تأثیرگذار بالا را کمتر ارزیابی می‌کند."

مک‌آفی برای کمک به سازمان‌ها برای دفع بهتر

حملات سایبری، توصیه‌های متعددی را رائه می‌دهد:

• با بهترین روش‌ها و تجارت شروع کنید.

سازمان‌ها باید با معیارهای زیر شروع کنند:

(۱) اجرای یکنواخت اقدامات امنیتی اولیه

(۲) افزایش شفافیت

(۳) استانداردسازی و هماهنگی الزامات امنیت سایبری

(۴) آموزش و آگاهسازی امنیت سایبری برای کارمندان

(۵) طرح‌های پیشگیری و پاسخگویی

اجراهای تدبیر امنیتی اولیه

توصیه دیگر برای شروع اقدامات اساسی است. احرار هویت و پشتیبان‌گیری از جمله فاکتورهای ضروری است و تا حد زیادی به کاهش بسیاری از تلفات جرایم اینترنتی کمک می‌کند.



تکنولوژی تشخیص چهره چه مزایا و معایبی دارد؟

■ شایان ضیابی؛ دیجایتو

تکنولوژی تشخیص چهره به بخشی از زندگی بسیاری از مردم در سراسر جهان تبدیل شده. از دوربین‌های ناظر امنیتی در خیابان‌ها و فروشگاه‌ها گرفته تا تگ کردن دوستان در شبکه‌های اجتماعی و تدابیر امنیتی در موبایل‌های هوشمند، تشخیص چهره را اکنون می‌توان به صورت گستردگی در اماكن و دیوايس‌های مختلف یافت و انتظار می‌رود میزان استفاده از آن به مرور زمان، صرفاً افزایش یابد.

فروندگاه‌های جهان اکنون از تکنولوژی تشخیص چهره به صورت مداوم در چک‌پوینت‌ها استفاده می‌کنند و بنابراین قادر به شناسایی مجرمان یا تهدیدات احتمالی علیه خطوط هوایی و مسافران هستند. بانک‌ها و دیگر موسسات مشابه هم از تشخیص چهره برای جلوگیری از کلاهبرداری بهره می‌برند، زیرا این تکنولوژی می‌تواند افرادی که قبلاً مرتکب جرم شده‌اند را شناسایی کرده و به بانک هشدار دهد.

کاهش تعامل انسانی

تشخیص چهره نیازمند منابع انسانی بسیار کمتری نسبت به دیگر تدابیر امنیتی نظیر حسگرهای اثر انگشت است. این تکنولوژی نیازی به تماس یا تعامل مستقیم و فیزیکی انسانی ندارد. در عوض همه‌چیز توسط هوش مصنوعی و در پروسه‌ای کاملاً اتوماتیک و سریع مدیریت می‌شود. از طرف دیگر، نیاز به تعامل فیزیکی هنگام باز کردن قفل درها یا اس‌مارت‌فون‌ها، برداشتن پول نقد از ATM یا هر کاری که معمولاً نیازمند وارد کردن یک پین یا یک پسورد یا یک کلید است نخواهد بود.

بهینه‌تر شدن روند خرید

اما مزایای تکنولوژی تشخیص چهره را می‌توان در حوزه‌های حتی فراتر از امنیت نیز جستجو کرد. برای مثال هنگام خرید در فروشگاه‌ها، به جای استفاده از کارت اعتباری یا پول نقد، تشخیص چهره می‌تواند چهره شما را شناسایی کند و هزینه محصولات را مستقیماً از حساب بانکی شما کسر شود.

بهبود دسته‌بندی تصاویر

با قابلیت تشخیص چهره، می‌توان روی تصاویر ذخیره شده در فضای ابری شرکت‌هایی مانند اپل و گوگل تگ زد. این کار باعث می‌شود که دسته‌بندی، یافتن و اشتراک‌گذاری تصاویر به شکلی بسیار آسان‌تر صورت بگیرد. همین سیستم است که تگ کردن افراد مختلف در تصاویر فیسبوکی را نیز به شما پیشنهاد می‌دهد.

تمام تکنولوژی‌ها مزایا و معایب خاص خود را دارند، موضوع فقط وابسته به این است که چطور از آن‌ها استفاده می‌کنید و طبیعتاً تکنولوژی تشخیص چهره هم از این قاعده مستثنی نیست. باید مروری داشته باشیم بر اینکه تکنولوژی تشخیص چهره چیست و چه مزایا و معایبی با خود به همراه می‌آورد.

مزایای تشخیص چهره

استفاده از تشخیص چهره می‌تواند مزایایی مختلفی برای جامعه داشته باشد، مزایایی مانند افزایش امنیت، جلوگیری از جرایم و کاهش تعاملات انسانی. این تکنولوژی حتی می‌تواند در امور پزشکی نیز یاری‌رسان باشد.

کمک به یافتن افراد گمشده

آرائس‌های قانونی از تشخیص چهره برای یافتن افراد گمشده استفاده می‌کنند و تا به امروز بارها داستان پیدا شدن کودکانی را شنیده‌ایم که از والدین خود جدا افتاده بودند و سپس به آغوش آن‌ها بازگشتند. وقتی هم که این تکنولوژی را با نرم‌افزارهای پیش‌بینی سن ادغام کنید، می‌توانید تشخیص دهید یک کودک با گذشت چند سال چه شمايلی یافته است و امکان یافتن کودکانی که برای چند سال گم شده‌اند مهیا می‌گردد.

مراقبت از کسب‌وکار‌های برابر سرفت

صاحبان کسب‌وکار از نرم‌افزار تشخیص چهره همراه با دوربین‌های امنیتی استفاده می‌کنند تا قادر به شناسایی افرادی باشند که احتمالاً دست به سرقت از فروشگاه زده‌اند. از آنجایی که مردم در صورت اطلاع از اینکه در حال تماشا شدن هستند به احتمال کمتری مرتکب جرم می‌شوند، این تکنولوژی می‌تواند نقش یک عامل پیشگیرانه را نیز ایفا کند.

بهبود تدبیر امنیتی

تشخیص چهره می‌تواند به بهبود امنیت منجر شود. بسیاری از

بهبود روندهای درمانی

وجود آسیب‌پذیری و امکان رخنه در آن‌ها بالاست. هکرها در گذشته نیز توانسته به دیتابیس‌های اسکن‌های چهره که توسط بانک‌ها، نیروهای پلیس و شرکت‌های دفاعی تهیه شده‌اند رخنه کنند.

فرصت‌های احتمالی برای کلاهبرداری و سایر جرایم

قانون شکنان می‌توانند از تکنولوژی تشخیص چهره برای ترتیب دادن جرایم خود علیه قربانیان بی‌گناه استفاده کنند. آن‌ها می‌توانند اطلاعات شخصی افراد نظری تصاویر و ویدیوهای به دست آمده از اسکن‌های چهره را جمع‌آوری کنند و دست به سرقت هویت بزنند. از طرف دیگر، با دسترسی به چنین اطلاعاتی، یک سارق می‌تواند یک حساب بانکی به نام شخص قربانی باز کند.

فراتر از دنیای کلاهبرداری و جرایم مشابه، افراد بدینت می‌توانند به تعقیب و آزار قربانیان از طریق تکنولوژی تشخیص چهره بپردازند. برای مثال با جستجوی معکوس تصاویر ثبت شده در یک مکان عمومی، می‌توان اطلاعاتی بیشتری راجع به قربانیان کسب کرد و آدرس مکان زندگی آن‌ها را نیز به دست آورد. ضمناً از آن جایی که جرایم تکنولوژی با سرعتی بالاتر از قانون حرکت می‌کنند، مردم ممکن است تبدیل به قربانی متده شوند که هنوز به عنوان جرم در نظر گرفته نمی‌شود.

تکنولوژی بی‌نقص فیست

تشخیص چهره به هیچ وجه بی‌نقص نیست. برای مثال این تکنولوژی، مردان سفیدپوست را راحت‌تر از زنان یا اشخاص رنگین‌پوست شناسایی می‌کند. این تکنولوژی برای شناسایی سوژه‌ها، کاملاً متنکی بر الگوریتم است. این الگوریتم‌ها در شناسایی افراد سفیدپوست موفق‌تر عمل می‌کنند چون داده بیشتری از مردان سیاه‌پوست نسبت به زبان و افراد رنگین‌پوست دریافت کرده‌اید؛ بنابراین نوعی جهت‌گیری ناخواسته در الگوریتم شکل می‌گیرد.

احتمال محکومیت افرادی گناه

نرم‌افزار تشخیص چهره ممکن است افرادی را به اشتباہ به عنوان مجرم شناسایی کند و بنابراین به ناگاه شخصی بی‌گناه، به خاطر گناه ناکرده دستگیر می‌شود. در حالی که افراد سیاه‌پوست همین حالا همچنان با تزدیزی دست‌وپنجه نرم می‌کنند، اشتباهات این چنینی می‌تواند به دودستگی‌های اجتماعی دامن بزند.

تکنولوژی رامی‌توان فریب داد

تنها الگوریتم نیست که به تشخیص چهره افراد می‌پردازد و فاکتورهای دیگری مانند زوایای دوربین، میزان نور و کیفیت ویدیو یا تصویر هم هنگام استفاده از این تکنولوژی وجود دارد. مجرمان خیلی ساده با پوشیدن لباس مبدل یا تغییر انداز ظاهر خود می‌توانند تکنولوژی تشخیص چهره را نیز به خطابیندازند.

یکی از کاربردهای غافلگیر کننده تکنولوژی تشخیص چهره، امکان شناسایی اختلالات ژنتیک است. با تحلیل ویژگی‌های ظریف چهره، نرم‌افزار تشخیص چهره می‌تواند در برخی موارد به شناسایی جهش‌های ژنتیکی ناشی از سندروم‌ها مشخص بپردازد. این تکنولوژی ضمناً سریع‌تر و ارزان‌قیمت‌تر از تست‌های ژنتیک استی به حساب می‌آید.

معایب تشخیص چهره

مثل هر تکنولوژی دیگری، استفاده از تشخیص چهره می‌تواند معایب خاص خود را به همراه داشته باشد: معایبی نظیر از بین رفتن حريم شخصی، نقض آزادی‌های فردی، سرقت بالقوه اطلاعات و جرایم مشابه. ضمناً به خاطر نواقص موجود در این تکنولوژی، همواره احتمال خطاب نیز وجود دارد.

تهدید حريم شخصی و اجتماعی

تهدیدات احتمالی علیه حريم شخصی، یکی از بزرگ‌ترین معایب تکنولوژی تشخیص چهره است. هیچ کسی دوست ندارد که چهره‌اش ضبط و در دیتابیس‌های مختلف ثبت شود تا در آینده مورد استفاده قرار گیرد. حريم شخصی آنقدر مقوله مهمی است که در برخی شهرها مانند سان‌فرانسیسکو و کمبریج، استفاده مراجع قانونی از تکنولوژی تشخیص چهره بلاذرگ منع اعلام شده است. در این موارد، پلیس می‌تواند از ویدیوهای ضبط شده از طریق دیوابیس‌های امنیت ویدیویی شخصی استفاده کند، اما مجاز به استفاده از نرم‌افزار تشخیص چهره به صورت زنده نیست.

تهدید آزادی فردی

استفاده همیشگی از تکنولوژی تشخیص چهره باعث می‌شود که مردم فکر کنند همواره در حال پایش و قضاوت شدن با بت رفتارهای خود هستند. از طرف دیگر، پلیس می‌تواند با استفاده از این تکنولوژی، به اسکن چهره تمام مردم در دیتابیس خود بپردازد تا مظنونین را شناسایی کند و چنین کاری یعنی بدون هیچ دلیل واقعی، با شما مثل شخصی که مظنون به جرم و جنایت است رفتار شده.

زیر پا گذاشتن حقوق فردی

در کشورهایی که آزادی فردی یا به شکلی محدود وجود دارد و یا اصلاً وجود ندارد، استفاده از تشخیص چهره برای جاسوسی کردن از مردم و دستگیری آن‌هایی که دردرس درست می‌کنند، امری عادی به حساب می‌آید.

احتمال ایجاد آسیب‌پذیری

یکی از بزرگ‌ترین نگرانی‌ها راجع به دیتابیس‌هایی که شامل داده‌های مربوط به تشخیص چهره می‌روند این است که احتمال

انقلاب چهارم؛ ضرورت اندیشه در عصر دیجیتال

■ ترجمه: کامران برادران

این تغییر متفاصلیکی نمایانگر مرحله چهارم پس از انقلاب کپرنیکی، تکامل داروین و ایده‌های انقلابی فروید است. به عبارت دیگر، اکنون با چهارمین انقلاب کلان در جهان مواجهیم.

جنگ‌های بدون درگیری مستقیم تنها بخشی کوچک از تاثیر این حوزه جدید بر حیات بشر است. در هر کدام از این گسترهای، فناوری اطلاعات و ارتباطات نمایانگر این تغییرات محیطی است. شیوه ارتباط سیاستمداران نیز در این روزها نشان از آن دارد که فضای سیاسی نیز به شدت متاثر از این تغییرات است. این‌که رئیس جمهوری آمریکا بیشتر اخبار مهم کشورش را در حساب توئیتی اش مطرح می‌کند، این‌که در میانه انتخابات در بسیاری از کشورها حرف از حملات سایبری، کارزارهای آنلاین و همچنین اطلاعات دروغین به میان می‌آید، خود گویای این امر است که در نهایت این فضای به‌ظاهر غریب و ناآشنا راهش را کاملاً به زیست روزمره ما باز کرده است.

این امر بته نیازمند قانون‌گذاری‌های مجلد در زمینه امنیت شخصی، حراست از اطلاعات و حتی توصیف و تفسیر مجدد از مفهوم حریم شخصی و عمومی است. بی‌دلیل نیست که بسیاری از اندیشگران بارها هشدار داده‌اند که این فضا می‌تواند آنچنان دگرگون‌کننده باشد که طی سال‌های آینده، جهان پیش از قلمرو اطلاعاتی برای ما آنچنان بعید و دور به‌نظر بررسد که تصور گذراندن امورمان بدون این فناوری‌ها امری ناممکن و غریب بنماید.

پدیدار شدن ستاریوهای مبتنی بر این پیشرفت‌ها، به همراه مزایای آش، نیازمند مسئولیتی روشن‌فکرانه است و هنوز نمی‌توان به‌وضوح درباره آن گمانهزنی کرد و به همین خاطر فضای آکادمیک علوم انسانی درک چندانی نسبت به آن ندارد. این امر هم‌زمان به بیم و امید دامن می‌زند، به نگرانی از شیوه تغییر جهانی که بدان عادت کرده‌ایم. نگرانیم که این تغییرات چه تاثیری بر ما و دیگران می‌گذارد. آیا فناوری اطلاعات و ارتباطات بناست ما در تحت کنترل درآورد؟ آیا می‌توانیم بدون تن سپردن به این انقیاد از مزایای این تحولات بهره‌مند شویم؟

آنچنان‌که که لوچیانو فلوریدی در کتاب خود با نام «انقلاب چهارم: فضای اطلاعاتی چگونه به واقعیت بشری شکل می‌دهد» تبیین می‌کند، این تغییرات بی‌تردید از راه رسیده و همچنان نیز از راه خواهند رسید. اما شکل‌بندی فلسفه مبتنی بر درک و تحلیل این تغییرات درست همان چیزی است که جهان امروز بدان نیاز داشته و این وظیفه نه تنها دانشمندان بلکه روشن‌فکران فعلی است که خود را در میانه این انقلاب نوین قرار دهند و به تفسیر و بررسی موشکافانه آن پردازند.

منبع: اینجا

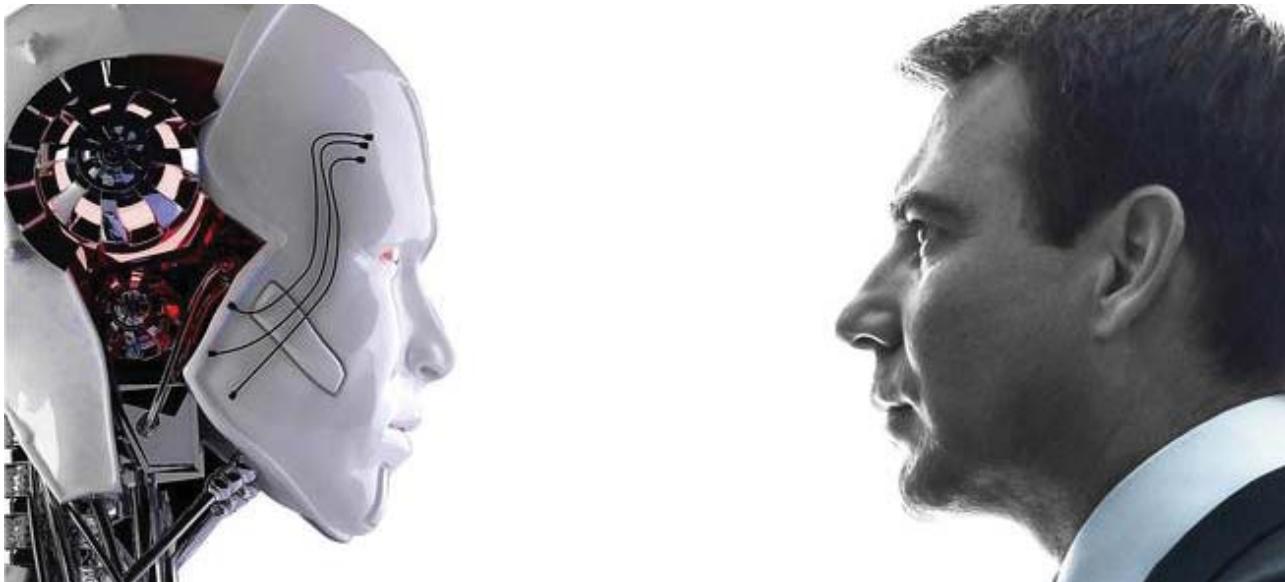
ما که هستیم و چگونه با دیگران ارتباط می‌گیریم؟ این دو سوال اساسی است که پاسخ آن‌ها تغییرات ناشی از اینترنت را علناً آشکار می‌کند. شیوه شکل دادن به شخصیت و مواجهه‌مان با محیط پیرامون دستخوش تغییراتی اساسی شده است. فناوری اطلاعات و ارتباطات دیگر به مثابه ابزاری صرف انگاشته نمی‌شود بلکه به‌شکلی گریزناپذیر با طبیعتی که در آن زیست می‌مرتبط است.

به گفته «لوچیانو فلوریدی»، استاد دانشگاه فلسفه و اطلاعات دانشگاه آکسفورد، حوزه اطلاعات و فناوری گسترش یافته و بخش‌هایی چون انسان‌شناسی، جامعه‌شناسی و تفسیری را نیز در بر گرفته است. در جهانی که در آن همه‌چیز الکترونیکی است (از تجارت الکترونیکی گرفته تا رایانش ابری، اپلیکیشن‌ها، کلاس‌های آنلاین، رسانه‌های اجتماعی و غیره)، بیش از هر زمان دیگری به فلسفه نیازمندیم، فلسفه‌ای که از چهارچوبی فکری حمایت کند. در میانه هر انقلابی، از جمله انقلاب دیجیتال که اکنون داریم آن را از سر می‌گذرانیم، به چنین چارچوبی نیاز داریم.

در وضعیت فعلی، فلسفه اطلاعات همان فلسفه زمانه‌مان است. فناوری‌های این فناوری و فناوری دوست. همه به دنبال پاسخ بوده و همه می‌خواهند بدانند که آینده چه در چنین خواهد داشت. آیا چشم‌اندازی متحدد در کار است، رویکردی جهانی و کلان که بتوانیم از طریق آن با ظهور حوزه اطلاعات و فناوری کنار بیاییم؟ باید این امر را پذیریم که فناوری ارتباطی محیط فیزیکی و فکری را تغییر داده و احتمال‌های جدیدی را برای تفسیر جهان پیرامون باز می‌کند. اینجاست که فلسفه بار دیگر اهمیت می‌یابد و می‌تواند در تغییرات پیش رو به کارمان بیاید.

مرزهای میان فضای آنلاین و آفلاین (یعنی فضایی که بیرون از جهان دیجیتال قرار دارد) در حال ناپایید شدن است: اکنون در «قلمرو اطلاعاتی» به سر می‌بریم. اکنون ما در دو جهان زندگی می‌کنیم و می‌کوشیم میانشان پیش برویم. به گفته فلوریدی، این تغییر متفاصلیکی نمایانگر مرحله چهارم پس از انقلاب کپرنیکی، تکامل داروین و ایده‌های انقلابی فروید است. به عبارت دیگر، اکنون با چهارمین انقلاب کلان در جهان مواجهیم.

شیوه کنش و واکنش ما با این جهان کاملاً آمیخته به فضای آنلاین است، از خرید و سلامت و روابط اجتماعی و این امر به حوزه‌هایی چون سیاست، قانون و امور مالی نیز تسری پیدا کرده است. حتی جنگ نیز بدین حوزه راه یافته است؛ نبردهای سایبری،



انقلاب روباتیک، جفرافیای تولید را تغییر می‌دهد؟ سرنوشت صنعت با «هوش مصنوعی»

تولید در جهان متحول خواهد شد و سرنوشت صنعت را بازوها و توان فکری بی‌انتهای روبات‌ها رقم می‌زند. گزارش IMF نشان می‌دهد سرمایه‌گذاری روی تکنولوژی‌های دیجیتال اعم از یادگیری ماشینی و هوش مصنوعی موجب می‌شود تا تولید در جهان متحول شود. پیامد این اتفاق برای اقتصاد جهانی از دو سو قابل تأمل است. نخست کاهش درآمد کشورهای در حال توسعه که نقش همکار در چرخه تولید صنعتی را بر عهده داشتند و دوم افزایش ثروت در جهان صنعتی. تولید ناخالص داخلی جهان با «هوش مصنوعی» در افق ۲۰۳۰ تا ۱۴ درصد رشد خواهد کرد.

کشورهای در حال توسعه هشدار می‌دهد با توجه به شدت گرفتن استفاده از زیرساخت‌های دیجیتالی تولید در عصر پاندمی کرونا، ممکن است این کشورها بیش از هر زمان دیگری از مسابقه توسعه عقب بمانند. این نهاد مرجع در زمینه تحلیل اقتصاد جهان اعلام کرد راه پوشاندن چنین شکافی تنها سرمایه‌گذاری در آموزش و رواج تکنولوژی‌های دیجیتال و باز شدن مسیر برای به روزرسانی خطوط تولید است.

گزارش IMF در حالی از دیجیتالی‌تر شدن تولید خبر می‌دهد که چندی پیش بانک جهانی از تسریع استفاده از فرایندهای دیجیتال در عصر کرونا گزارش مفصلی ارائه کرده بود. در گزارشی در همین مورد با عنوان «پاتک دیجیتالی کرونا به کسب‌وکارها»، از سه منظر «عملیاتی»، «فروش» و «اشتغال» اثر پاندمی را بر کسب‌وکارها بررسی شد. حالا صندوق بین‌المللی پول از جنبه «شیوه تولید» به اثرات کرونا روی تولید در جهان پرداخته است.

مجله صندوق بین‌المللی پول در گزارش خود اعلام کرده در نتیجه دیجیتالی شدن تولید، انقلاب روباتیکی در صنعت رخ خواهد داد و همین موضوع در سال‌های آتی مزیت بالای کشورهای در حال توسعه در زمینه نیروی کار ارزان و فراوان را کمزنگ خواهد

سرمایه به جهان صنعتی بازمی‌گردد. این جمله، خلاصه آخرین تحلیل صندوق بین‌المللی پول از تاثیر انقلاب روباتیک روی صنایع و بخش‌های تولیدی است و به کاهش سرمایه‌گذاری شرکت‌های بزرگ و پیشرفت‌های در جهان در حال توسعه تأکید دارد.

انقلابی که در حال وقوع است و طبق پژوهش‌های جهانی تاثیرات متفاوتی روی صنعت و تولید در کشورهای ثروتمند و فقیر خواهد داشت. دلیل این موضوع سطح استفاده از مزایای انقلاب روباتیک اعم از «هوش مصنوعی»، «یادگیری ماشینی»، «مونتاژ روباتیک»، «کلان‌داده‌ها» و سایر فناوری‌های مشابه در کشورهای مختلف است که مثل یک تیغ دولبه هم می‌تواند به رشد شدید کشورهای پیشرفت‌های منجر شده و هم بخشی از درآمدهای کشورهای فقیر را کاهش دهد.

صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی کرده این وضعیت که در نتیجه پاندمی کرونا تسریع شده، به تغییراتی اجتناب‌ناپذیر در فرایندهای تولید در سطح جهان ختم می‌شود. امتناع از ورود به این مسیر نیز به واگرایی فراینده کشورهای در حال توسعه با اقتصادهای پیشرفت‌های منجر خواهد شد. چکیده مقاله مشترکی که پنج پژوهشگر آن را در آخرین شماره مجله صندوق بین‌المللی پول منتشر کرده‌اند، به

آن برای این کشورها با چالش همراه خواهد بود. از سرمایه گذاری در چنین روندی زمینه کاهش جریان ورود سرمایه خارجی به کشورهای در حال توسعه را به وجود می آورد.

از آنجا که اقتصادهای در حال توسعه اغلب در زمینه‌هایی از اقتصاد به کشورهای توسعه‌یافته مزیت دارند که ناشی از برخورداری از نیروی کار غیرمتخصص و انبوه است، با فرض اینکه روبات‌ها جایگزین نیروی کار غیرماهر شوند و بخشی از بازار کارگران ماهر را اشغال کنند، ممکن است پس از انقلاب روباتیک، شاهد دوره‌ای از کاهش مبادرات تجاری در مناطق در حال توسعه باشیم.

دلیل چنین وضعیتی به اثر ورود روبات‌ها به صنعت به طور نامناسب کارگران غیرماهر را جایه‌جا خواهند کرد، از دستمزدهای نسبی آنها کاسته و قیمت کالاهایی را که باشدت بیشتری کار می‌کند کاهش می‌دهند. کاهش قیمت نسبی تولید اصلی آن، به نوبه خود، به عنوان یک شوک منفی بعدی عمل می‌کند، انگیزه سرمایه گذاری را کاهش می‌دهد و به طور بالقوه منجر به کاهش نه تنها نسبی بلکه تولید ناخالص داخلی مطلق می‌شود.

اما معنی تلویحی گزارش صندوق بین‌المللی پول این است که به دلیل سود بالاتر استفاده از روبات‌ها در جهان توسعه‌یافته و ضرورت دیجیتالی شدن تولید در عصر کرونا، سرمایه از کشورهای در حال توسعه که کار مونتاژ قطعات و کالاهای را انجام می‌دادند احتمالاً خارج شده و به سمت کشورهای پیشرفته بر می‌گردد تا در تکنولوژی‌های روباتیک نظری «کلان‌داده‌ها» و سایر فناوری‌های مرتبط صرف شود.

نتیجه اینکه بخشی از سرمایه خارجی موجود در کشورهای شبیه به ترکیه، اندونزی، پاکستان، چین، بنگلادش، جمهوری چک، برزیل، هند، تایوان، ویتنام و کشورهای مشابه از صنایع خارج شده و به خطوط تولید روباتیک و هوشمند شرکت‌های بزرگ در «آمریکای شمالی»، «غرب و شمال اروپا» و حوزه آسیاپاسیفیک از جمله راپن و کره‌جنوبی و استرالیا بر می‌گردد.

به این ترتیب بنگاه‌های بزرگی نظری تویوتا، تsla، اپل، ال جی، سونی، سامسونگ و نایک احتمالاً بخشی از خطوط تولید خود را به کشورهای مادر برگداخته و به جای استفاده از نیروی کار غیرماهر و ارزان جوامع در حال توسعه، با کمک روبات‌ها تولید صنعتی را بازطراحی می‌کنند. این موضوع البته به کاهش درآمد کارگران در کشورهای در حال توسعه، خروج سرمایه خارج از این مناطق و افت تجارت خارجی منجر شده و شکاف فقر و غنی را در جهان شدت می‌بخشد.

منبع: دنیای اقتصاد

کرد. این وضعیت در نتیجه بازگشت بخشی از خطوط تولید به کشورهای صنعتی ظاهر می‌شود.

سرمایه گذاری بالای کشورهای توسعه‌یافته در تکنولوژی‌های روباتیک تولید هم به وضعیتی ختم خواهد شد که فاصله رفاه در دو بخش «توسعه‌یافته» و «در حال توسعه» جهان شدت می‌گیرد. در واقع صنعت از این به بعد رویه هوشمندتری به خود گرفته و کمتر از نیروی کار بهره خواهد برد که همین موضوع به کاهش سطح تولید ناخالص ملی در بسیاری از بخش‌های در حال توسعه جهان که به چرخه مونتاژ محصول کمک می‌کنند، می‌انجامد.

بر این مبنای صندوق بین‌المللی پول توصیه می‌کند سیاست‌گذاران صنعت در کشورهای در حال توسعه با اقداماتی تازه به استقبال از چنین روندهایی رفته و از افزایش فاصله جوامع خود با کشورهای توسعه‌یافته جلوگیری کنند.

این گزارش که در آخرین خبرنامه صندوق بین‌المللی پول هم نمایه شده، تصریح می‌کند تشدید سرمایه گذاری در تکنولوژی‌های روباتیک تاثیرات متفاوتی بر کشورهای مختلف با چارچوب‌های متفاوت جمعیتی می‌گذارد. از آنجا که نرخ مشارکت در بازار کار و کارگران صنعتی در کشورهای مختلف جهان وضعیتی متفاوت دارد، سرمایه گذاری صنایع در تکنولوژی‌های روباتیک نه تنها به دیجیتالی شدن تولید از طریق متحول کردن اتوماسیون می‌انجامد که از سه راه به تحول در اقتصاد جهانی و افزایش فاصله بین کشورهای فقیر و غنی منجر خواهد شد.

این سه راه که از دل مقاله‌ای علمی استخراج شده، شامل «مشارکت در تولید»، «جریان سرمایه گذاری» و «مبادلات تجاری» به تحول بخش صنعت و تولید منجر خواهد شد.

گزارش صندوق تاکید می‌کند از آنجا که سرمایه گذاری تولیدکنندگان در کشورهای بزرگ صنعتی روی «انقلاب روباتیک و هوش مصنوعی» به کاهش مشارکت کارگران کشورهای در حال توسعه در فرایند تولید متنه می‌شود، همین عامل به افزایش چشمگیر سود شرکت‌ها، رشد درآمد کارگران کشورهای صنعتی و کاهش درآمد کشورهای در حال توسعه منجر می‌شود که همین عامل یعنی کاهش مشارکت کارگران فقیرتر، به افت جریان سرمایه گذاری در این مناطق و تغییر در روابط تجاری بین کشورها ختم خواهد شد.

در عین حال با افزایش سوددهی این پرسه، شرکت‌های بزرگ سرمایه بیشتری روی روبات‌ها انجام خواهند داد که همین عامل دوباره کارگران را از خطوط تولید خارج خواهد کرد. پژوهشگران صندوق بین‌المللی پول تاکید می‌کنند چنین چشم‌اندازی احتمالاً تبعات ناگواری برای کشورهای در حال توسعه که امیدوار بودند سود بالایی از پنجه‌ر جمعیتی خود به دست آورند، دارد و پذیرفت



فوايد خانه‌های هوشمند در زندگی افراد هوشمندسازی منازل باعث کاهش هزینه‌ها می‌شود

■ علی زحمت کش

توسعه و پیشرفت اینترنت اشیاء در سال‌های اخیر تاثیرات بسیار مشتی روی زندگی افراد گذاشته است. این فناوری به افراد امکان دسترسی آنلاین و هوشمند به دستگاه‌های پشتیبانی‌کننده از اینترنت را می‌دهد و باعث افزایش راحتی و اتوماتیک شدن زندگی انسان‌ها می‌شود. به طور کلی اگر بخواهیم درباره هوشمندسازی خانه‌ها حرف بزنیم، باید گفت ساخت ترمومترات باعث بوجود آمدن ایده هوشمندسازی منازل شد. هرچند ساخت ترمومترات در سال‌های بسیار دور انجام شد، اما از همان زمان باعث شد ایده توسعه این فناوری و استفاده از آن در سایر قطعات منازل به وجود بیاید.

تأثیر خانه‌های هوشمند در زندگی مستاجران و مالکان

تجهیز خانه به محصولات هوشمند استفاده کننده از اینترنت باعث ایجاد رفاه بسیار زیاد افراد در منازل خواهد شد و مالکان و یا حتی شرکت‌های ارائه دهنده خدمات منازل می‌توانند از طریق این فناوری به طور کامل روی خانه اجاره داده شده خود تمرکز داشته باشند تا این طریق خطر آسیب رسیدن به لوازم خانه آن‌ها به حداقل بررسد چرا که آن‌ها امکان رصد لحظه‌ای از وضعیت لوازم منزل خود را خواهند داشت و دیگر نیازی به مشاهده فیزیکی لوازم خانگی خود نخواهند داشت.

از دیگر فوايد موجود در خانه‌های هوشمند باید به استفاده از قفل‌های هوشمند اشاره کرد؛ برای مثال در صورتی که فرد در خانه خود حضور ندارد، اما فردی برای تعمیرات به منزل وی مراجعه کرده است، مالک خانه می‌تواند به صورت آنلاین و صرفاً از طریق گوشی هوشمند خود درب را برای فرد باز کرده تا وی بتواند وارد خانه شود و عملکرد او را نیز از طریق دوربین‌های نصب شده در خانه خود کنترل کند؛ گفتنی است که لوازم خانگی هوشمند تا حد بسیار زیادی توانایی تشخیص وجود ایراد در هر کدام از بخش‌های

در سال‌های اخیر شرکت‌های سازنده محصولات مربوط به منازل دستگاه‌هایی را تولید کرده‌اند که می‌تواند به تمامی لوازم هوشمند موجود در خانه متصل شده و به کاربران امکان کنترل لوازم از لامپ و سایل آشپزخانه گرفته تا درب گاراژ را به صورت اینترنتی خواهد داد. از مهم‌ترین فوايد موجود در سیستم‌های هوشمند منازل باید به کنترل بسیار دقیق میزان انرژی‌های مصرفی اشاره کرد که استفاده از این سرویس در منازل می‌تواند در کاهش هزینه‌های ثابت بسیار موثر واقع شود.

با شیوع ویروس کرونا در جهان سازمان‌های مختلف مجبور شدن خدمات خود را به صورت آنلاین به کاربران ارائه کنند و به نوعی محل کار کاربران خود را به منازل آن‌ها انتقال دهنند. این موضوع اولین گام برای حرکت به سمت دیجیتالی شدن سازمان‌ها بود که به طور اجباری پیش آمد. همین موضوع سبب شد تا تعدادی از سازمان‌های مربوط به اداره امور مسکن، به فکر اجرای طرح‌های آزمایشی برای نشان‌دادن مزایای استفاده از اینترنت اشیاء در منازل بیافتد تا این طریق زندگی افراد به سمت هوشمند شدن رود.

حدائقی بود. از طرفی هم بزرگ‌تر شدن شهرها و تجمع مردم در یک مکان برآورده است که بیش از حد محیط زیست بی تاثیر نبوده و سهم چشمگیری در افزایش آلاینده‌های زیست محیطی داشت.

اما استفاده از لوازم هوشمند در منازل می‌تواند به کاهش چشمگیر تولید کربن در محیط‌زیست کمک کند چرا که سنسورهای استفاده شده در بخش حرارتی منازل می‌توانند از گرم شدن بیش از حد خانه و تولید زیاد کربن جلوگیری کنند. گفتنی است با استفاده از سنسورهای هوشمند حدود ۲۰ درصد در هزینه هر خانه صرفه جویی می‌شود.

تغییر سیستم خانه‌های قدیمی به سیستم مدرن

با دیجیتال‌سازی می‌توان یک زندگی سنتی را به یک زندگی مدرن تبدیل کرد چرا که مالکان خواهند توانست به طور کامل روی وضعیت منازل خود کنترل داشته باشند و تا حد بسیار زیادی از هدر رفت انرژی جلوگیری کنند. از طرفی هم استفاده از سیستم هوشمند منازل برای خانواده‌های کم‌درآمد نیز بسیار کارآمد خواهد بود چرا که از این طریق بسیاری از هزینه‌های اضافی خانواده‌ها مدیریت می‌شود و با کنترل به موقع لوازم خانگی بهترین زمان برای فروش یک محصول مشخص می‌شود و به این ترتیب در هزینه‌ها تا حد بسیار زیادی صرف‌جویی خواهد شد.

در حال حاضر سیستم‌های کنترل منازل زیادی در دسترس افراد قرار دارد، اما آخرین نسخه استاندارد ارائه شده برای منازل به نسخه ۳.۳ است که شامل استانداردهایی نظیر خدمات کامل به مشتری، واکنش به ایرادات هر دستگاه، نگهداری و تعمیرات، مراقبت و پشتیبانی و خدمات تحويل و توسعه می‌شود. در بازار تعداد نسبتاً زیادی شرکت دارای این استاندارد هستند که تعدادی از آن‌ها وارد بازار کشور ما نیز شده و افراد می‌توانند با خریداری کردن آن‌ها اقدام به هوشمندسازی منازل خود کنند.

منبع: باشگاه خبرنگاران جوان

خود را دارند و در صورتی که هر بخش از آن دستگاه خراب شود، کاربر می‌تواند فوراً وارد بخش تنظیمات دستگاه شده و علت و محل بروز مشکل در دستگاه هوشمند خود را بررسی کند.

استفاده از سنسورهای هوشمند

سنسورهای هوشمند یکی دیگر از ملازمات استفاده در خانه‌های هوشمند هستند که با کنترل دقیق میزان هوای ورودی و خروجی از منزل، باعث پایین آمدن بسیار زیاد هزینه‌های برق در منازل خواهند شد. از مهم‌ترین فواید این سنسورها باید به کنترل دقیق میزان رطوبت موجود در یک خانه اشاره کرد تا در صورت بروز هرگونه نشتی در سیستم آبرسانی منازل فوری دستور بسته شدن فلکه آب را بدهد؛ به این ترتیب باید گفت سنسورهای هوشمند از بروز حوادث بسیار پرخرج برای منازل جلوگیری می‌کنند.

نورپردازی‌های هوشمند خانگی

نورپردازی یکی از مهم‌ترین موضوعات برای هر خانه‌ای است و در صورت مناسب نبودن می‌تواند باعث بروز مشکلات بسیار جبران نشدنی در بخش بینایی افراد شود، تا سال‌های پیش این موضوع روشنایی هوشمند در منازل صرفاً شامل روشن و خاموش کردن لامپ‌ها می‌شد، اما در سال‌های اخیر و با پیشرفت این فناوری، نورپردازی هوشمند کمک بسیار زیادی برای افراد کم بینا و دارای معلولیت جسمی می‌کند.

افزایش بهره‌وری از انرژی در استفاده

از فناوری خانه‌های هوشمند

آلاینده ساختمان‌ها حدود ۴۰ درصد از تولید کربن توسط بشر را به خود اختصاص داده‌اند، گفتنی است تا دهه قبل از ۱۹۷۰ میزان کربن تولیدی از ساختمان‌ها حدود ۹۰ درصد بود که علت آن استفاده سوخت‌های فسیلی با کیفیت بسیار پایین و یا با استاندارد

به روزترین مقایل و گزارش‌ها و آخرین اخبار

انقلاب صنعتی چهارم، بلاکچین، اینترنت اشیاء،
هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و... بارویکرد
کاربرد در صنعت و کسب و کارها

ماهnamه غیربرخط

فناوری
هوشمند

پایگاه خبری و اطلاع رسانی

elececo
اقتصاد الکترونیکی
www.elececo.ir

مارادر شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید



بررسی و تایید اسناد با فناوری بلاکچین چگونه است؟

■ مازیار نسیمی؛ میهن بلاکچین

در این مقاله در صدد ارائه پروپوزال و طرح پیشنهادی برای ثبت و تایید اسناد با فناوری بلاکچین هستیم. حتی با وجود سرعت روزافزون دنیای پیرامون ما، بازهم فرایندهای تایید و ثبت اغلب با سرعت کم و به صورت دستی انجام می‌شوند. استفاده از قراردادهای هوشمند و فناوری بلاکچین می‌تواند برای این شرایط، انتخاب ایده‌آلی باشد. این سیستم غیرمت مرکز، تاریخچه و سوابق دارایی‌ها و تراکنش‌ها را در شبکه و بدون نقطه آسیب‌پذیر مرکزی ذخیره می‌کند. بلاکچین با قابلیت مقاومت بیشتر در برابر حملات مخرب، پذیرش اسناد را به صورت ایمن و دیجیتالی امکان‌پذیر می‌سازد.

موسسه مالی Standard Chartered و بانک DBS، بلاکچین

مبتنی بر گواه اثبات مفهوم (POC) را معرفی کرده‌اند تا از استفاده مجدد کالاهای دارای سند در امور مالی و معاملات جلوگیری به عمل آید. پروپوزالی که در ادامه ارائه خواهد شد، مطابق با این راهکارهایی است که از قبل وجود داشته‌اند. اگرچه این پروپوزال استفاده از محیط بلاکچین عمومی برای اطمینان از سهولت فرایند تایید و ثبت را پیشنهاد می‌دهد.

بهترین روش برای اجرای فرایند بررسی و تایید اسناد با استفاده از فناوری بلاکچین، توسعه سیستم موازی بر اساس قراردادهای هوشمند است. در این پژوهه، دارایی همان سند و تراکنش نیز عمل تایید سند توسط کاربر خواهد بود. قراردادهای هوشمند، قراردادهای دیجیتالی خودآجرایی (self-execute) هستند که از فناوری استفاده می‌کنند تا از دستیابی به توافق امضا شده اطمینان حاصل شود. تایید قانون قرارداد توسط بلاکچین انجام می‌شود. این موضوع اطمینان حاصل می‌کند که قرارداد و مفاد آن تغییر نخواهد کرد.

توصیه می‌شود از بلاکچین عمومی استفاده شود؛ در شبکه‌های بلاکچین عمومی، دسترسی کاملاً آزاد است. این موضوع بدان معنا است که هر کسی می‌تواند تراکنش‌ها را از هر فرد دیگری در سراسر جهان دریافت و ارسال کند. امکان انجام حسابرسی توسط تمام افراد، یکی از مزایای سیستمی است که در صدد تایید اسناد است. در میان این شبکه‌ها، اتریوم می‌تواند یکی از بهترین انتخاب‌ها باشد؛ اتریوم بزرگ‌ترین شبکه‌ای است که استفاده از قراردادهای هوشمند را امکان‌پذیر می‌سازد. قبل از آن که تراکنشی به عنوان یک تراکنش معتبر در نظر گرفته شود، باید توسط هر کدام از نودها و از طریق فرایند اجماع مورد تایید واقع شود. این موضوع، بالاترین

انگیزه اصلی ثبت و تایید اسناد با فناوری بلاکچین

به موجب افزایش سرعت توسعه فناوری، جهان نیز با سرعت بیشتری در حال تغییر است. شرکت‌های سراسر جهان سرمایه‌گذاری‌های کلانی در بحث نوآوری انجام می‌دهند، تا نیازهای ایجاد شده در بازار را پاسخگو باشند. فناوری‌های جدید بخشی از این فرایند هستند؛ اما باید به این نکته تاکید داشت که این فناوری‌ها فراتر از ایجاد فرصت‌های تجاری مختلف، تحولی واقعی و ملموس در جامعه ایجاد می‌کنند و اقداماتی را امکان‌پذیر می‌سازند که قبل از این، غیرقابل تصور بوده‌اند و از این‌رو، به بهبود و ارتقاء کیفیت زندگی مردم می‌پردازنند. هرچند، اقداماتی که به اعتماد نیاز دارند از این پیشرفت سریع پیروی نمی‌کنند.

تایید اسناد به یک فرایند رایج تبدیل شده است. در حال حاضر، این فرایند به دست واسطه‌هایی انجام می‌شود که اقدامات و وظایف خود را به صورت دستی انجام می‌دهند و یا توسط سیستم‌های دیجیتالی صورت می‌گیرد که وظایف انسان‌ها را شبیه‌سازی و تکرار می‌کنند. می‌توان گفت که هیچ‌کدام از این راهکارها برای جهان امروز ما به حد کافی سریع نیستند. در شرایط کنونی که اعتماد به سیستم‌های مختلف کم رنگ شده است، می‌توان به مزایای اجرای سیستم مبتنی بر بلاکچین اشاره کرد؛ این سیستم یک دیتابیس غیرمت مرکز است که تاریخچه و سوابق دارایی‌ها و تراکنش‌ها را در رایانه‌های موجود در شبکه ذخیره می‌کند. بلاکچین به تمام نودها انتقال می‌یابد و این موضوع، آن را قادر نقطه آسیب‌پذیری مرکزی کرده و در برابر حملات مخرب، مقاوم‌تر می‌سازد.

پروپوزال تایید اسناد با استفاده از بلاکچین

مفهوم تایید دارایی توسط بلاکچین موضوع جدیدی نیست؛

می‌کنیم. مپینگ معمولاً برای همین امر توصیه می‌شود؛ زیرا می‌تواند تعداد بی‌نهایت از اسناد را شامل شود و قابل بهروزرسانی است. مزیت اصلی **Array**، تکرار است. اما تکرار نه فقط به دلیل محدودیت در سرعت، بلکه به دلیل هزینه باید محدود باشد.

به منظور تبدیل هر سند به قراردادی که مالکیت و اطلاعات آن به صورت تغییرناپذیری ذخیره شده‌اند، باید از **Constructor** استفاده کنیم. کانسٹراکتور تابعی ویژه است که برای مقداردهی اولیه متغیرهای وضعیت قرارداد استفاده می‌شود. در مورد قرارداد ما، **Constructor** متغیر محیطی مالک قرارداد و اسم فایل را تعریف و رویداد را ثبت می‌کند. کانسٹراکتور عضو قابل انتقال قرارداد است که اتفاقات رخداده در سابقه تراکنش را ذخیره می‌کند. این سوابق در اتریوم ذخیره می‌شوند و تا زمانی که قرارداد در بلاکچین موجود باشد، با استفاده از آدرس قرارداد قابل دسترسی است.

تعامل اصلی که در این قرارداد داریم، تایید اسناد است؛ بنابراین تابعی داریم که آدرس را از تایید کننده دریافت کرده و تایید را ثبت می‌کند. همان‌طور که در قسمت زیر مشاهده می‌کنید، این فرایند را توسط یک **Array** و **hashmap** ذخیره می‌کنیم تا ارائه پاسخ توسط تاییدکننده تسهیل شود.

از آنجایی که متغیرها خصوصی هستند، تعامل مستقیم با آنها امکان‌پذیر نیست؛ بنابراین باید تابع خارجی برای بازگرداندن این مقادیر ایجاد کنیم. این نوع تابع به صورت داخلی قابل دسترسی نیست و فقط به صورت خارجی می‌توان به آن دسترسی داشت. برای توابع خارجی، کامپایلر (**compiler**) باید فرآخوانی‌های داخلی را امکان‌پذیر کند؛ بنابراین خواندن مستقیم موارد انجام شده را از اطلاعات فرآخوانی ممکن می‌سازد و مرحله کپی‌کردن را از میان برミ‌دارد. از آنجایی که اختصاص حافظه مخصوص هزینه‌بر است، این راهکار ارزان‌تر خواهد بود.

نتیجه‌گیری

شرکت‌های سراسر جهان سرمایه‌گذاری‌های کلانی در بحث نوآوری انجام می‌دهند تا نیازهای ایجاد شده در بازار را پاسخگو باشند. هرچند، اقداماتی که به اعتماد نیاز دارند از این پیش‌رفت سریع پیروی نمی‌کنند. در شرایط کوتني که اعتماد به سیستم‌های مختلف کم‌رنگ شده است، می‌توان به مزایای اجرای سیستم مبتنی بر بلاکچین اشاره کرد. پروپوزال ما مطابق با راهکارهایی است که از قبل ایجاد شده‌اند. اگرچه استفاده از بلاکچین عمومی برای اطمینان از سهولت بیشتر در امر تایید اسناد را پیشنهاد می‌دهد. در این مقاله به نحوه اجرای قراردادهای هوشمند به منظور بررسی و تایید اسناد در اتریوم پرداختیم.

سطح از برابری و شفافیت را در این سیستم تصمیم می‌کند. این سیستم دارای رابط کاربری وب است، تا کاربران بتوانند به روش ساده‌تری اسناد را وارد و تایید کنند و به جستجوی آنها پردازند. این سیستم مستقیماً از قراردادهای هوشمند ذخیره شده در اتریوم بهره می‌برد. به منظور دسترسی به برنامه‌های توسعه شده یا غیرمتمنکر اتریوم در مرورگر، باید بعضی از افزونه‌هایی نظیر **متامسک (Metamask)** را نصب کنید. این افزونه، API و ۳ اتریوم را به بافت جاوا اسکریپت تمام وب‌سایتها وارد می‌کند، تا برنامه‌های غیرمتمنکر از بلاکچین قابل خواندن باشند. همچنین به کاربران امکان می‌دهد تا هویت‌های خود را ایجاد و مدیریت کنند؛ بنابراین هنگامی که یک برنامه غیرمتمنکر می‌خواهد تراکنشی را اجرا کند، کاربر قبل از تایید یا رد آن، رابط کاربری ایمنی دریافت می‌کند تا بتواند به بررسی تراکنش پردازد.

آموزش نصب و استفاده از متامسک (MetaMask)

هر سند به قراردادی تبدیل می‌شود که مالکیت و اطلاعات آن به صورت تغییرناپذیری ذخیره شده است. برای رصد و پیگیری چندین قرارداد، می‌توانیم از قرارداد هوشمند دیگری استفاده کنیم. این سیستم شامل سوابق اسناد ایجادشده است. همچنین می‌توانیم این شیوه را خارج از سیستم بلاکچین و به اصطلاح برروز زنگرهای انجام دهیم. اما معتقدیم که این موضوع می‌تواند احتمال دست‌کاری اسناد ذخیره شده را به وجود آورد.

اجرای تایید اسناد با فناوری بلاکچین

در این بخش به بررسی نحوه اجرای قراردادهای هوشمند برای بررسی اسناد در اتریوم خواهیم پرداخت. بدین منظور، باید در سالیدیتی کدنویسی کنیم. سالیدیتی یک زیان برنامه‌نویسی شیء‌گرا (**Object-oriented**) برای نوشتن قراردادهای هوشمند است. از سالیدیتی برای اجرای قراردادهای هوشمند در پلتفرم‌های مختلف بلاکچین، به‌ویژه اتریوم استفاده می‌شود. ابتدا به تعریف متغیرهای خصوصی می‌پردازیم که اطلاعات هر قرارداد را ذخیره خواهند کرد.

به منظور نشان‌دادن مالکیت اسناد، از آدرس کاربرانی استفاده می‌کنیم که قرارداد را ایجاد می‌کنند. در اتریوم و سالیدیتی، آدرس کاربر متناظر با ۲۰ بایت پایانی هش **Keccak-256** کلید عمومی است. از آنجایی که هر کلید عمومی منحصر به فرد است، می‌توانیم از آن برای نشان‌دادن و بیان مالکیت استفاده کنیم.

همچنین از آدرس‌های موجود در **Array** به منظور کاربرانی استفاده می‌کنیم که سند موردنظر را تایید کرده‌اند. به منظور سهولت در بررسی فرد تایید کننده سند، از مپینگ (**mapping**) استفاده

آموزش مجازی نیاز به امداد دارد

■ حسام نوربخش؛ کارشناس و پژوهشگر حوزه نوآوری آموزشی

بعد از رشد روزافزون و دسترسی سریع و نامحدود به ابزارهای متصل به فضای آنلاین و دیجیتال، همیشه والدین این نگرانی بزرگ را داشتند که آیا فرزندانشان از این فضای بی‌حصار استفاده صحیحی خواهند کرد یا نه؟ بارگذاری ویدئوها و تصاویر متفاوت از سوی کاربران حقیقی که اکثراً قابل شناسایی نیستند حقیقتاً بر این نگرانی افزوده بود. اینکه فرزند دبستانی یک خانواده زمان خود را به تماشای چه فیلمی اختصاص می‌دهد نیز به این نگرانی‌ها دامن می‌زد. در دوران افول و کاهش مخاطبین تلویزیون، ورود پلتفرم‌های نمایشی عمومی به حوزه آموزش و تربیت را می‌توان یکی از مؤثرترین اتفاقات در نظام تعلیم و تربیت دانست.

عمیق‌تر به این دو مقوله یعنی «محتووا و پلتفرم» نگاه کرد. در خصوص پلتفرم باید قبول کرد که تعلیم و تربیت در سیر تاریخی‌اش، دچار تحولات گوناگونی شده و مدل‌ها و روش‌های آموزشی- تربیتی همچنان نیز در حال تغییر است. یکی از این تغییرات که به لطف شرایط این روزهای کرونایی قوت بیشتری گرفته رجوع به پلتفرم‌های آموزش مجازی در بستر اینترنت است. ارتباط میان دو یا چند گروه مختلف و خلق ارزش از این ارتباط، شناخته‌شده‌ترین مفهوم از پلتفرم در کسب و کارهای اینترنتی است. در پلتفرم‌های آنلاین، نوع و چگونگی پیاده‌سازی تکنولوژی از اهمیت کمتری برخوردار است و نحوه شبکه‌سازی و تعامل کاربران است که آن‌ها را از یکدیگر متمایز می‌سازد.

محتووا و پلتفرم در حوزه آموزش

پلتفرم‌های حوزه آموزش، ارائه‌کنندگان آموزش را به مصرف‌کنندگان آن (دانش‌آموزان، دانشجویان و...) متصل می‌نمایند و با دریافت کارمزد از آموزش یا روش‌های مشابه دیگر کسب درآمد می‌کنند. از طرفی پلتفرم‌های آموزشی پدیده‌ای پیچیده و دائم‌آ در حال تغییر و تحول هستند. نیازمندی‌های آن‌ها در حال تغییر و به همین دلیل لازم است تا هم مناسب کاربری باشند هم با فناوری‌های در حال تحول کنار بیایند و هم ارزان و مؤثر باشند. پاسخگویی به این شرایط از سوی یک سازمان رسمی مثل آموزش و پرورش و حتی سفارش آن به یک بخش خصوصی به صورت انحصاری، غیر منطقی به نظر می‌رسد؛ بنابراین تصور اینکه یک پلتفرم مثل «شاد» با تولیت آموزش و پرورش بتواند به صورت انحصاری به تمام نیازهای مخاطبین پاسخ دهد، یک اشتباه راهبردی است.

مشکل دیگر آن جاست و قدری از سامانه‌ها و پلتفرم‌های آموزشی صحبت می‌کنیم، همه اذهان بالا‌فصله سیستم‌های خودکارسازی فرایندهای آموزشی مدرسه و کلاس را به یاد می‌آورند، در حالی

عدالت آموزشی و ایجاد فرصت برابر برای همه افراد، از اهداف و رسالت‌های تعیین شده برای آموزش و پرورش است. در اصل ۳۰ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران آمده است: «دولت موظف است وسائل آموزش و پرورش رایگان را برای همه ملت تا پایان دوره متوسطه فراهم سازد.»

تا قبل از پدیده شومی به نام کرونا، مفهوم عدالت آموزشی در توسعه زیرساخت‌های فیزیکی مانند مدرسه‌سازی و ایجاد بیشتر کلاس درسی خلاصه می‌شد، اما کرونا ناگهان آمد و نه تنها قطارساز و کارهای مدیریتی و حاکمیتی کشور را از مسیر اصلی خود خارج کرد، بلکه کم کم با استمرار خود، تغییراتی بنیادین را در تعریف مفاهیمی همچون عدالت آموزشی ایجاد نموده است. امروزه با شکل‌گیری مفهوم و سازوکارهای آموزش مجازی، برقراری عدالت آموزشی به سبک قدیمی کاملاً رنگ باخته و دیگر نیازی به ساخت کلاس درس فیزیکی وجود ندارد.

با آنکه هنوز دسترسی نداشتند تقریباً حدود بیش از ۲۰ دانش‌آموزان کشور به اینترنت و ابزارهای هوشمند، چالشی بزرگ در برقراری عدالت آموزشی است، اما می‌توان گفت تأمین این زیرساخت‌ها در آینده‌ای نزدیک کاملاً قابل دسترس است. بنابراین بهتر است نظام آموزشی از همین حالا پای خود را کمی فراتر گذاشته و به دنبال مصاديق دیگری برای برقراری عدالت آموزشی در فضای مجازی باشد.

محتووا و پلتفرم در بستر اینترنت

از منظر فرهنگی - اجتماعی دو نگاه به مقوله فضای مجازی و اینترنت در ایران وجود دارد: نگاه اول پلتفرم‌سازی را عامل اصلی مدیریت فضای مجازی می‌دانند و نگاه دوم محتوا‌سازی را مهم‌تر از تولید پلتفرم برای اثرباره در سطح ملی می‌دانند. هر دو دیدگاه هم دلایل خود را دارند، اما برای بررسی بهتر این دو رویکرد در فضای تعلیم و تربیت و نظام‌های آموزشی دنیا بهتر است کمی

برقراری عدالت آموزشی، مشارکت سازنده تولیدکنندگان محتوا با پلتفرم‌های ارائه محتواست. هرچقدر که محتوای تولیدشده فاخر و جامع‌تر و از آن طرف گستره پلتفرم ارائه‌دهنده محتوا، وسیع‌تر باشد، مسیر دستیابی به عدالت آموزشی نیز هموارتر خواهد شد.

عدالت آموزشی در گروه سهولت دسترسی به پلتفرم‌ها

قطعاً دسترسی نامحدود همه اعضای خانواده فارغ از سن، تحصیلات و شغل به یک پلتفرم نمایشی را می‌توان یکی از مهم‌ترین اتفاقات رشد زندگی دیجیتالی و آنلاین دانست. بعد از رشد روزافزون و دسترسی سریع و نامحدود به ابزارهای متصل به فضای آنلاین و دیجیتال، همیشه والدین این نگرانی بزرگ را داشتند که آیا فرزندانشان از این فضای بی‌حصار استفاده صحیحی خواهند کرد یا نه؟

بارگذاری ویدئوها و تصاویر متفاوت از سوی کاربران حقیقی که اکثراً قابل شناسایی نیستند حقیقتاً بر این نگرانی افزوده بود. اینکه فرزند دبستانی یک خانواده زمان خود را به تماشای چه فیلمی اختصاص می‌دهد نیز به این نگرانی‌ها دامن می‌зд. در دوران افول و کاهش مخاطبین تلویزیون، ورود پلتفرم‌های نمایشی عمومی به حوزه آموزش و تربیت را می‌توان یکی از مؤثرترین اتفاقات در نظام تعلیم و تربیت دانست. پلتفرم‌هایی با مخاطبین بی‌شمار از جنس خانواده و با دغدغه‌های فراوان نسبت به آموزش و تربیت فرزندانشان.

اطمینان خاطر والدین نسبت به اینکه فرزندشان بر اساس رده سنی و علاقه‌مندی خود می‌تواند از میان هزاران فیلم و اینیمیشن به تماشای محتوای آموزشی مناسب خود بپردازد که قطعاً از فیلترهای ارزشی و تربیتی گذشته است، می‌تواند یکی از مهم‌ترین دلایل برای بهره‌برداری از این پلتفرم‌ها باشد. از سوی دیگر جذبیت و تنوع محتوای آموزشی، فضای کسالت و دوری دانش آموزان از مفاهیم درسی را از بین می‌برد و سرگرم آموزی و استیاق به یادگیری را جایگزین آن خواهد کرد.

هرچند که برای تحقق واقعی مفهوم عدالت آموزشی نیازمند برنامه‌ریزی دقیق و پیگیری مستمر برنامه‌ها توسط تمامی تأثیرگذاران نظام آموزشی کشور هستیم، اما امید آن است که با شکل‌گیری تعاملات سازنده‌ای از این دست در حوزه محتوا و پلتفرم، امکان بهره‌برداری از تمامی منابع محتوایی در هر نقطه جغرافیایی کشور و بدون در نظر گرفتن سطح اقتصادی و اجتماعی دانش آموزان فراهم شده و شاهد زمینه‌سازی برای برقراری عدالت آموزشی و رشد و تربیت آینده سازان این مژوب‌بوم باشیم.

منبع: جوان

که امروز ما به پلتفرم‌هایی برای به جریان انداختن فرایندهای تعلیم و تربیت نیازمندیم.

پلتفرم‌ها از فناوری ارتباط افراد و منابع در یک زیست‌بوم تعاملی استفاده کرده و از طریق آن تولید ارزش می‌کنند. پلتفرم‌ها برایجاد ارزش بین تولیدکنندگان خارجی و مصرف‌کنندگان تأکید داشته و در واقع نوع جدیدی از حاکمیت و حکمرانی را ایجاد می‌کنند، بنابراین تنها راه منطقی برای اثرگذاری بنیادین از سوی پلتفرم‌ها، حمایت حاکمیت و تعامل سازنده بین پلتفرم‌هاست.

حالا پلتفرمی را تصور کنید که با وجود ارائه خلاقالنه‌ترین سازوکارها، محتوایی برای ارائه ندارد؟!

مانند کسی است که می‌خواهد از طریق تلویزیون در جامعه تأثیر بگذارد و سراغ ایجاد کارخانه تلویزیون سازی می‌رود؟!

اگر مدل‌ها و سازوکارهای آموزشی که از سوی پلتفرم‌ها ارائه می‌شود را به مثابه شریان‌های حیاتی اکوسیستم آموزش قلمداد کنیم، خون جاری در این شریان قطعاً محتواست. هرچقدر محتوای آموزشی از غنای بیشتری برخوردار باشد اجزای دیگر این سیستم با کیفیت بالاتری عمل کرده و نظام یادگیری و یاددهی، بهره‌وری بیشتری خواهد داشت.

ضرورت مشارکت و هم‌افزایی در تولید محتوا

آنچه که تا امروز فقط توسط یک سازمان و دفتر تدوین کتاب‌های درسی انجام می‌شود، این کار باید به کمک و امداد توسط طیف وسیعی از فعالان و دلسوزان حوزه تعلیم و تربیت انجام شود. محتوا و منابع آموزشی با رویکرد واگرا و در زمینه‌های مختلف توسط متخصصان تولید شود. ضمن اینکه سازوکار توزیع شده‌ای هم برای ارزیابی کیفی این محتوا ایجاد شود؛ سازوکاری که نگرانی اصلی متولیان نظام رسمی یعنی تولید محتوای منحرف، آسیب‌زا و بدوان کیفیت را نیز برطرف کند؛ نگرانی که سال‌هاست موجب شده سازمان پژوهش خودش این نظارت را انجام دهد، اما قطعاً این راه راهی منطقی نیست و در شرایط کنونی بهتر است فرایند نظارت و ارزیابی محتوا نیز جمع‌سپاری شده و نظام تربیت رسمی، کیفیت و معیارهای موردنظر خود را از طریق داده‌کاوی پلتفرم‌ها و نظرات کاربران، احصا کند.

با توجه به موارد فوق باید گفت که جدال بین این دو رویکرد (محتواسازی یا پلتفرم‌سازی) نتیجه‌ای جز از دست‌دادن فرصت‌ها نداشته و متأسفانه منافع ملی کشور بزرگ‌ترین قربانی این نبرد است، بنابراین نکته‌ای که خصوصاً در نظام آموزشی مبتنی بر فضای مجازی کاملاً مشهود است لزوم پرهیز از نبرد این دو دیدگاه و فرستاده‌سازی‌های جبران‌نایذیر است.

بنابراین در حال حاضر تنها راه بروز رفت از وضعیت فعلی و

فناوری

پایگاه خبری و اطلاع رسانی
elececo
اقتصاد الکترونیکی
www.elececo.ir

ماهnamه

اقتصاد دیجیتال

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





سپردن مرگ و زندگی انسان‌ها به دست الگوریتم‌ها

- نویسنده: در ک هلینگ (Dirk Helbing) استاد علوم اجتماعی رایانه‌ای در ای تی اچ زوریخ
- پیتر سیل استاد اخلاقیات کسب و کار در دانشگاه یواس آی لوگانو

کلان داده‌ها، هوش مصنوعی و فناوری‌های دیجیتال، ما را در برابر چالش‌هایی که اکنون فراروی ماست به شکل شگفت‌انگیز و غافلگیر کننده‌ای نامجهز و ناآماده گذاشته‌اند، حال این چالش‌ها چه تغییرات اقلیمی، همه‌گیری کووید ۱۹ باشد و چه اخبار جعلی و سخنان نژادپرستانه پا حتی امنیت سایبری.

از جمله مشخصه هایی دوره آنtrapوپوسین که در آن بشریت سرنوشت سیاره زمین را شکل می دهد، تهدیدات موجودیتی است. تهدیداتی که طرح های اقدامی نظیر «اهداف توسعه پایدار» سازمان ملل حل و فصل برخی از آنها را هدف گرفته اند. ولی به نظر می رسد که دیگر تاکنون آگاه شده باشیم که برای حل این معضلات، ما باید رفتارها و عادات ریشه دارمان را تغییر دهیم.

برای کمک به تعیین اولویت بیماران مبتلا به کووید ۱۹ مورد استفاده قرار می‌گیرد.

ولی آیا ما باید به الگوریتم‌ها اجازه دهیم تا تصمیمات مربوط به مرگ و زندگی را بگیرند؟ مسئله معروف تراموا را در نظر بگیرید. در این آزمایش فکری اگر کسی مداخله نکند، یک تراموای از کنترل خارج شده چندین نفر را زیر می‌گیرد. اگر کسی تراموا را به یک طرف بچرخاند، عده کمتری کشته‌می‌شوند، اما مداخله اوست که باعث مرگ آنها می‌شود.

گفته نشده که این مسئله به نجات جان انسان‌ها مربوط می‌شود، بلکه در واقع این سؤال از فرد مطرح می‌شود که: «اگر نتوان همه را نجات داد، چه کسی باید بمیرد؟» با این حال شر کمتر همچنان شر است. وقتی که شر اندک‌اندک به نظرمان قابل پذیرش می‌شود، مجبور به تن دادن به پرسش‌های تکان‌دهنده‌ای می‌شویم که می‌تواند

در جهانی با جمعیتی بیش از اندازه خیلی ها پرسیده اند «جان انسان چه ارزشی دارد؟» همه گیری کووید ۱۹ یکبار دیگر این مسئله را پیش کشیده است و صورت بندی تیره و تاری به این پرسش داده است: «اگر منابع کافی برای نجات جان همگان وجود نداشته باشد، چه کسی اول پاید بمیرد؟»

دانسته‌های علمی تخیلی زیادی مثل «دیکتاتوری پروانه» فرانک شاتزینگ نوشته شده‌اند که با نگرانی‌های مشابهی سروکار دارد و اغلب مشکل توسعه پایدار را به طرق بی‌رحمانه‌ای «حل می‌کنند» که یادآور برخی از سیاه‌ترین فصل‌های تاریخ بشر است و واقعیت نیز چنان‌دور از این نیست. اغواکننده است که انسان فکر کند ما می‌توانیم برای حل و فصل چنین معماهایی به کمک هوش مصنوعی اثکار کنیم. پیش از این مسائلی چون جمعیت زدایی و خودکشی مبتنی بر رایانه مورد بحث قرار گرفته‌اند و اکنون هوش مصنوعی

کلان داده‌ها، هوش مصنوعی و فناوری‌های دیجیتال، ما را در برابر چالش‌هایی که اکنون فراوری ماست به شکل شگفت‌انگیز و غافلگیرکننده‌ای نامجهز و نااماده گذاشته‌اند، حال این چالش‌ها چه تغییرات اقليمی، همه‌گیری کووید ۱۹ باشد و چه اخبار جعلی و سخنان نژادپرستانه یا حتی امنیت سایبری. این سؤال توضیح ساده‌ای دارد: هرچند بھینه‌سازی جهان با استفاده از داده‌ها کار خوبی به نظر می‌رسد، اما این بھینه‌سازی بر اساس یک هدف تک‌بعدی صورت گرفته که پیچیدگی جهان را به یک شاخص واحد تقلیل می‌دهد. این کار نه مناسب است و نه کار آمد. همچنین اثرات بالقوه شبکه غیرمادی را عمدتاً نادیده و توانایی‌های حل مسئله انسان و ظرفیت تحمل جهان را دست کم می‌گیرد.

بر عکس طبیعت بھینه‌سازی نمی‌کند: شریک تحول می‌شود. بسیار بهتر از جامعه انسانی در زمینه پایداری زیست‌محیطی و شبکه‌های تامین چرخشی عمل می‌کند. هم اقتصاد و هم جامعه ما می‌تواند از راه حل‌های الهام‌گرفته از زیست‌شناسی که به زیست‌بوم‌ها به خصوص اکوسیستم‌های هم‌زیستی شباهت دارد متنفع شود.

این به معنای به رسمیت شناختن جهان پرمشکل ما و لحاظ کردن بهبودپذیری و انعطاف‌پذیری در سیاست‌گذاری و همکاری‌های بین‌المللی است. این مشخصه‌های سیستم‌های قابل پایداری، برای سازگاری و بهبودپذیری پس از شوک‌ها، بلایا و بحران‌هایی نظری آنچه که امروز با آنها مواجهیم بسیار مهم هستند.

بهبودپذیری را می‌توان به طرق متعددی افزایش داد، از جمله حذف زواید، تنوع راه حل‌ها، تمرکز‌دایی سازمانی، رویکردهای مشارکتی، همبستگی و در موارد مقتضی کمک‌های دیجیتال. چنین راه حل‌هایی باید به طور محلی و برای دوره‌های زمانی طولانی قابل پایداری باشد. به عبارت دیگر به جای «یادگیری برای مردن در دوران آنتروپوسن» که روی اسکران‌تون نویسنده پیشنهاد می‌کند، ما باید در روزگار پرمشکلی فعلی «یاد بگیریم که زندگی کنیم». این بهترین بیمه در برابر تحولاتی است که می‌تواند ما را به درون با تلاقی تعیین اولویت جان انسان‌ها بکشد.

منبع: فارس

اصل ارکان جامعه و کرامت انسانی ما را تضعیف کند. برای مثال اگر یک وسیله نقلیه خودران نتواند با سرعت لازم ترمز بگیرد، آیا باید یک مادریزرنگ را بکشد یا یک فرد بیکار را؟

در چهارچوب به‌اصطلاح آزمایش ماشین اخلاقی نیز سؤال‌های مشابهی از پاسخگویانی در سراسر جهان پرسیده شده است تا از داده‌های گردآوری شده برای تعیین ترجیحات اخلاقی در وضعیت‌هایی که ماشین‌های خودکار در آن نقش دارند استفاده شود. در این چهارچوب محققان در این مورد بحث می‌کنند که «چگونه می‌توان این ترجیحات را در تدوین اصولی جهانی و از نظر اجتماعی پذیرفته شده برای اخلاقیات ماشین‌ها به کار گرفت». اما چنین آزمایش‌هایی برای تعیین سیاست‌گذاری‌ها مبنای مناسبی به شمار نمی‌رود.

حتماً کسانی با این استدلال که یک الگوریتم منصف است، این کار را ترجیح خواهند داد. اما استفاده از الگوریتم به طور بالقوه به معنای اتخاذ تصمیمات تصادفی است. البته ما نمی‌خواهیم بگوییم که مردم باید به طور تصادفی بمیرند - یا به طور کلی - بمیرند. چنین چیزی با اصل بنیادین کرامت انسانی در تناقض قرار دارد، حتی اگر مرگ بدون درد باشد. بلکه آزمایش فکری ما می‌گوید که ما باید چهارچوب مسئله تراهموا را به عنوان چهارچوبی مشخص و قطعی پذیریم. اگر این مسئله راه حل‌های غیرقابل قبولی را پیش بکشد، ما باید به تلاش‌های جمعی گستره‌تری برای تغییر دادن ترتیبات موجود دست بزنیم. مثلاً وقتی پای خودروهای خودران به میان می‌آید، می‌توانیم آهسته‌تر برانیم یا اتومبیل‌ها را به ترمزهای بهتر و فناوری‌های این‌منی بیشتری مجهر کنیم.

به همین ترتیب مسائل پایداری زیست‌محیطی امروز جامعه از پیش تعیین شده نیستند، بلکه نتیجه شیوه کسب و کار ما، زیرساخت‌های اقتصادی ما، مفهوم جایه‌جایی بین‌المللی ما و مدیریت زنجیره‌تامین متداول ماست. پرسش واقعی باید این باشد که چرا - نزدیک به ۵۰ سال بعد از انتشار مطالعه هشدار دهنده «محدودیت‌های رشد» - ما هنوز دارای یک اقتصاد چرخشی و مبتنی بر به استراک‌گذاری نیستیم و چرا برای یک همه‌گیری آماده نبوده‌ایم، رویدادی که به شکل گسترده‌ای پیش‌بینی شده بود؟



مادرشیکه‌های اجتماعی دنبال کنید



به روزترین مقالات و گزارش‌ها و آخرین اخبار

فناوری هوشمند در

تلگرام و واتساپ: +۹۶۵۲۱۲۸۳ - دفتر نشریه: +۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵
شماره مستقیم سردبیر: +۹۲۱۲۷۸۹۴۰۶ - ایمیل: elececo.ir@gmail.com

جیت ارسال مقاله، گزارش و خبر:

ماهانه
اقتصاد دیجیتال

آذرماه ۱۳۹۹ - شماره ۱۱۷ (دوره جدید ۴)



سبز رسانه

SabzRasaneh.ir

پایگاه خبری تخصصی محیط زیست



تلفن: ۰۹۰۳۴۵۶۲۶۳۱ - ۰۹۲۲۶۴۰۰۹۶۱۲ - شماره مستقیم دییرخانه: ۶۶۵۲۱۲۸۳

ما را در شبکه های اجتماعی دنبال کنید



Tosesabz



Tosesabz



Tosesabz



Digital Economy

اشتراک

امکان اشتراک ماهنامه اقتصاد دیجیتال به دو گونه است:
فایل الکترونیکی (PDF) و نسخه چاپی می‌باشد.
البته نسخه الکترونیکی رنگی و نسخه چاپی محتوى تک رنگ (سیاه و سفید) می‌باشد.

نسخه چاپی تعداد ۶ شماره (نیمه دوم سال ۹۹): ۲۰۰۰۰ تومان

نسخه الکترونیکی ۶ شماره (نیمه دوم سال ۹۹): ۹۰۰۰۰ تومان

**جهت خرید تک نسخه و پس از چاپ:

نسخه چاپی تعداد ۱ شماره (نیمه دوم سال ۹۹): ۱۴۰۰۰ تومان

نسخه الکترونیکی ۶ شماره (نیمه دوم سال ۹۹): ۱۵۰۰۰ تومان

ارسال نسخه چاپی با پست سفارشی می‌باشد و چنانچه تمایل ارسال با پست پیشتاز و پیک دارید هزینه ارسال اضافه می‌گردد

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
چنانچه تمایل به دریافت از طریق پیام رسان دارید این امکان فقط از طریق واتس‌اپ و تلگرام وجود دارد

..... نام شرکت / نام:

..... نام خانوادگی:

..... شغل:

..... نشانی:

..... صندوق پستی:

..... مبلغ: مورخ: از شماره: شعبه: از بانک: شماره همراه: پست الکترونیک:

نوع اشتراک: چاپی: الکترونیکی:

پس از واریز حق اشتراک به حساب جاری ۱۷۷۶۳۰۰۹۳۱۵۰۸ (شماره کارت ۵۸۹۲-۱۰۱۱-۷۹۵۳-۶۰۴۶) بانک سپه شعبه سایمان خاطر به نام علیرضا خدایی،
شبا: +۰۸-۰۷۷-۶۳۰۰-۹۳۱۵-۰۰۲۳-۰۱۵۰-۰۰۰۰-۰۱۷۷-۰۸-۰۸ شبا: +۰۸-۰۷۷-۶۳۰۰-۹۳۱۵-۰۰۲۳-۰۱۵۰-۰۰۰۰-۰۱۷۷-۰۸-۰۸ این فرم را تکمیل و به همراه فیش واریزی نقدی به دفتر نشریه ارسال (نمابر/پست الکترونیک) نمایید.
شماره مستقیم: ۰۹۲۱۲۷۸۹۴۰۶. تلفکس: ۰۶۶۵۲۱۲۸۴۳ پست الکترونیک: Elececo.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



سبز رسانه

SabzRasaneh.ir

پایگاه خبری تخصصی محیط زیست



تلفن: ۰۹۰۳۴۵۶۲۶۳۱ - ۰۹۲۲۶۴۰۰۹۶۱۲ - شماره مستقیم دییرخانه: ۶۶۵۲۱۲۸۳

ما را در شبکه های اجتماعی دنبال کنید

