

ماه‌نامه

دیجی‌تکو | www.digiteco.ir

شماره پیاپی ۱۱۸ (دوره جدید، شماره ۵)، دی ماه ۱۳۹۹
قیمت: نسخه چاپی ۴۰۰۰ تومان نسخه الکترونیکی ۱۵۰۰۰ تومان

- در این شماره می خوانیم

یادداشت، گفت و گو، گزارش و مقاله از

اقتصاد دیجیتال

کسب و کار دیجیتال

فناوری مالی (فین تک): بانکداری دیجیتال و ارز دیجیتال

دولت الکترونیک

فناوری هوشمند (بلاکچین، هوش مصنوعی

(..., Industry 4.0,



www.elececo.ir

ما را در شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید



elececo



elececoir



elececo.ir



elececoir



Digital Economy

اشتراك

امکان اشتراک ماهنامه اقتصاد دیجیتال به دو گونه است:
فایل الکترونیکی (PDF) و نسخه چاپی می‌باشد.
البته نسخه الکترونیکی رنگی و نسخه چاپی محتوی تک رنگ (سیاه و سفید) می‌باشد.

٢٤٠ / ٠٠٠ تومان	ننسخه چاپی تعداد ٦ شماره(نیمه دوم سال ٩٩):
٩٥ / ٠٠٠ تومان	ننسخه الکترونیکی ٦ شماره(نیمه دوم سال ٩٩):
	** جهت خرید تک ننسخه و پس از چاپ:
٤٠ / ٠٠٠ تومان	ننسخه چاپی تعداد ١ شماره(نیمه دوم سال ٩٩):
١٥ / ٠٠٠ تومان	ننسخه الکترونیکی ٦ شماره(نیمه دوم سال ٩٩):

ارسال نسخه چايني با پست سفارشي مي باشد و چنانچه تمایل ارسال با پست پيشتاز و يك داريad هز يته ارسال اضافه مي گردد

جهت اشتراک ماهنامه اقتصاد دیجیتال فرم زیر را تکمیل نمایید

مشترکان الکترونیکی نیاز به تکمیل آدرس ندارند فقط کافی است که پست الکترونیکی خود را وارد نمایند
چنانچه تمایل به دریافت از طریق پیام رسان دارید این امکان فقط از طریق واتس‌آپ و تلگرام وجود دارد

.....نام شرکت / نام:

..... نام خانوادگی:

شعل: تا: از شماره: تاریخ اشتراک:

نامه : شهر : کد سیستم :

صفحة ٢٠٣ من إجمالي ٢٠٣ | صندوقه، ستر: تلف: شعراه هماد: سنت الكتب و نسخ:

مبلغ: میوه، خ: بانک: شعبه: از شماره: اسما: شد.

نوع اشتراك: **جاي** | الكترونيك: **نعم**

شناختن نشریه:

دفتر نشریه

تهران- خیابان بهار جنوبی- کوچه منصور، ۲، پلاک ۴، واحد ۴
 تلفن: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵
 تلگرام و واتس‌آپ: 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: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵

موبایل مستقیم: ۰۹۱۲۲۷۸۹۴۰۶

تلگرام و واتس‌آپ: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵

ایمیل: Elececo.ir@gmail.com

۴..... اقتصاد دیجیتال.....

■ ضرورت راهبردی تحول دیجیتال بعد از کووید
 اسنديار جهانگرد ۴

■ نقش آفرینی بازیگران دیجیتال در نمایش صنعت مالی؛ «فین‌تکها» کسب‌وکارهای سنتی
 را بازنگشته می‌کنند ۶

■ سیستم مالیات در اقتصاد دیجیتال چگونه است؟ ۸

۱۱..... کسب و کار هوشمند.....

■ مکنزی برای بازیگران صنعتی در عصر دیجیتال تجویز کرد: توسعه استارت‌آپی با مدل آسیایی ۱۱

■ افزایش سودآوری در اقتصاد دیجیتال از طریق هوش مصنوعی ۱۳

■ رونق بازار بازی‌های دیجیتال زیر سایه کرونا ۱۵

■ انتخاب شریک مناسب در کسب و کار ۱۷
 امیر میثم گیاهی

■ اثر شبکه چیست و چطور تاثیر می‌گذارد؟ ۱۹
 مازیار نسیمی

■ جای خالی مشاور برنده‌سازی حرفة‌ای در کسب و کارها ۲۲

■ عشیوه موافقیت‌آمیز تحول دیجیتال مدیریت منابع انسانی ۲۴
 مترجم: علی پورقاسمی

■ مزیت‌های عمده فروشی آنلاین و تجارت الکترونیک ۲۶

■ برای طراحی یک فروشگاه اینترنتی باید چه معیارهای را در نظر بگیریم ۲۹

۳۱..... دولت الکترونیک.....

■ تحول دیجیتال، فساد را کاهش و اعتماد به دولت را بالا ۳۱
 ایمان برادری

■ چگونه می‌توان در آینده زمینه‌های همکاری‌های دیجیتالی را استوار کرد؟ ۳۳
 جارد کوهن، ریچارد فانتین / تحلیل گران امنیتی

فهرست



■ بانکداری دیجیتال.....**۳۶**



- پرداخت یاری چیست؟ و پرداخت یار کیست؟ ۳۶
- مدل‌های تجاری بانکداری دیجیتال در دوران پساکرون ۳۷
- بانک‌ها محکوم به تغییر هستند ۴۰
- فرزاد تمیمی فرد

- ارز دیجیتال چگونه می‌تواند سیستم‌های بانکی را متعدد کند؟ ۴۳

- اثر ارزهای دیجیتال بر شبکه پرداخت جهانی سوئیفت ۴۵

■ ارز دیجیتال.....**۴۶**



- آخرین وضعیت انتشار پول دیجیتال بانک مرکزی ایران ۴۶
- محبوبه قکوری

- ۵ پیش‌بینی از آینده بازار ارز دیجیتال ۵۱

- ارزهای دیجیتال: میدان جدید جنگ تجاری چین و آمریکا ۵۳
- سپهر زارع

- ایجاد صفحه خرید و فروش کاذب؛ رایج‌ترین روش دستکاری قیمت رمزارز ۵۵
- مازیار نسیمی

- روش‌های کسب درآمد از بیت‌کوین و ارزهای دیجیتال ۵۷

- اسرار خرید و فروش بیت‌کوین و دیگر رمزارزها در ایران ۶۰

- روش‌های نقدکردن بیت‌کوین و اصطلاحات آن ۶۳

- استخراج ارز دیجیتال چیست و چگونه انجام می‌شود؟ ۶۵

■ امنیت اطلاعات.....**۶۹**

- روش از بهترین و مطمئن‌ترین انواع بیومتریک ۶۹

- کلاهبرداری در حوزه فین‌تک؛ چگونه قربانی نشویم؟ ۷۱

- لیست ۱۰ ابزار برتر امنیت سایبری که باید در سال ۲۰۲۱ در نظر داشته باشد ۷۵

■ فناوری هوشمند.....**۷۸**

- انقلاب صنعتی چهارم در هشت صنعت ایران ۷۸

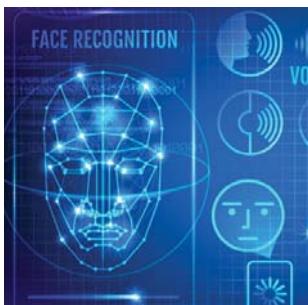
- هوش دیجیتال (Digital Quotient) یا سر بهشتی ۸۲

- بلاکچین را بیشتر بشناسیم ۸۵

- تفاوت بلاکچین و پایکاه داده (دبتابیس) سنتی چیست؟ ۸۷

- در سال ۲۰۲۱ از اینترنت اشیا چه انتظاری می‌توان داشت؟ ۸۹

- سیستم‌های فیزیکی در آینده هوشمند و متصل به شبکه خواهند بود ۹۰



* مطالب نشریه لزوماً نظر نشریه اقتصاد دیجیتال نیست

* نشریه در حکم، اصلاح، ویرایش و کوتاه کردن مقالات و مطالب دریافتی آزاد است

* نقل مطالب با ذکر منبع بلامانع است



ضرورت راهبردی تحول دیجیتال بعد از کووید

■ اسفندیار جهانگرد؛ دانشیار دانشکده اقتصاد؛ دانشگاه علامه طباطبایی

جامعه بشری تاکنون چهار انقلاب صنعتی را تجربه کرده که در عصر حاضر در انقلاب چهارم صنعتی قرار دارد. هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، داده‌های بزرگ و فناوری بلاکچین و... از ویژگی‌های این عصر هستند که باعث می‌شوند خلق ارزش، تبادلات اجتماعی و فعالیت‌های کسب و کار و هر آنچه انسان فکر می‌کند دچار تحول شوند. در حال حاضر حدود ۷۰ درصد جمعیت دنیا به موبایل متصل هستند و قریب به ۶۰ درصد کاربر اینترنت هستند و قریب نصف جمعیت دنیا در شبکه‌های مجازی فعال‌اند. کشورهایی که هسته اصلی فناوری دیجیتال (زیرساخت‌های فنی و خدماتی) را فراهم کردند، از بقیه کشورها در تحول دیجیتال جلوتر هستند و اقتصادشان مبنی بر پلتفرم‌ها و خدمات دیجیتالی سوار شده است.

اما مرحله بعد تحول در ابعاد و ماهیت کارها و محصولات، الگوریتم‌ها، تجارت و کسب و کارهاست که هنوز در بسیاری کشورها ضعیف و به صورت مبتدی است. شیوع ویروس کرونا در اوایل سال ۲۰۲۰ میلادی بر شتاب تطابق، تغییر بینش‌ها و آینده‌نگری فعالیت‌های مبنی بر فناوری دیجیتال سرعت بخشیده است که در حال حاضر سیستم‌های آموزشی، خرده‌فروشی کالا و خدمات، حمل و نقل و حتی خدمات دولتی و... در این حوزه گسترش زیادی یافته‌اند. در این زمینه آمادگی دیجیتالی و شدت استفاده دیجیتالی در کنار داشتن سطح مهارت لازم چگونگی آثار و پیامد حرکت به سمت دیجیتالی شدن جوامع را به شکل متفاوت رقم می‌زند. در سال‌های اخیر در ایران با گسترش پهنه‌ای باند موبایل، گسترش استفاده از اینترنت شتاب زیادی گرفته است، اما در این خصوص شکافی در ارتباط با گسترش پهنه‌ای باند لازم مناسب با گسترش و نفوذ آن در فعالیت‌های مختلف (طرف تقاضا) و همچنین سرعت تحول جهانی آن مشاهده می‌شود که برای کسب بازدهی لازم در آینده باید به سرعت مرتفع شود.

همچنین عدالت دیجیتالی و کاهش شکاف دیجیتالی باید در کشور رعایت شود. در مورد دوم، در حال حاضر استان‌های تهران، سمنان، البرز، اصفهان و یزد بالاترین شاخص توسعه دیجیتالی را دارند، اما سر طیف دیگر این موضوع مربوط به استان سیستان و بلوچستان، لرستان، کهگیلویه و بویراحمد، آذربایجان غربی، خراسان شمالی و جنوبی و کردستان است که باید مرتفع شود.

عصر جدید تحول دیجیتال زندگی و کسب و کارها را متأثر خواهد کرد و انسان و ماشین با هم به شکل یک تیم عمل خواهند کرد و همگرایی ماشین و انسان زیاد خواهد شد. مسئله در عصر حاضر موافق یا مخالف این فناوری و این تحول در دنیا نیست و مسئله روز جوامع فلسفه اخلاقی احتمالی و ارزش‌های جدید برای انسان و جوامع است. تحول دیجیتال باعث می‌شود که دستگاه‌های موبایل نقش مغز بیرونی انسان را به خود بگیرند و یک تخریب دیجیتالی (Digital disruption) در جوامع بشری اتفاق بیفتد. امروزه کوچک‌ترین ماشین‌ها می‌توانند بزرگ‌ترین ترن‌ها را از ریل خارج کنند.

بنابراین حرکت به سمت تطابق و آینده‌نگری نسبت به این فناوری‌ها اجتناب‌ناپذیر است و انتخابی نیست. در حال حاضر از هر ده کسب و کار پیش رو در دنیا چهار تای آن دچار تخریب دیجیتالی می‌شوند و متوسط طول عمر ۵۰۰ بنگاه برتر دنیا از حدود ۶۷ سال در سال ۱۹۲۸ به بین پنج تا ده سال در سال ۲۰۲۰ رسیده است و این گوشزد می‌کند که تحول دیجیتال نیازمند برنامه‌ریزی برای نوآوری در کسب و کارهای است و تقریباً از سال ۲۰۲۰ میلادی با شیوع ویروس کرونا شدت و شتاب آن هم زیاد شده و بنابراین تخریب دیجیتالی به شدت در همه امور سرعت گرفته است و خبرهای زیادی را در این رابطه در دنیا در آینده خواهیم شنید.

ویزگی این تخریب دیجیتالی این است که در اکثر فعالیت‌ها مالکیت دارایی فیزیکی، تولید محتوا، زیرساخت لازم، انبار، اپلیکیشن، سینما، پول و... از سوی شرکت اصلی هدایت نمی‌شود؛ برای مثال شرکت اسنپ، صاحب هیچ تاکسی‌ای نیست یا فیس بوک هیچ محتوایی خودش تولید نمی‌کند یا شرکت ابل مالک اپلیکیشن‌ها نیست و... این تحول ساختاری به صاحبان کسب و کار و مدیران و سیاست‌گذاران گوشزد می‌کند که فعالیت بر مبنای اصول و قواعد متعارف قبلی دیگر پاسخ‌گوی نیازهای جامعه و بازار نیست و نیازمند نوآوری در این حیطه است.

در صورت عدم حرکت به سمت نوآوری یا از کارافتادگی رقم خواهد خورد و یا کارایی فعالیت بسیار نازل خواهد بود که در نهایت خدمات آنها توسط جامعه مطروح خواهد شد. برای این امر تحول در مدیریت و مبتنی بر نوآوری لازم است. ایجاد یک سیستم مدیریت پویا مبتنی بر نیازهای جامعه و بازار و فناوری‌های روز دنیا، تخریب خلاق ارزش در جامعه و بازار و استمرار و پایداری مدیریت به سمت نوآوری در کنار فهم تخریب خلاق و طراحی اکوسیستم سازماندهی تخریب از جنبه‌های مهم استفاده حداکثری از تحول دیجیتال است که باید در اقتصاد و جامعه ایران هم اتفاق بیفتد.

برای این مهم لازم است نگرش‌ها، آینده‌نگری و قدرت تطابق جامعه در کنار نیروی محركه لازم برای خلق ارزش متناسب با فرهنگ جامعه فراهم شود تا بتوان از تحولات دیجیتالی دنیا در ارتقای کارایی، تولید، رشد اقتصادی و در نهایت رضایت‌مندی و شادمانی جامعه بهره گرفت.

با توجه به کشف واکسن کووید ۱۹ و در جریان تولید ابوبه قرار گرفتن آن و شروع کشورها به تزریق آن به افراد جامعه در برخی کشورها، احتمال اینکه ظرف یک سال آینده فعالیت‌های مختلف به حالت عادی برگردند، بسیار زیاد است.

در این بین تجربه دوران کرونا به کشورها و جوامع مختلف و از جمله جامعه و کشور ایران هم یاد داد که بسیاری از امور با گسترش فناوری دیجیتالی با کارایی بهتر و با هزینه کمتر قابل دسترسی است و باب تحول دیجیتال را در ایران هم گشود؛ بنابراین داشتن برنامه، اقدام، نظارت و اجرا برای همه کسب و کارهای خصوصی و دولتی و هم راستا شدن با تحولات فناوری دنیا برای بهره‌گیری از فرصت‌های احتمالی یک ضرورت است. شرایط دنیا نشان داد که موققیت حق کسانی است که اهل تغییر و تحول هستند.



نقش آفرینی بازیگران دیجیتال در نمایش صنعت مالی «فین‌تک‌ها» کسب و کارهای سنتی را بازنشسته می‌کنند

فناوری مالی یا «فین‌تک» (fintech) درواقع کسب و کارها و شرکت‌هایی هستند که هدف آنها استفاده نوآورانه از فناوری برای کارآمدتر کردن خدمات مالی است. فین‌تک با استفاده از فناوری‌های اتوماسیون و یادگیری ماشین برای افزایش تجربه مشتری، حوزه مالی را نوسازی کرده است.

اگرچه افزایش بازیگران دیجیتال در صنعت مالی در چند سال گذشته، دشواری‌های مردم برای دستیابی به منابع مالی را کاهش داده، اما تحول دیجیتال از زمان شیوع ویروس کرونا محسوس‌تر شده و هیاهوی گسترده‌ای ایجاد کرده است. دیجیتالی شدن در بخش مالی برای پیشرفت در این جهان رقابتی بسیار مهم است. در این مورد، «فین‌تک» (fintech) به عنوان مؤثرترین کانال وامدهی ظاهر شده که روش سنتی بانکداری و تجارت الکترونیک پایان به پایان مشتری را متحول می‌کند.

تحویل با فین‌تک

فین‌تک ترکیبی از تمام فناوری مدرن است که بانک‌ها و مشاغل مالی برای بهبود ارائه خدمات مالی آنها را به کار می‌گیرند. این شامل خدماتی مانند استفاده از خودپردازها، کارت‌های الکترونیکی، خدمات بانکی دیجیتال و فناوری بلاک‌چین است. فناوری مالی با استفاده از تکنیک‌های اتوماسیون و یادگیری ماشین برای افزایش تجربه مشتری، حوزه مالی را نوسازی کرده است. فین‌تک‌های آینده همچنین شامل چتبات‌های خودکار که شباه روزی در دسترس هستند، ابزارهای بودجه‌بندی آنلاین برای تنظیم هزینه‌های پول و ردیاب هزینه برای نظارت بر ذخایر مالی هستند. در هر سطح، به کارگیری فناوری اتوماسیون و یادگیری ماشین

فین‌تک باعث ایجاد فرصت‌های بی‌شماری برای به دست آوردن یک دیتابیس بزرگ و ضروری از مشتریان شده که این امر موجب می‌شود یک بنیان دیجیتالی مستحکم ایجاد شود. فین‌تک همچنین عملیات‌های تجاری و کسب و کارها را دیجیتالی کرده و همچنین قابلیت‌های تولید، مدیریت منابع و کارایی کارکنان را بهبود می‌بخشد. علاوه بر این با دانستن بیشتر رفتاری عمیق‌تر، تجربه مشتری را افزایش داده و سطح شفافیت بیشتری را ارائه می‌دهد.

پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۵ بازار جهانی فین‌تک به ۴۶۰ میلیارد دلار برسد.

حداکثر استفاده از داده‌ها

صنعت مالی یکی از اولین صنایعی است که شروع به جمع آوری داده‌های مصرف‌کننده می‌کند و درنتیجه معدن طلای مشتری است. با این حال، بدون تجزیه و تحلیل و تفسیر که می‌تواند آن را به یک دارایی تجاری ارزشمند تبدیل کند، ارزش این داده‌ها بسیار کم است. تحول دیجیتال ارتباط بین داده‌های خام و هوشمند است که می‌تواند در همه موارد، از استراتژی تجارت گرفته تا بهبود روابط با مشتری، مورد استفاده قرار گیرد.

بهبود تحويل محصول

محصولات خدمات مالی به طور گستردگی از دیجیتالی شدن سود می‌برند. محصولات دیجیتال به ایجاد کارایی و صرفه‌جویی در فرایند و جذابیت گستردگی می‌کنند. اکنون انتظارات معطوف به محصولاتی جذاب است که به راحتی در دسترس، انعطاف‌پذیر و کم‌هزینه هستند. دیجیتالی شدن با امکان‌پذیر ساختن این ویژگی‌ها به توسعه تجارت‌های مالی کمک می‌کند.

تعاملات مشتری

دیجیتالی شدن در بخش مالی این فرصت را فراهم می‌کند تا تعاملات مشتری را افزایش دهد. از رویات‌های خدمات مشتری گرفته تا اپلیکیشن‌های واضح و تبلیغات اجتماعی، از طریق تحول دیجیتال این صنعت می‌تواند به طیف گسترده‌ای از مصرف‌کنندگان، به زبانی که آنها می‌فهمند خدمت کند. تداوم ارتباط با مشتری، ارزش تجاری بالاتری را به همراه دارد.

اتخاذ دیجیتالی شدن با ساختارها و فرایندهای عملیاتی آغاز می‌شود. این امر می‌تواند در ارائه تجزیه و تحلیل داده‌ها و گزارش‌دهی به شرکت‌ها کمک کند. بدین ترتیب، فین‌تک ارتقاء جامعی است برای مؤسسات مالی و تأمین نیازهای مشاغل.

منبع: آنا

(ML) تمام نقاط ضعف در عملیات‌های تجاری مالی را برطرف می‌کند. فین‌تک تمرکز خود را بر طرف کردن موارد عملیاتی مانند بودجه‌بندی و خدمات به مشتریان می‌گذارد. فعالیت‌های غیرمعمول مالی که معمولاً باعث تماس تلفنی نماینده بانک می‌شود، اکنون می‌تواند توسط تماس‌های «روبوکال» (Robocall) برای تأیید خریدها جایگزین شوند. اگرچه این استراتژی بحث‌برانگیز است، اما نباید مفید بودن آن را زیر سوال برد.

فین‌تک دیگر در آینده صنعت مالی حضور موقت نخواهد داشت، زیرا همه مؤسسات مالی مانند بانک‌ها آشکارا از فین‌تک استقبال کرده و آن را به عنوان یک فرصت سرمایه‌گذاری در نظر می‌گیرند. شرکت‌های فین‌تک راه حل‌های پیشرفته شخصی‌سازی شده و خلاقانه‌ای را برای پردازش آسان و روان معاملات ارائه داده‌اند. اکنون جوامع مختلف اهمیت پذیرش مداخلات فناوری را در فعالیت‌های روزمره خود درک کرده‌اند و فین‌تک به عنوان یک کاتالیزور قوی در پیشبرد فرایندهای مشاغل عمل کرده است.

شيوع ویروس کرونا و اعمال تعطیلی و قرنطینه در سراسر جهان، صنایع مختلفی را به پذیرش دیجیتالی شدن در دنیا دیجیتال سوق داده است. پلتفرم‌های فین‌تک افراد را قادر می‌سازند در حالی که به راحتی در خانه یا دفاتر خود نشسته‌اند، امکان دسترسی آسان و شفاف به نیازهای مالی خود را داشته باشند و دیگر نیازی به حضور در شب و صفحه‌ای طولانی نباشد. شيوع ویروس کرونا همچنین الگوی جدیدی را در قالب دنیای بدون تماس ایجاد کرده که این امر فرصت‌های بی‌نظیری برای شرکت‌ها در فضای فین‌تک فراهم کرده است.

چشم‌انداز آینده فناوری‌های دیجیتال در بخش مالی

دیگر پایین‌دی به روش‌های قدیمی آنالوگ و فعالیت‌های دستی برای هر صنعت، از جمله بخش مالی، وجود نخواهد داشت. همچنین برای کسانی که به دنبال بهبود کارایی و نیز جذابیت رقابتی هستند، اجرای دیجیتالی شدن یک امر ضروری است.



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

در

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



جهت ارسال مقاله، گزارش و خبر:

تلفن و ایمیل: ۰۹۳۷۳۷۶۰۹۵۵
شماره مسندی سردیر: ۰۹۲۱۲۷۸۹۴۰۶

سیستم مالیات در اقتصاد دیجیتال چگونه است؟

فناوری اطلاعات و ارتباطات در دو دهه اخیر شیوه کسب‌وکار و نحوه پرداخت پول را تغییر داده و هر سازمانی به بررسی این تغییرات و تاثیر آنها بر مدل‌های تجاری خود خواهد پرداخت و پژوهشگاه فضای مجازی تاثیر این تغییرات بر مجموعه مالیاتی سازمان‌ها را بررسی کرده است.

شرکت‌ها و مشاغل سنتی، قادر خواهند بود بدون نیاز به تاسیس دفاتر بزرگ یا استخدام تعداد زیادی نیروی کار، درآمدهای قابل توجهی در کشورهای خارجی کسب کنند. این موضوع یکی از دلایل اصلی نگرانی مقامات مالیاتی از اقتصاد دیجیتال است.

یکی از مفروضات اصلی قوانین مالیات بین‌المللی در اقتصاد سنتی این است که یک شرکت قبل از اینکه بتواند درآمد قابل توجه و پایداری در یک کشور خارجی کسب کند، به یک سطح مشخصی از حضور فیزیکی نظری یک دفتر، کارخانه، کارگاه و غیره نیاز دارد و هنگامی که یک شرکت این حضور فیزیکی را دارد ملزم به پرداخت مالیات در کشور خارجی می‌شود.

اما شرکت‌ها در اقتصاد دیجیتال می‌توانند بدون نیاز به حضور فیزیکی چشمگیر درآمد قابل توجهی کسب کنند و این عدم حضور فیزیکی عموماً به این معنا است که دولت‌ها دیگر براساس مفروضات قبلی قوانین مالیاتی قادر نخواهند بود درآمد مالیاتی چندانی از این شرکت‌ها کسب کنند.

استفاده از پچ (وصله‌های نرم‌افزاری) یا به روزرسانی برای ارتقاء یک نرم‌افزار

هنگامی که برنامه‌نویسان تصمیم می‌گیرند در نرم‌افزارهای موجود تغییراتی ایجاد کنند، می‌توانند هم از طریق نصب پچ‌های ارائه شده که همانند وصله‌های لباس باعث بهبود سوراخ‌ها و حفره‌ها می‌شوند، نقاط ضعف موجود در برنامه‌های نرم‌افزاری را برطرف کنند و هم می‌توانند آن نرم‌افزار را از طریق به روزرسانی کلی ارتقاء دهند. در واقع هنگامی که برنامه‌نویسان می‌خواهند خطای را رفع کنند به پچ نیاز دارند. یک پچ برای رفع نواقص، آسیب‌پذیری‌های امنیتی و موارد مشابه است.

در واقع برنامه‌نویس در این حالت تغییرات مشهودی در نرم‌افزار ایجاد نمی‌کند. اما زمانی که برنامه‌نویس قصد داشته باشد یک نوع کاملاً جدیدی از یک نرم‌افزار را که ویژگی‌های نرم‌افزار موجود را نداشته باشد، معرفی کند از به روزرسانی استفاده می‌کند.

این موضوع همان سوال مهمی است که سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی باید در زمینه سیستم‌های مالیاتی در اقتصاد دیجیتال به آن پاسخ دهد. اینکه آیا تنها ایجاد یک سری تغییرات محدود که همان وصله کردن سیستم‌های مالیاتی موجود

یکی از مهم‌ترین سوالاتی که سازمان همکاری و توسعه اقتصادی باید پاسخ دهد این است که بهترین سیستم مالیاتی در اقتصاد دیجیتال چه خواهد بود؟ در واقع سوال اصلی این است که آیا قوانین مالیاتی موجود قابل اجرا در اقتصاد دیجیتال خواهند بود یا باید مجموعه قوانین جدیدی وضع شود.

اویر، بزرگ‌ترین شرکت تاکسی‌رانی جهان، هیچ خودرویی ندارد. فیس‌بوک، محبوب‌ترین شرکت رسانه‌ای جهان، هیچ محتوایی ایجاد نمی‌کند. علی‌با، بالارزش‌ترین خردفروش جهان، فاقد سهام است و ایربی‌انبی، بزرگ‌ترین ارائه‌دهنده محل اقامات جهان، هیچ ملکی ندارد. این همان رویداد بزرگ اقتصاد جدید دیجیتال است.

فناوری اطلاعات و ارتباطات بیش از دو دهه است که شیوه کسب‌وکار و نحوه پرداخت پول را تغییر داده، هر سازمانی بی‌شک به بررسی این تغییرات و تاثیر آنها بر مدل‌های تجاری خود خواهد پرداخت؛ بنابراین مقامات مالیاتی هم از مناطق مختلف جهان سرانجام گرد هم آمدند تا بهمند این تغییرات چه تاثیری بر مجموعه مالیاتی آنها می‌گذارند.

سازمان همکاری و توسعه اقتصادی اقدامات اولیه و مهمی را برای شناسایی چالش‌هایی که دولت‌ها در نحوه گرفتن مالیات از شرکت‌های دیجیتالی با آن مواجه‌اند، انجام داده است. این سازمان در حال بررسی تغییرات لازم در قوانین مالیاتی بین‌المللی برای غلبه بر این چالش‌هاست.

اقتصاد دیجیتالی چیست و چرا مقامات مالیاتی را نگران می‌کند؟

اقتصاد دیجیتال را می‌توان با ذکر یک مثال بدین‌گونه تعریف کرد. اگر فردی پول یا سرمایه خود را به منظور تجارت یا هر نوع پرداخت در اختیار شرکتی قرار دهد که مجبور نباشد به دفتر آن شرکت به طور حضوری مراجعه کند یا حتی هرگز فروشنده‌گان و نماینده‌گان آن شرکت را ملاقات نکند، این همان اقتصاد دیجیتال است. مشاغلی که اقتصاد دیجیتال را تشکیل می‌دهند شامل تجارت الکترونیک، فروشگاه‌ها و تبلیغات تجاری آنلاین، خدمات پرداخت آنلاین، رایانش ابری سیستم‌عامل‌های شبکه مشارکتی و مواردی از این دست است.

شرکت‌هایی که به طور دیجیتالی فعالیت می‌کنند برخلاف

با این فرار مالیاتی به تصویب رسید.

این برنامه عملیاتی ۱۵ مولفه اصلی داشت تا بتواند شرکت‌های بین‌المللی و چندملیتی را به تمکین مالیاتی وادار کند و در نهایت در سال ۲۰۱۵ این گروه تصمیم گرفت تا یک سند بین‌المللی چندجانبه را ایجاد کند به گونه‌ای که بتوان تمام معاهدات را به شکل موثر و یک‌جا در ذیل این سند به روزرسانی کرد. این برنامه عملیاتی بر اساس دیدگاه سازمان همکاری و توسعه اقتصادی به اندازه کافی قوی است که بتواند چالش‌های سیستم مالیاتی موجود را در اقتصاد دیجیتال رفع کند.

مهم‌ترین مولفه‌های این برنامه عملیاتی عبارت‌اند از: مولفه شماره ۳ که به تقویت قوانین کنترل شده شرکت‌های خارجی می‌پردازد، مولفه شماره ۷ که به پیشگیری از اجتناب احتمالی شرکت‌های دیجیتالی از وضعیت تاسیس دائمی می‌پردازد و مولفه‌های ۸ تا ۱۰ که به بررسی تطبیق نتایج انتقال قیمت‌گذاری با ایجاد ارزش می‌پردازد.

سازمان همکاری و توسعه اقتصادی بر این باور است که برنامه عملیاتی مبارزه با فراسایش پایه و انتقال سود برای رسیدگی به مسائل و مشکلات سیستم مالیاتی در اقتصاد دیجیتال کفایت می‌کند. به عبارت دیگر برای حل چالش‌ها نیازی به معرفی مجموعه خاصی از قوانین یا مبانی جدید مالیاتی نیست.

سازمان توسعه و همکاری اقتصادی درحالی که هیچ‌یک از تغییرات بنیادین را توصیه نکرده، اما اعلام کرده است که کشورها در آزمایش برخی از قوانین جدید مالیاتی داخلی خود تا جایی که مفاد قانونی و توصیه‌های مالیاتی بین‌المللی را نقض نکنند، آزاد هستند.

مالیات بر ارزش افزوده

یکی از مهم‌ترین اهداف برنامه عملیاتی انجام تجزیه و تحلیل های گسترشده رفع چالش‌های مالیات بر ارزش افزوده در اقتصاد دیجیتال است. مهم‌ترین مسائل مورد بررسی در این زمینه مربوط می‌شود به تجهیزات و لوازم از راه دور برای بررسی معافیت مالیاتی مشاغل، تجهیزات و لوازم دیجیتال از راه دور برای تعیین و بررسی مشاغلی که در چندین مکان فعالیت می‌کنند و بالاخره تجهیزات از راه دور برای تعیین مشاغلی که در زمینه واردات کالاهای کم ارزش یا کالاهای و خدمات مصرفی فعالیت می‌کنند. تمامی این موارد باید برای تعیین نحوه دریافت مالیات بر ارزش افزوده از شرکت‌های دیجیتالی به دقت در نظر گرفته شوند.

اولین و مهم‌ترین برنامه اجرایی این است که توصیه‌های عملیاتی مربوط به مالیات در اقتصاد دیجیتال در مقیاس جهانی اجرا شود. معاهدات مالیات مضاعف باید به منظور انعکاس توصیه‌های

است کفایت می‌کند یا باید کل سیستم مالیاتی در اقتصاد دیجیتال به روزرسانی شود؟ هر دو گزینه باید مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرند و فقط یکی از آنها که مناسب باشد ارزیابی و انتخاب شود.

سه ایده اصلی به منظور دریافت مالیات از شرکت‌های دیجیتالی

مقامات مالیاتی سه ایده مرتبط را به منظور نحوه تعیین و دریافت مالیات از شرکت‌های دیجیتالی ارائه داده‌اند.

• ایده اول: مربوط می‌شود به ایجاد پایگاه‌های جدید مالیاتی برای تعیین اینکه چه زمانی یک شرکت دیجیتال در یک کشور خارجی مشمول مالیات می‌شود. این پایگاه‌ها باید میزان درآمد، تعداد کاربران و میزان فعالیت و حضور دیجیتالی شرکت‌ها را بررسی و برآورد کنند.

به عنوان مثال، یک متصدی امور مالیاتی به جای آنکه صرف دفاتر فیزیکی یا تعداد کارمندان شرکت‌ها را معيار پرداخت یا معافیت مالیاتی قرار دهد می‌تواند از طریق محاسبه میزان درآمد حاصله آن شرکت دیجیتالی، مشمولیت آن را برای پرداخت مالیات تعیین کند. بدین صورت که اگر این میزان درآمد از یک حد تعیین‌شده عبور کند آن شرکت ملزم به پرداخت مالیات می‌شود.

ایده و روش دوم: این است که بعد از اینکه یک شرکت دیجیتالی مشمول پرداخت مالیات قرار گرفت از آن به همان روش مرسموم مالیات تکلیفی مالیات دریافت شود و این مالیات تکلیفی باید روی سود سهام و سود کسب شده شرکت اعمال شود. ایده مرتبط سوم: ایده استفاده از سیستم مالیات برابر در معاملات دیجیتال است.

دلایل اصلی اصلاحات مجموعه قوانین مالیاتی موجود

براساس بررسی‌های صورت گرفته مشخص شد که بهتر آن است به جای ایجاد مجموعه جدیدی از قوانین مالیاتی که می‌تواند ریسک و عواقب ناخواسته زیادی به همراه داشته باشد، نقاط ضعف قوانین فعلی شناسایی شده و سپس تغییرات لازم در آنها ایجاد شود. جلوگیری از فرار مالیاتی یکی از مهم‌ترین این تغییرات و اصلاحات است. فراسایش پایه و انتقال سود یک استراتژی فرار از مالیات است که با بهره‌برداری از شکاف‌ها و عدم تطابق بین قوانین مالیاتی کشورها منجر به انتقال مصنوعی سود از نقاط با نرخ مالیات بالا به نقاط با نرخ مالیات کم یا معاف از مالیات می‌شود.

این نوع فرار مالیاتی بیشتر توسط شرکت‌های چندملیتی صورت می‌گیرد. این موضوع توجه گروه ۲۰ (گروهی مشکل از وزرای اقتصادی و مسئولان بانک مرکزی بیست اقتصاد برتر دنیا) و سازمان همکاری و توسعه اقتصادی را به خود معطوف کرد و سرانجام در نشست گروه ۲۰ در سال ۲۰۱۳ برنامه عملیاتی مبارزه

تلاش‌های بین‌المللی برای حل مشکلات و چالش‌های مالیاتی اقتصاد دیجیتال نخواهد بود. تکامل اقتصاد دیجیتال ادامه خواهد یافت بنابراین سازمان توسعه و همکاری اقتصاد هم به نظرات بر تحول مدل‌های تجاری در اقتصاد دیجیتال و همچنین اثربخشی اقدامات عملیاتی بر نحوه سیستم مالیاتی ادامه خواهد داد.

کشورهای زیادی از جمله نیجریه در این پروژه عملیاتی شرکت کرده‌اند. نتایج اجرای اقدامات این برنامه عملیاتی در کشورهای مورد بررسی به طور قطع جالب خواهد بود. اگرچه سرعت اجرای این اقدامات در قوانین مالیاتی و فرایندهای قانونی چندان مطرح نیست اما بررسی میزان زمان لازم برای آشکار شدن نتایج حاصله مهم خواهد بود.

منبع: ایسنا

برنامه عملیاتی اصلاح شوند. این کار از طریق استفاده از یک ابزار چندجانبه که به طور خودکار معاهدات موجود را اصلاح می‌کند انجام می‌شود و دیگر نیازی نیست تا همه کشورها در مورد معاهدات خود به طور یک‌به‌یک و جداگانه مذاکره کنند. ایجاد یکسری تغییرات در برخی از قوانین داخلی کشورها نظیر قوانین نظارتی و مالیاتی بر شرکت‌های خارجی نیز از جمله اقدامات اجرایی خواهد بود.

اگرچه توصیه‌ها و اقدامات برنامه عملیاتی آنچنان که در ابتدا تصور می‌شد به طور جدی و کامل پیش نرفت اما سازمان همکاری و توسعه اقتصادی بر این باور است که این برنامه می‌تواند تاثیر قابل توجهی در سیستم مالیاتی اقتصاد دیجیتال گذاشته و چالش‌های موجود را مرتفع کند. این اقدامات به طور حتم جزء آخرین



مکنیزی برای بازیگران صنعتی در عصر دیجیتال تجویز کرد: توسعه استارت آپی با مدل آسیایی

استارت آپ‌ها قلب تپنده اقتصاد جهان هستند و تحلیل‌های تازه از اهمیت چشمگیر تک‌شاخ‌ها یا شرکت‌های فناور با ارزش بیش از یک میلیارد دلار در نقشه توسعه اقتصادی و صنعتی جهان حکایت دارد. گزارش تازه موسسه مکنیزی نشان می‌دهد آسیا بیشترین سهم را از این بخش به خود اختصاص داده که این نشانه بارز یک فضای کسب و کار امن و باز برای توسعه ایده‌های جدید است.

این بررسی تایید می‌کند مجموعه اقدامات دولت و سایر بازیگران خصوصی و فرامملی، موجبات سرریز شدن حجم بالای از سرمایه‌گذاری در ایده‌های نوآور در صنعت و تولید و تجارت را با تکیه بر هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، ابردادهای نرم‌افزارها، مونتاژ روباتیک و اقتصاد دیجیتال فراهم کرده است.

بسیار مطلوب بوده دارد. این گزارش که بر مبنای برآورده از سه سال میانی در دهه اول قرن ۲۱ و سه سال میانی در دهه دوم قرن حاضر به دست آمده سهم اقتصاد آسیا را از اقتصاد جهان رو به رشد توصیف می‌کند. موسسه مکنیزی خاطرنشان می‌کند که سهم آسیا که متشکل از سه قسمت «آسیای پیشرفتی»، «چین» و «باقی مناطق» است در همه ۶ شاخص و سه بخش صعودی بوده است.

آسیا در فاصله سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۸، بیش از ۵۲ درصد از کل رشد جهانی صنایع و شرکت‌های فناور را به خود اختصاص داده است. در عین حال طبق شاخص‌های بازار سرمایه چهار شرکت از ۱۰ برنده بتر جهان در این زمینه جزو برندهای آسیایی هستند. این پیشرفت در حالی در سال ۲۰۲۰ به دست آمده که تا سال ۲۰۱۰ آسیا هیچ نماینده‌ای در این بخش نداشت.

در عین حال شرکت‌های نوآور یک میلیارد دلاری که در ادبیات استارت آپی به آنها تک‌شاخ (UNICORN) گفته می‌شود تا سال ۲۰۱۲ تنها دو مورد بوده ولی هم‌اینک در پایان سال ۲۰۲۰ به حدود ۳۶ مورد رسیده است. این عدد به معنی وجود ۴۰ درصد از کل تک‌شاخ‌های استارت آپی در قاره آسیاست.

سهم آسیا از سرمایه‌گذاری در صنایع فناور و استارت آپ‌های تنها یک دهه بیش از دو برابر رشد داشته و از ۶ درصد در سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۸ به حدود ۴۰ درصد در فاصله سال‌های ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹ رسیده است. این عدد که خبر از رشد بسیار بالای قاره آسیا

بر مبنای پژوهش موسسه مکنیزی، «حمایت مناسب دولت‌های آسیایی از اقتصاد دیجیتال»، «منابع ارزان و فراوان»، «برخورداری از انبوه شرکت‌های بزرگ مقیاس با درآمد جهانی بالا» و «سطح بالای مصرف» از جمله دلایل قدرت‌نمایی آسیا در اقليم اقتصاد دیجیتال، صنایع فناور و تولید خلاقانه عنوان می‌شود.

طبق این گزارش آسیا در حال تجربه یک تحول عميق تکنولوژیک نسبت به دهه گذشته است و به نظر می‌رسد استارت آپ‌ها شکل صنعت در این بخش از جهان را از اساس تغییر می‌دهند. موسسه مکنیزی در آخرین گزارش خود ضمن یادآوری لزوم توجه دولت‌ها به ایجاد فضای مناسب برای استارت آپ‌ها جهت تولید ایده‌های نو در محیط صنعت و اقتصاد، خاطرنشان کرد که توسعه آسیا در دهه آتی محصول سرمایه‌گذاری گسترده این منطقه در تکنولوژی‌های دیجیتالی و استارت آپ‌های است.

منطقه آسیا که مالک بخش اعظمی از رشد اقتصاد جهانی طی دو دهه گذشته است، در برآورده این موسسه در سه بخش «مالکیت معنوی و تولیدات»، «سرمایه‌گذاری» و «فعالیت شرکت‌های نوآور» وضعیت خوبی از نظر توسعه استارت آپی دارد.

این سه بخش که از ۶ شاخص با عنوانین «درآمد شرکت‌های فناور»، «سرمایه‌گذاری جسورانه»، «میزان ثبت اختراع»، «سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه»، «تعداد شرکت‌های نوپای یک میلیارد دلاری» و «تعداد مقالات علمی و مهندسی» تشکیل شده‌اند، به خوبی جایگاه آسیایی که سیر رشد آسیا در آنها طی دو دهه اخیر

می‌کنند. سطح بالای مصرف کالاهای دیجیتال کمک کرده تا زنجیره تامین بزرگ و باثباتی برای صنایع دیجیتال و استارتآپ‌ها خلق شود.

آسیا با داشتن ۱۴ درصد از کل تقاضای مصرفی جهان بهترین پشتیبان برای صنایع به ویژه صنایع نوآور و خلاق در بخش دیجیتال است. این در حالی است که انتظار می‌رود تا سال ۲۰۳۰ رقم مذکور به بیش از ۵۶ درصد برسد. در نتیجه این اتفاق و عبور از پرداخت نقدی به پرداخت اعتباری و حتی شیوه‌های تازه پرداخت، خدمات و حتی صنایع به کل متحول شود و ساختاری متفاوت پیدا کند. کاهش هزینه‌های بازاریابی صنایع یکی از مواردی است که احتمالاً به سرریز درآمدها در بخش تحقیق و توسعه صنعتی کمک می‌کند.

برخورداری از انبوه شرکت‌های بزرگ مقیاس با درآمد جهانی بالا:

پتانسیل بالای آسیا در زمینه تولید کارخانه‌ای کمک بزرگی به شرکت‌های بزرگ صنعتی خواهد کرد. همین عامل باعث شده تا در بین ۵ هزار شرکت صنعتی بزرگ جهان، سهم عمده‌ای به برندۀ‌های آسیایی تعلق داشته باشد و ۴۱ درصد کل درآمدهای این بنگاه‌ها نیز به بنگاه‌های آسیایی برسد.

این مهم جز به مدد پتانسیل بالای کارخانه‌ای موجود در آسیا برای پشتیبانی از تولید شرکت‌های بزرگ حاصل نشده است. مکنزی در تشریح این وضعیت سه دلیل «تقاضای زیاد شرکت‌ها»، «اکوسیستم یا اقلیم قدرتمند و گسترش تولید» و «زنジره تامین انعطاف‌پذیر» را به عنوان دلایل اصلی این وضعیت ذکر کرده و دلیل عمده تولید حجم بالای باتری‌ها، نمایشگرها، قطعات فنی و موارد مشابه در آسیا را همین موارد دانسته است.

همین عامل فرصت بزرگی را در اختیار آسیا قرار داده تا در صنایعی که در معرض تغییرات تکنولوژیک سریع و پیوسته قرار دارند، با قدرت بیشتری عمل کنند. برای نمونه در صنعت ساخت تلفن همراه هوشمند هم‌اینک ۹۰ درصد کل زنجیره تامین جهان در آسیا قرار دارد و همین عامل به چیرگی آسیا در صنایعی که با محوریت اینترنت G5 ایجاد می‌شوند کمک شایانی خواهد کرد.

در نهایت از آنجا که آسیا بالاترین سطح از تنش زیست‌محیطی را در مناطق مختلف خود تجربه می‌کند، به نظر می‌رسد توجه این قاره و بازیگرانی که دارد روی توسعه صنایع پایدار و فناوری‌های سبز یکی از موضوعاتی باشد که بدون سکته و توقف در دستور کار قرار بگیرد و همین عامل باعث خواهد شد تا زمینه برای کار استارتآپ‌های خلاق و شرکت‌های دارای ایده‌های نوآور فراهم شود.

منبع: دنیای اقتصاد

در این بخش می‌دهد، گویای سهم ۴۴ درصدی آسیا از کل رشد جهانی این بخش است.

نکته جالب در این بخش سهم عمدۀ چین است که ۳۰ واحد از ۴۰ واحد کل سهم آسیا را به خود اختصاص داده است. از آن سو رشد سرمایه‌گذاری خطرپذیر (venture capital) در آسیای جنوب شرقی سرعت چشمگیری دارد. اما آسیا در بخش تحقیق و توسعه برای صنایع نوآور، دیجیتالی و استارتآپ‌ها با افزایش چشمگیر سهم از کل جهان، توانسته در فاصله سال‌های ۲۰۰۸-۲۰۰۶ خود را به ۳۴ واحد برساند. عددی که نشان می‌دهد آسیا به تنها ۵۱ درصد از کل رشد جهان را در این بخش از آن خود کرده است.

در عین حال به لطف توجه ویژه شرکت‌های آسیایی به صنعت و اقتصاد دیجیتال، هم‌اینک ۸۷ درصد از کل اختراع‌های ثبت شده در این بخش در جهان را به خود اختصاص داده است. چین هم که سودای تسلط بر اقتصاد جهان و تبدیل شدن به بازیگر شماره یک این حوزه را دارد، به تنها ۵۴ واحد از مجموع ۶۷ واحد آسیا را به دست آورده است.

به مدد یک بازار ۱/۴ تریلیون دلاری دیجیتالی در قاره آسیا که سه برابر آمریکاست، زمینه برای ظهور غول‌های جدید صنعتی، تجاری و اقتصادی مهیا شده است. بسیاری از دولت‌های آسیایی با رگولاتوری مناسب و اجرای سیاستی صحیح، در زمینه تسهیل و رشد اقتصاد دیجیتال کمک شایان توجهی کرده‌اند.

دولت چین با اجرای یک برنامه بزرگ قصد سرمایه‌گذاری ۱۵۰ میلیارد دلاری در این حوزه را دارد و هندستان نیز با هزینه‌ای مشابه در تلاش است تا سرمایه اجتماعی را نیز در خلال توسعه صنعتی و رشد فناوری در کشورش باز مهندسی کند. حتی مالزی که به مرتب اقتصاد کوچک‌تری دارد در تلاش است تا با تحول در اقتصاد و صنعت از طریق دیجیتال، فرصت ۶۵ میلیارد دلاری تولید کالا و خدمات را از دست ندهد.

برخی عوامل توسعه استارتآپ‌ها در آسیا

در عین حال آسیا در حال تبدیل شدن به بزرگ‌ترین مالک شرکت‌های مخابراتی جهان است. کره جنوبی به مدد ۴ فاکتور مهم توانسته تا اینجا رشد کند و پتانسیل‌های خوبی برای آینده داشته باشد. اما وضعیت برخی از این عوامل در آسیا به این شرح هستند: تقاضای مصرفی بالا:

مکنزی تاکید می‌کند که مشتریان آسیایی با روی گشاده از استارتآپ‌ها، تولیدات دانش‌بنیان و فناوری‌های جدید استقبال



افزایش سودآوری در اقتصاد دیجیتال از طریق هوش مصنوعی

دنیای دیجیتال بی‌وقفه در حال تجربه یک تحول عظیم و حرکتی روبه‌جلو است. امروزه تجارت الکترونیک نقش اصلی را در دنیای تجارت به خود اختصاص داده است. فناوری‌های مبتنی بر یادگیری ماشینی، مانند هوش مصنوعی به عنوان بهترین گزینه به منظور جلو افتادن در عرصه رقابت در دنیای دیجیتال شناخته شده و از محبوبیت زیادی برخوردارند. سرعت حرکت روبه‌جلو و پیشرفت اقتصاد دیجیتال به نظر نمی‌رسد که به این زودی‌ها کند شود.

ارسال نماید.

شرکت‌های دیجیتالی فروش کالاهای واسطه‌ای نیز می‌توانند از طریق پیاده‌سازی نرم‌افزارهایی نظیر هوش مصنوعی و یادگیری ماشین، کیفیت خدمات خود را به مشتریان بهبود بخشند. اکثریت سازمان‌ها بر این باورند که هوش مصنوعی می‌تواند به آنها در پیش‌بینی نیازهای مشتری، سفارش‌های خودکار و بهینه‌سازی قیمت‌گذاری کمک زیادی کند و همچنین تاثیر مثبتی بر میزان فروش آنها داشته باشد.

مشاغل با استفاده از فناوری هوش مصنوعی می‌توانند رفتارهای مربوط به خرید مشتریان را یاد بگیرند. این فناوری می‌تواند به صاحبان مشاغل ارائه کالاهای و خدماتی را که واقعاً مشتریان می‌خواهند یا به آنها نیاز دارند، پیشنهاد دهد. این پیشنهادها و توصیه‌ها با گذشت زمان حتی می‌توانند شخصی‌تر شوند و از طریق ایجاد احساس ارزشمندی برای مشتریان، تجربه آنها را بهبود بخشند.

علاوه بر این، به وسیله هوش مصنوعی می‌توان انواع مختلفی از مشتریان را با رویکردهای متنوع در خرید شناسایی کرد. این مسئله به مشاغل کمک خواهد کرد تا بتوانند به گزینه‌های قیمت‌گذاری مناسب و صحیحی دسترسی پیدا کنند. به عنوان مثال، یک خریدار ممکن است مرتب‌اقلام را با حجم بالایی و به صورت عمده از یک شرکت خریداری نماید ولی در ازای این وفاداری انتظار دریافت تخفیف داشته باشد. به‌طور عکس خریدار دیگری ممکن است

هفتاد و سه درصد از شرکت‌ها انتظار دارند استفاده از فناوری هوش مصنوعی در دو سال آینده جزء اولویت اصلی واحد فروش و بازاریابی آنها قرار گیرد. تقریباً نیمی از شرکت‌ها طبق نظرسنجی‌های اخیر انجام شده عقیده دارند که به‌طور کل استفاده از این فناوری جزء اولویت اصلی آنها برای ماندن در عرصه رقابت است.

فناوری هوش مصنوعی در دنیای جدید اقتصاد دیجیتال، به عنوان یک ابزار فروش و بازاریابی بسیار مفید برای مشاغل شناخته شده است. البته روش استفاده صحیح از این فناوری و آموزش نیروی کار در همه سطوح نیز امری لازم و ضروری است.
مزایای اصلی استفاده از فناوری هوش مصنوعی عبارت اند از:
تفویت روابط با مشتری، باقی ماندن در عرصه رقابت و افزایش بهره‌وری نیروی کار.

تقویت روابط یا مشتری

بازار مصرفی و خرید و فروش اینترنتی راه را برای تحول دیجیتال هموار کرده و به مشتریان ثابت کرده است که نیازهای آنها به سرعت و بدقت برآورده می‌شود. شرکت دیجیتالی آمازون که یکی از بزرگترین شرکت‌های خرده‌فروشی آنلاین است با استفاده از فناوری هوش مصنوعی رفتارهای احتمالی خرید مشتریان را در آینده براساس توصیه‌ها، سفارش‌های و سلایق فعلی آنها پیش‌بینی می‌کند. آمازون حتی می‌تواند از این طریق محصولات را به مکان‌هایی که احتمال می‌دهد مشتری آنها را سفارش دهد از قبل

اساساً، پیش‌بینی مبتنی بر داده‌ها مانند فناوری هوش مصنوعی، سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا با آگاهی بیشتری تصمیم بگیرند و از فرصت‌های کلیدی زیادی برای رشد درآمد استفاده نمایند.

افزایش بهره‌وری نیروی کار

یک نگرانی بالقوه که در زمینه استفاده از هوش مصنوعی برای بازاریابی و فروش وجود دارد این است که این نرم‌افزار ممکن است جایگزین نیروی انسانی شود اما در واقع این فناوری ابزاری قدرتمند است که از طریق ارائه توصیه‌های خاص و عملی به فروشنده‌گان کمک خواهد کرد تا محصولاتی را که مشتریان علاقه‌مند به خرید آن هستند توزیع نمایند. علاوه بر این هوش مصنوعی می‌تواند بینش صحیح‌تری در مورد قیمت‌گذاری ارائه دهد و از این طریق هم باعث افزایش درآمد و سودآوری فروشنده‌گان شود.

هوش مصنوعی می‌تواند الگوهای خاصی را که بر عادات خرید مشتریان حاکم است به طور دقیق و بهتری شناسایی کند در حالیکه انسان ممکن است در این زمینه خطاهای و اشتباهات زیادی داشته باشد و یا حتی مواردی را نیز نادیده بگیرد. سی و نه درصد از پاسخ‌دهندگان در یک نظرسنجی گفته‌اند که سرمایه‌گذاری و استفاده از فناوری هوش مصنوعی باعث افزایش کارایی عملیاتی آنها شده است. بخش فناوری و اطلاعات در میان بخش‌های مختلف بالاترین میزان سرمایه‌گذاری را در زمینه هوش مصنوعی داشته است و بخش فروش و بازاریابی به ترتیب بخش‌های برتر بعدی هستند.

هوش مصنوعی از طریق تجزیه و تحلیل‌های صحیح می‌تواند توصیه‌های مبتنی بر تعداد زیادی از داده‌ها را بسیار سریع به فروشنده‌گان ارائه و کارایی و بهره‌وری آنها را افزایش دهد. یک تیم فروش می‌تواند با استفاده از این توصیه‌ها بهترین قیمت‌گذاری را برای راضی نگهداشتن مشتری انجام دهد و سود خود را به دنبال آن حداکثر نماید.

تحول دیجیتال بی‌شک به مسیر حرکت خود ادامه خواهد داد و سازمان‌ها می‌توانند در این مسیر از برنامه‌ها و فناوری‌های کاربردی متفاوتی نظیر هوش مصنوعی برای خدمت‌رسانی به مشتریان خود به روی شخصی، آموزنده و سودآور استفاده کنند. اطلاعات و بینش صحیحی که این فناوری ارائه می‌دهد، می‌تواند هر نقطه تصمیم‌گیری و تعامل مشتری را به درستی پیش‌بینی کرده و به کسب‌وکارها کمک زیادی کند.

منبع: بانکداری الکترونیک

توانایی پرداخت بالای نداشته باشد و ترجیح دهد سفارش‌های خود را با حجم کم و نه به صورت عمده انجام دهد.

هوش مصنوعی می‌تواند به مشاغل کمک کند تا قیمت‌گذاری‌های متفاوت و درستی را براساس رفتارهای شخصی خرید مشتریان، بر روی کالاها اعمال کنند. این موضوع می‌تواند سودآوری شرکت‌ها را در اقتصاد درحال رشد و دیجیتال تضمین کند.

باقی ماندن در عرصه و قابت

سازمان‌ها با استفاده از هوش مصنوعی می‌توانند در عرصه رقابت همگام با رقبا یا حتی جلوتر از آنها حرکت کنند. ۹۷ درصد از سازمان‌ها در یک نظرسنجی اعلام کرده‌اند که فناوری هوش مصنوعی مزیت رقابتی برای آنها به همراه داشته است و به طور ویژه ۳۹ درصد از آنها گفته‌اند که هوش مصنوعی این توanایی را داشته است که به شرکتشان کمک کند تا از رقبا برتری یابند.

زمانی که مشاغل به طور دقیق می‌دانند مشتریان چه می‌خواهند و سپس می‌توانند این نیازها را قبل از رقبا تامین کنند به طور طبیعی مشتریان آنها را انتخاب کرده و از رقبایشان جلو می‌افتدند. هوش مصنوعی فرایند قیمت‌گذاری را تسريع می‌کند و سبب افزایش اعتماد مشاغل به بازاریابی دیجیتالی می‌شود همچنین تیم‌های قیمت‌گذاری از طریق این فناوری می‌توانند درک و پیش‌بینی بهتری در مورد انتظارات مشتریان از قیمت‌ها داشته باشند.

مشاغل ممکن است در ابتدا به دلیل نگرانی عقب افتادن از رقبا، با این شفافیت ایجاد شده در قیمت‌گذاری مخالف باشند اما در اصل به دلیل اینکه هوش مصنوعی ترجیحات و نیازهای واقعی مشتریان را نشان می‌دهد، به کسب‌وکارها کمک می‌کند تا با ایجاد شرایط و قیمت‌گذاری صحیح به سودآوری لازم دست یافته و از این طریق از رقبا پیش بیفتند.

گارتner در تحقیقات اخیر خود ارزش تجارت جهانی هوش مصنوعی را در سال ۲۰۱۹ ۱.۲ تریلیون دلار برآورد کرد که این مقدار نسبت به سال ۲۰۱۷ ۷۰ درصد افزایش یافته بود همچنین پیش‌بینی کرد که این ارزش در طی ۴ سال آینده به رقمی معادل ۳.۹ تریلیون دلار خواهد رسید.

جان دیویدلاولاک معاون تحقیقات در گارتner، گفت: توanایی‌های هوش مصنوعی می‌تواند منجر به خودکار شدن تصمیمات تجاری و فرایندهای تعاملی شود. این اتوماسیون و خودکار شدن میزان هزینه‌ها و ریسک مشاغل را کاهش می‌دهد و امکان افزایش درآمد را از طریق هدف‌گذاری خرد، تقسیم‌بندی، بازاریابی و فروش بهتر فراهم می‌کند.

رونق بازار بازی‌های دیجیتال زیر سایه کرونا

در میانه اخبار بد و نامیدکننده کرونا در جهان و چالش‌ها و تنشی‌های مربوط به انتخابات امریکا، باید گفت صنعت گیم جهان در سال ۲۰۲۰ خبرهای بزرگی با خود به همراه داشت چرا که با اعمال قرنطینه و خانه‌نشینی مردم، تعداد زیادی از کسانی هم که علاقه‌ای به بازی نداشتند به دنیای گیم پا گذاشتند و عملًا با افزایش تعداد کاربران جهان، یک سال حیاتی برای صنعت گیم رقم خورد به گونه‌ای که درآمد صنعت بازی‌های ویدئویی به حدود ۱۸۰ میلیارد دلار رسیده است.

از سوی دیگر پلتفرم‌های گیم‌ها به بسترهای اعتراف به خشونت علیه سیاهپوستان و تبعیض نژادی و همچنین نمایش آنلاین کنسرت‌ها و... تبدیل شد که در نوع خود بی‌نظیر است.

شده است. موضوع مهم دیگر این است که درآمد صنعت بازی در سال ۲۰۲۰ به صورت آنلاین و دیجیتال بوده است در حالی که این رقم در سال ۲۰۱۹ حدود ۷۹۷ میلیارد دلار کمپانی Newzoo اعلام کرد که صنعت بازی حدود ۱۸۰ میلیارد دلار درآمد داشته که حدود ۱۶۴ میلیارد دلار آن مربوط به بازی‌های دیجیتال بوده است. Newzoo همچنین در گزارش خود آورده است، بسیاری از بازی‌های آنلاین از نظر تعداد کاربر رکورددشکنی کرده‌اند و حتی وقتی قرنطینه برداشته شد، این تعداد کاهش چشمگیری نداشته است.

کنسول‌های ناجی صنعت گیم

در حالی که به دلیل شیوع کرونا و اعمال قرنطینه گالری‌ها بسته شدند، تعداد زیادی از جشنواره‌ها کنسل شدند و تولید فیلم‌ها مختل شد ولی توسعه دهنده‌گان بازی نیاز نیاز نداشتند و این تفريح را با تمام وجود احساس کرده و با غنیمت شمردن این فرصت، همه تلاش خود را برای ارائه بازی‌های جدید به کار گرفتند. محبویت، چیز جدیدی برای صنعت گیم نیست اما کرونا مراحل توسعه بازی‌ها را سریع‌تر کرد و بر تعداد گیمرهای جهان و همچنین میزان ساعتی که صرف بازی می‌کنند، افزود.

رونمایی از کنسول‌های جدید توسط سونی و مايكروسافت يعني ۵ PlayStation و Xbox Series X برگ‌های برنده صنعت گیم در سال ۲۰۲۰ با وجود بحران کرونا بود. با عرضه بازی Animal Crossing: New Horizons در ماه

درآمد گیم معادل فیلم و ورزش جهان

۲۰۲۰ سالی بود که قرنطینه، گیمرهای جدیدی را به دنیای گیم کشاند و البته در عین حال بازی‌هایی با کیفیت بسیار بالا با وجود محدودیت‌های شدید کرونا نیای و دورکاری توسط توسعه دهنده‌گان این بازی‌ها به دست مردم رسید. برای صنعت گیم در واقع پاندمی کرونا همچون کاتالیزوری عمل کرد و ثابت شد گیم، بازار بزرگ تفریحی است و بعد از برداشته شدن قوانین قرنطینه نیز گیمرها همچنان در این فضا باقی ماندند و تعداد کاربران ریزش چندانی نداشت. در سال ۲۰۲۰ حدود ۲.۷ میلیارد نفر در سراسر جهان بازی‌های ویدئویی را انجام دادند و البته بیشترین رشد در صنعت بازی‌های ویدئویی مربوط به بخش بازی‌های تلفن همراه بوده است.

درآمد حاصل از خرید بازی‌های موبایلی با رشد ۱۳.۳ درصدی نسبت به سال ۲۰۱۹ در سال جاری میلادی به ۷۷.۲ میلیارد دلار رسیده است. همچنین یک موضوع جالب دیگر این است که درآمد صنعت گیم دنیا از مجموع درآمد صنعت ورزش و فیلم در سال ۲۰۲۰ بیشتر بوده و این درآمد به حدود ۱۸۰ میلیارد دلار رسیده است. البته این رقم ۲۰ درصد بیشتر از حد انتظار برای سال ۲۰۲۰ بوده است.

گفتنی است در سال ۲۰۱۹ صنعت فیلم درآمدی ۱۰۰ میلیارد دلاری و لیگ‌های ورزشی هم درآمد ۷۵ میلیارد دلاری داشتند در حالی که این درآمد در سال ۲۰۲۰ به دلیل به تعویق افتادن بازی‌های ورزشی و بسته بودن سینماها بسیار کمتر از سال ۲۰۱۹ بود.

و فضای گیم‌ها به عنوان استیج مجازی استفاده کردند تا بتوانند با مخاطبان خود ارتباط‌شان را حفظ کنند. از آنجا که بسیاری از گیمرها جوان هستند و به موسیقی هم علاقه دارند این خواننده‌ها از این ظرفیت بیشترین بهره را گرفتند. یکی از این خواننده‌ها، Travis Scott رپر امریکایی پرطرف‌دار بود که در ماه آوریل از بازی فورت奈ت برای اجرای کنسرت آنلاین خود استفاده کرد.

X Nas هم خواننده امریکایی دیگری است که از بازی آنلاین برای ارائه موسیقی جدید خود استفاده کرد. Roblox هم رپر بریتانیایی است که با استفاده از بستر گیم Watch Dogs: Legion به معروفی تازه‌های موسیقی خود پرداخت. دنیای بازی‌های آنلاین در دوران کرونا تغییری شگرف و چشمگیر داشته و علاوه بر موزیک، میزبان نمایش تئاتر و فیلم هم بوده‌اند به عنوان مثال The Sims یکی از بسترها نمایش تئاتر زنده در سال ۲۰۲۰ محسوب شد.

علاوه بر این، توسعه دهنده‌گان گیم‌ها تلاش کردند تا این پلتفرم‌ها را به محلی برای دید و بازدید، برگزاری جشن تولد مجازی، جشن عروسی آنلاین و... بدون شکستن قوانین قرنطینه تبدیل کنند که یکی از موفق‌ترین پلتفرم‌ها در این زمینه در سال ۲۰۲۰، گیم Animal Crossing: New Horizons بود. در این بازی گیمرها علاوه بر بازی معمول، می‌توانند به جزیره‌های یکدیگر سر برزند و با هم دیداری تازه کنند یا در جشن‌ها شرکت داشته باشند. در Fallout 76 نیز بخش جدیدی در دوران کرونا به بستر بازی افزوده شد تا بازیگران بتوانند راحت‌تر با دنیا تعامل مجازی داشته باشند و البته محیط بازی نیز بسیار دوستانه‌تر شد تا از میزان استرس ناشی از کرونا و تنها‌بی حاصل از آن کاسته شود.

جدال اپل و اپیک گیمز

جدال اپیک گیمز و اپل هم یکی از نقاط عطف صنعت گیم در سال ۲۰۲۰ به شمار می‌رود که سبب حذف بازی فورت奈ت از اپ‌استور شد. اپ‌استور ۳۰درصد از درآمد فروش این بازی را کسر می‌کرد و اپیک گیمز آن را ناجوانمردانه می‌دانست و در واقع اپل را دور زد که این موضوع منجر به عصبانیت این کمپانی و شکایت از اپیک گیمز و حذف فورت奈ت از اپ‌استور شد. گوگل هم پس از اپل، فورت奈ت را از گوگل پلی حذف کرد و مشکلات اپیک گیمز گسترشده‌تر شد. بنا بر حکم دادگاه اپل موظف نیست فورت奈ت را به اپ‌استور بازگرداند ولی به نظر می‌رسد اپیک گیمز به دنبال تلافی در سال ۲۰۲۱ است و باید متظر ماند و دید چه اتفاقی خواهد افتاد.

منبع: ایران

مارس که قرنطینه در امریکا آغاز شد، این بازی به یک نیاز جدی برای مردم تبدیل شد و نیتندو بیش از ۱۳.۴ میلیون کپی از این بازی را در ۶ هفته نخست انتشار به فروش رساند.

البته این توجه ویژه مردم به بازی، کمبود کنسول و تجهیزات بازی را نیز به دنبال داشت به گونه‌ای که در آغاز قرنطینه به‌زحمت می‌توانستید ساخت افزارهای بازی را در بازار پیدا کنید. از سوی دیگر به دلیل دورکاری کارمندان شرکت‌های تولیدکننده انواع گیم، برخی از این پروژه‌ها بموقع راهی بازار نشدند و بسیاری معتقدند در سال ۲۰۲۱ می‌توان منتظر تعداد زیادی گیم جدید بود. برخی کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌های مربوط به صنعت گیم هم کنسل شد که از آنها می‌توان به رویداد E3 و کنفرانس توسعه دهنده‌گان گیم اشاره کرد.

مبارزه آنلاین با تبعیض نژادی

اما این همه اتفاقاتی نبود که صنعت گیم جهان را در سال کرونایی شگفتزده کرد. به موازات کم رنگ‌تر شدن مرزهای دنیای واقعی و مجازی، مردمی که قبلاً درباره نژادپرستی و آزارهای جنسی در محل کار ساکت بودند حالا پلتفرم‌های بازی را محلی مناسب برای اعتراض‌های خود نسبت به این موضوع‌ها دانستند و از سوی دیگر با توجه به خشونت پلیس نسبت به سیاهپوستان، این موضوع نیز مورد توجه گیمرها قرار گرفت تا جایی که کمپانی‌های بزرگی همچون Activision و Ubisoft و عده ایجاد برخی تغییرات را دادند و از جنبش «زنگی سیاهپوستان مهم است» حمایت کردند. بعد از جریان کشته شدن جورج فلوید توسط پلیس امریکا مردم علاوه بر خیابان‌ها و میادین شهرها خواسته خود را در فضای مجازی نیز عنوان کردند و یکی از محل‌ها برای اعتراض نسبت به این حرکت پلیس و حمایت از جنبش «زنگی سیاهپوست» مهم است» هم بستر بازی محبوب Animal Crossing: New Horizons بود. The Sims نیز گیم دیگری بود که گیمرها از آن برای اعتراض به نژادپرستی اقدام کردند. در بازی فورت奈ت نیز کمپانی اپیک گیمز میزبان یک میزگرد آنلاین درباره نژادپرستی و محکوم کردن آن بود. Niantic توسعه دهنده بازی پوکمون گو نیز متعهد به سرمایه‌گذاری ۵ میلیون دلاری برای توسعه دهنده‌های بازی سیاهپوست شد و یادآور شد در نیروی کاری خود توازن جنسیتی و نژادی را بیشتر رعایت خواهد کرد.

برگزاری کنسرت بر بستر بازی

امسال بسیاری از خواننده‌های محبوب جهان هم از بستر



انتخاب شریک مناسب در کسب و کار

■ امیر میثم گیاهی؛ کارآفرین حوزه دیجیتال و مشاور کسب و کار

یکی از مهمترین دغدغه‌های هر کارآفرین در زمان ایجاد کسب و کار خود یا در مسیر رشد و توسعه، این است که بهتر است این کار را به تنهایی انجام دهم یا با فرد یا افرادی شریک شوم؟ شاید برای بسیاری از کارآفرینان سهیم شدن در کسب و کاری که آن را با همه دشواری‌هایش آغاز کرده و ادامه داده‌اند چندان ساده نباشد. اما باید این واقعیت را پذیرفت که هر فرد با وجود محدودیت‌هایش در زمان، سرمایه، دانش و مهارت گاهی برای توسعه کسب و کار خود به شریک نیاز دارد.

۱- شریک، سرمایه‌گذار نیست

در تصور عموم مردم، کلمه شریک به شخصی اطلاق می‌شود که در کسب و کار ما سرمایه‌گذاری مالی انجام داده است اما در واقعیت شریک صرفا سرمایه‌گذار نیست. به این موضوع باید دقت شود که سرمایه‌گذاری برای آغاز، شروع یک شرکت خوب را می‌تواند رقم بزند. ما باید به طور شفاف و مشخص نیازها و درخواست‌هایمان را از شریک خود بخواهیم.

این درخواست‌ها می‌توانند برای هر فرد و کسب و کاری متفاوت باشد اما مهم‌ترین آنها، داشتن اهداف و چشم‌انداز مشترک (ونه الزاماً استراتژی‌های مشترک)، داشتن تخصص‌ها و مهارت‌های مکمل، داشتن شبکه ارتباطی توأم‌مند و علاقه‌مندی به کسب و کار مشترک در کارآفرینی هستند. به یاد داشته باشید اگر شریک شما در راستای اهداف و چشم‌انداز سازمان با شما همراه و هم نظر نباشد، صرفا انرژی شما صرف بحث‌های طولانی در متقاعد کردن یکدیگر

به‌زعم بسیاری از کارآفرینان، انتخاب شریک یکی از نقاط مهم در روند کسب و کار است و آن را شمشیر دولبه می‌دانند. شریک مناسب موجب ارتقای کسب و کار خواهد شد و انتخاب شریک نامناسب می‌تواند همه زحمات کارآفرین را نقش برآب کند! تجربه شخصی در حوزه کارآفرینی و مطالعات انجام شده نشان می‌دهد بی‌شک با انتخاب شریک مناسب، نسبت به زمانی که خودمان به تنهایی این کار را انجام دهیم کسب و کار بهتری خواهیم داشت. اما چرا غالب کارآفرینان، از سوی شریک خود آسیب‌دیده و از شرکت هراس دارند؟ شاید دلیل آن این است که بسیاری از کارآفرینان به درستی نمی‌دانند که در انتخاب شریک چه نکاتی را باید مدنظر داشته باشند. سعی داریم در این یادداشت به صورت مختصر به نکات مهم در انتخاب شریک مناسب در کارآفرینی اشاره کنیم. اگر به دنبال انتخاب شریک هستید نکات زیر را به‌خاطر بسپارید.

شریک خوب را هموارسازی مسیر رشد و توسعه کسبوکار دانست.

شده و شما را از هدف اصلی کسبوکار دور خواهد کرد.

۲-شريك، کارمند کسبوکار نیست

۴-شريك، رفيق مادر سود نیست

به قول معروف شريک خوب رفيق نيمه راه نیست! در هر کسبوکاري سود و زيان دوروي يك سكه اند. ما باید در انتخاب شريک، بدانيم که تحمل و رفتار شريكمان نسبت به ضرر احتمالي چگونه خواهد بود و آيا حاضر است از منطقه امن خود خارج شده و دست به ريسك بزندي؟ آيا ديدی بلندمدت به کسبوکار مشتركمان دارد؟ يا اينکه می خواهد يك سود مالي سريع داشته تا آن را در حوزه ديگري سرمایه گذاري کند؟ و آيا به دنبال خلق ثروت است يا به کسب سود موقعي راضي می شود؟ پاسخ اين سوالات می تواند روند شراكت را به کلی تحت تاثير قرار دهد. به همين دليل باید قبل از آغاز شراكت پاسخ های مشخصی برایشان داشته باشيم. شاید سابقه فعالیت های فردی که به عنوان شريک در ذهن داريم بتواند در اين زمینه به ما کمک کند.

آيا شريک لزوما باید در محل سازمان حضور داشته باشد؟ شرح وظایف شريک در سازمان چیست؟ تجربه نشان می دهد الزاما شريک خوب، نباید در کسبوکاري که ايجاد كرده ايم مستقima کار کند و کارمند آن سازمان محسوب شود. در بسياري از موقع نقش يك شريک به عنوان حامي فكري و كنترل کننده در سистем، بسيار موثرer و مفيدتر از بودن او در نقش کارمند خواهد بود. بستگي دارد که شما به عنوان کارآفرین چه انتظاري از شريک کاري خود داريد. کارآفرین باید پيش از شروع شراكت با شريک خود در حيطة وظایف شغلی به توافق رسیده باشد و مسوولیت های هر يك به صورت شفاف مشخص باشد.

۳-شريك، ماشين امضانيست

اغلب ما فکر می کنيم زمانی که با فرد یا افرادی شريک می شویم، الزاما باید همیشه در کنار ما باشد و باید در هر تصمیم گیری نقش داشته و تایید و امضای او در پای همه تصمیمات وجود داشته باشد. يکی از ویژگی های مهم در نقش آفرینی به عنوان شريک خوب، ايجاد فضای اعتماد و باز گذاشتن مسیر کاري برای مدیرعامل و تیم اجرائي در تصمیم گیری هاست. حمایت و ايجاد بستر رشد و به عبارتی نقش تصمیم سازی به جای تصمیم گیری از مهم ترین مسائلی است که يك شريک خوب باید ايفا کند. شاید بتوان يکی از پر شمرترین وظایف

۵-شريك، به قربان گونیست

گاهی اوقات فکر می کنيم، شريک خوب باید با تمام اراده ها و نظرات ما موافق باشد. اگر همواره انتظار تایید از سوی شريک خود داريد باید بدانيد در عمل اين نوع شراكت به شکست خواهد رسيد. شريک مناسب باید در تمام مقاطع همراه شما باشد و نظرات خود را بيان کند و مخالفتها و انتقادهاي او می تواند بسيار راهگشا باشد. تضارب آرا و داشتن مدل فكري متفاوت در ميان شركا، بي شک سبب دستيابي به ایده های جديد و راه حل های کاربردي تر در کسبوکار خواهد شد. داشتن تفکر نقادانه در بين شركا يك نعمت ارزشمند است.

منبع: دنياي اقتصاد





اثر شبکه چیست و چطور تاثیر می‌گذارد؟

■ مازیار نسیمی؛ بلاک چین

اثر شبکه (Network Effect) هنگامی رخ می‌دهد که یک محصول با استفاده بیشتر مردم، ارزشمندتر می‌شود. اورکات (Orkut) را به خاطر دارید؟ اورکات به این دلیل تعطیل شد که افراد زیادی دیگر از آن استفاده نمی‌کردند. البته عوامل دیگری نیز در این موضوع دخیل بودند، اما از آنجایی که دیگر کاربران زیادی نداشت، ارزش اندکی به عنوان یک سرویس داشت.

اثر شبکه چیست؟

اثر شبکه یک اثر اقتصادی است که محصول یا سرویسی را تعریف می‌کند که با افزایش تعداد کاربران، به ارزش آن شبکه افزوده می‌شود. هنگامی که اثر شبکه وجود داشته باشد، ورود هر کاربر جدید به شبکه، ارزش بیشتری به آن اضافه می‌کند. در نتیجه، تشویق کاربران جدید به ورود به شبکه، ارزش بیشتری به آن افزاید.

مثال کاملی از اثر شبکه، تلفن است. در روزهای اولیه پیدایش این فناوری، افراد محدودی در خانه‌های خود تلفن داشتند. به علاوه، خانه‌های آنها باید به طور فیزیکی به یکدیگر متصل بود تا از شبکه تلفن استفاده کنند.

با بلوغ و رشد این فناوری، افراد بیشتری توانستند از پس هزینه‌های تلفن برآیند و در نتیجه، ارزش کل شبکه تلفن افزایش یافت. با افزایش تعداد کاربران، ارزش و کاربرد کل شبکه نیز افزایش یافت. این موضوع، چرخه بازخورد مثبت ایجاد کرد که طی آن، افراد بیشتری به این شبکه پیوستند و ارزش بیشتری به کل شبکه افزوده شد. افزایش استفاده از تلفن منجر به رشد تصاعدی آن شد.

در خصوص ارزهای دیجیتال نیز اثر شبکه بسیار مهم است. سرمایه و بلاک چین‌ها به ساماندهی کاربران می‌پردازند، بنابراین هرچه افراد بیشتری از یک شبکه استفاده کنند، آن شبکه قابلیت و کاربردهای بیشتری به عنوان سرویس‌های خود ارائه خواهد داد.

چه عاملی تعیین می‌کند که یک پروژه ارز دیجیتال به پروژه بزرگ بازار در یک حوزه مشخص تبدیل می‌شود؟

می‌توانیم این طور در نظر بگیریم که معمولاً بازار در بلندمدت باید به سمت بهترین راهکارها پیش برود. هرچند، به این سادگی نیست و عوامل زیادی در این موضوع تاثیرگذار هستند. توسعه‌دهندگان ممکن است به عرضه نوآوری و ایجاد فناوری جدید پردازند، اما اگر در زمان عرضه بازار مناسبی نداشته باشد، نمی‌تواند توجه و پذیرش خوبی به خود جلب کند.

در بعضی موارد، پروژه‌هایی که از نظر فناوری در سطح پایین‌تری قرار دارند، سهم بیشتری از بازار در اختیار می‌گیرند زیرا در زمان مناسبی در دسترس هستند. اینجاست که اثر شبکه تاثیر بسزایی خواهد داشت.

انواع مختلف اثرات شبکه

دو نوع اصلی اثر شبکه وجود دارد که عبارت‌اند از اثر شبکه مستقیم و غیرمستقیم.

اثر شبکه مستقیم همان چیزی است که در خصوص تلفن بیان شد. افزایش استفاده منجر به افزایش ارزش برای سایر کاربران می‌شود.

توضیح اثر شبکه غیرمستقیم سخت‌تر است. این اصطلاح به مزایای اضافی و مکمل اشاره می‌کند که از اول در خود اثر شبکه وجود دارد. برای مثال، بسیاری از ارزهای دیجیتال، متن باز هستند. پروژه‌ای که دارای اثر شبکه زیاد و قوی است ممکن است توسعه‌دهندگان بامهارت زیادی را به سمت خود جلب کند تا به حسابرسی کدهای پروژه موردنظر پردازند، زیرا صحبت از ارزش زیادی در میان است. این ارزش افزوده در وهله اول از ارزش خود شبکه نشأت می‌گیرد. در ادامه به پروژه‌های غالب و برتری بر می‌خوریم که اثر شبکه چشمگیرتری نسبت به رقبای خود ایجاد می‌کنند.

نمونه‌هایی از اثر شبکه

نمونه‌های مدرن اثرات شبکه در محصولات مختلف وجود دارد. مشهودترین این محصولات، شبکه‌های اجتماعی هستند که کاربران تمايل دارند تا به سرویس‌هایی ملحق شوند که دوستان آنها در شبکه‌های اجتماعی قبلی نیز از آن سرویس‌ها استفاده می‌کنند. این موضوع باعث می‌شود که افراد مختلف به پلتفرم‌های مشابه پیوندند و سرویس‌های معبدودی به یکه‌تازی دست یابند.

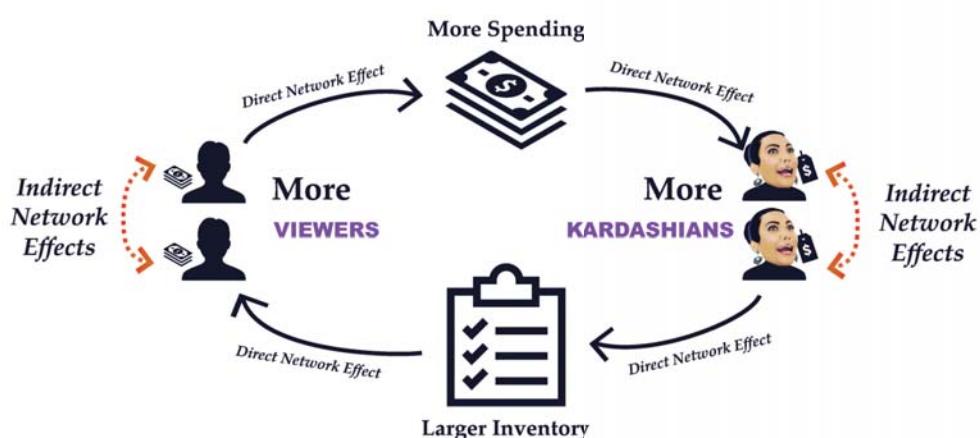
اگر شرکت جدیدی تصمیم بگیرد شبکه اجتماعی جدیدی ایجاد کند، در زمینه پذیرش عموم مردم راه سختی در پیش دارد. زیرا اثر شبکه‌ای که پیشتازان این بازار ایجاد کرده‌اند به آنها برتری رقابتی می‌دهد.

اثرات شبکه و ارزهای دیجیتال

اثرات شبکه نکته بسیار مهمی در زمینه بلاکچین و ارزهای دیجیتال هستند.

بیت‌کوین را در نظر بگیرید. بیت‌کوین دارای ویژگی‌های مطلوبی است که اثر شبکه قوی یکی از این ویژگی‌ها است.

ماینرها از امنیت شبکه پشتیبانی می‌کنند و نقدینگی خوبی برای ادامه فعالیت‌های خود در اختیار دارند. اما فرض کنید شبکه دیگری عرضه شود و در صدد ارائه کاربردهای مشابهی با بیت‌کوین باشد. ماینرها ممکن است پاداش بیشتری دریافت کنند، اما نقدینگی مشابهی برای خروج از وضعیت خود نخواهد داشت. ماینرها می‌توانند شناس خود را امتحان کنند و امیدوار باشند که نقدینگی در آینده بهبود خواهد یافت. یا با اطمینان نسیبی در خصوص آنکه می‌توانند در این کسب‌وکار باقی خواهد ماند می‌توانند به ماینینگ بیت‌کوین ادامه دهند. اثر شبکه این‌گونه عمل می‌کند. حتی اگر شبکه جایگزین از نظر فناوری بهتر باشد یا پاداش بیشتری ارائه دهد، اما لزوماً انتقال به آن منطقی نخواهد بود.



کسب و کار هوشمند

بهتری ارائه دهد. هرچند، این موضوع بدون توقف نمی‌تواند ادامه یابد. با افزایش بسیار زیاد کارمزد گس، بعضی از کاربران دست از استفاده از شبکه می‌کشند، زیرا هزینه فعالیت آنها بسیار زیاد می‌شود. این موضوع، مثالی از اثر شبکه منفی است.

بدین ترتیب، راهکارهایی برای این موضوع در راه است. EIP-1559 یکی از پروپوزال‌های اتریوم است طراحی مجدد سیستم کارمزد گس اتریوم را به همراه دارد. به علاوه، مجموعه‌ای از به روزرسانی‌های موجود در اتریوم ۲.۰ می‌تواند میزان راندمان شبکه اتریوم را به طور چشمگیری افزایش دهد. این پروپوزال می‌تواند به برطرف شدن مشکل کارمزد بسیار زیاد در زمان فعالیت بالای شبکه کمک کند.

کلام آخر

اثرات شبکه در حوزه‌های مختلف اقتصادی نظیر ارزهای دیجیتال وجود دارند. ایده اثر شبکه این است که ورود کاربران جدید، ارزش بیشتری به شبکه می‌افزاید. کسانی که شبکه‌های بلاکچین و ارزهای دیجیتال را طراحی می‌کنند می‌توانند از مطالعه این موضوع که چه مکانیزمی منجر به تولید و افزایش اثر شبکه می‌شود بیشترین بهره را ببرند. با استفاده و دخیل کردن اثر شبکه در فرایند طراحی این شبکه‌ها، کوین و توکن‌های جدید می‌توانند سریع تر رشد کنند

بدین ترتیب، این موضوع فقط به دلیل اثر شبکه بیت‌کوین نیست. به لطف عرضه عادلانه، بیت‌کوین دارای ویژگی منحصر به فردی است که جایگزین کردن یا تقلید از آن به شدت دشوار خواهد بود. اثرات شبکه در عرصه امور مالی غیرمتتمرکز یا همان دیفای نیز نکته مهمی هستند. اگر یک محصول، سرویس یا حتی قرارداد هوشمند به برتری و مزیت چشمگیری دست یابد، غلبه بر آن برای سایر پروژه‌ها دشوار می‌شود. هرچند، دیفای هنوز در مراحل اولیه خود قرار دارد. بسیاری از افراد اذعان داشته‌اند که هیچ محصولی هنوز به اثر شبکه چشمگیری دست نیافرته است که آن را به برنده قاطع در این عرصه تبدیل کند.

اثرات منفی شبکه

عملکرد اثرات منفی شبکه برخلاف اثر شبکه است. این موضوع بدان معنا است که ورود هر کاربر جدید به جای افزودن ارزش به شبکه، از ارزش آن می‌کاهد. در طراحی بلاکچین‌ها، این موضوع بسیار مهم است. طراحی خوب باید طوری باشد که ورود هر کاربر جدید، به ارزش شبکه بیافزاید. هرچند، اگر ورود هر کاربر جدید ارزش شبکه را کاهش دهد، باعث ایجاد ازدحام در شبکه خواهد شد.

برای مثال، کارمزد گس اتریوم با سیستمی به شبکه مزایده عمل می‌کند. هر کاربر، کارمزد گس خود را به ماینرهای اتریوم پیشنهاد می‌دهد. با ورود کاربران بیشتر و افزایش استفاده از شبکه، کارمزد گس نیز افزایش می‌یابد. زیرا هر کاربر در صدد آن است تا پیشنهاد

پایگاه خبری و اطلاع رسانی

elececo

اقتصاد الکترونیکی

www.elececo.ir

مارادر شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید

elececo
elececo.ir
elececoir
elececoir

دفتر نشریه: ۶۶۵۲۱۸۳
ایمیل: elececo.ir@gmail.com

به روزترین مقالات و گزارش‌ها و آخرین اخبار

DIGITAL MARKETING

دیجیتال مارکتینگ

ماهنامه

اقتصاد دیجیتال

www.DigitEco.ir

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

جای خالی مشاور برنده‌سازی حرفه‌ای در کسب و کارها

کسب و کارها با چالش‌های متفاوتی در طول حیات خود مواجه می‌شوند. مهم‌ترین این چالش‌ها در آمدزایی و سودآوری یک کسب و کار است. کاملاً مشخص است که شرکتی که محصولات و خدمات خود را در یک بازار رقابتی ارائه می‌دهد، برای موفقیت نیاز دارد تا یک برنند قدرتمند داشته باشد.

برندینگ چه کسی است؟

شرکت مشاوره برندینگ یا مشاور برندینگ کسی است یا شرکتی است که برای شرکت‌ها برنند را خلق می‌کند یا به رشد و توسعه آن کمک می‌کند. یک مشاوره برندینگ می‌تواند به عنوان یک سازمان همکار کمبود نیروهای متخصص در حوزه برنند را جبران کند و بسیاری از مشکلاتی را که شرکت‌ها در زمینه برندینگ دارند حل کنند.

همکاری با مشاور برندینگ دارای مزایای بسیاری است که سه مورد از آنها در زیر بیان شده است:

- مشاوران برندینگ به دلیل اینکه تجربه زیادی در این حوزه دارند از یک مدیر برنند متخصص‌تر هستند.

- مشاوران برندینگ هزینه‌های شما را نسبت به استخدام تمام وقت مدیران برنند کاهش می‌دهند.

- مشاوران برندینگ به دلیل قابلیت‌های خود، زمان لازم برای ساخت یک برنند قوی را کاهش می‌دهند.

همان‌طور که گفتیم برندینگ مجموعه فعالیت‌هایی است که مربوط به حوزه‌های مختلف است. برخی از این فعالیت‌ها به خلاقیت زیادی نیاز دارند و برخی از آنها نیز تحلیلی هستند. همچنین باید توجه داشت که برندینگ فرایندی نیست که بخش خاصی از یک کسب و کار قادر به انجام آن باشد.

کار برندینگ و مدیریت برنند باید طی فرایندهای خرد و کلان در سازمان پیاده‌سازی شوند. همه ارکان سازمان بایستی در ایجاد برنند قدرتمند مشارکت کنند. زیرا باید به برنند سازمان مانند پرستیز و شخصیت سازمان در بازار توجه کرد. در این راستا مهم‌ترین فعالیت‌هایی در فرایند مشاوره برندینگ صورت می‌پذیرد موارد زیر است:

با مشاور برندسازی تولید و ارائه خدمات خود را جهت دهی

کنید

یکی از سوالاتی که همیشه در کسب و کار مطرح می‌شود این

به دلایل مختلف شرکت‌های داخل کشور معمولاً نمی‌توانند مدیران برنند حرفه‌ای را جذب کنند تا برنند متعلق به یک شرکت را تقویت کنند. اما شرکت‌ها می‌توانند با هزینه‌ای به مراتب کمتر و همچنین کارایی بیشتر از یک مشاور برنده‌سازی یا یک شرکت مشاوره برنده‌سازی، برای رسیدن به سودآوری مطلوب و ایجاد برنند قدرتمندتری استفاده کنند.

بعلاوه کارهایی که در روند برندینگ انجام می‌شود، خود تاثیر جدایگانه‌ای بر سودآوری کسب و کار می‌گذارد. برای اینکه جزئیات بیشتری درباره نحوه تاثیرگذاری مشاور برندینگ حرفه‌ای بر یک کسب و کار بدانید، ادامه مطلب را بخوانید.

برنامه‌ریزی توسعه قدرت برنند و نگهداری از برنند

مشاور برندسازی، یک برنامه برای توسعه و نگهداری از برنند را به شما ارائه می‌دهد. این برنامه می‌تواند با توجه به نیازمندی‌های شرکت تغییر کند. در برنامه برندینگ، یک شرکت می‌تواند خدماتی همچون تحقیقات بازاریابی، توسعه هویت برنند، توسعه هویت بصری برنند، استراتژی پیاده‌سازی برنند، توسعه استراتژی و برنامه بازاریابی، کمپین تبلیغاتی و محتوی آن، نظارت بر امور برنند سازمان و ... وجود داشته باشد.

در صورتی که شما فعالیتی را با مشاوره برنده‌سازی شروع می‌کنید، بهتر است تمامی امور برنند را به او بسپارید. برنند یک هارمونی از افکار تجاری و سازگاری میان اجزا مختلف یک کسب و کار است، از لوگو گرفته تا کنترل کیفیت کالا. برای اینکه این سازگاری حفظ شود، بهتر است محوریت افکار یک فرد و یا یک تیم بر امور توسعه برنند شما حفظ شود. بارها مشاهده شده که تغییرات مدیر برنند، مدیر تبلیغات، مدیر بازاریابی و یا مشاور برنند، بر عملکرد برنند تاثیر بسیار منفی می‌گذارد.

■ شرکت مشاوره برندینگ چه شرکتی است؟ یا مشاور

کسب و کار هوشمند

جهت دهی آن را به می دهد تا تکرار خرید مشتریان از محصولات و خدمات برنده افزایش یابد و آن را بیشتر به دیگران توصیه کنند.

تمرکز کردن کسب و کار

همیشه برای کسانی که در کسب و کار هستند، سوال این است که چه تجارت دیگری می تواند درآمد ما را زیاد کند؟ خیلی از تلاش هایی که شرکت ها در حوزه های جدید انجام می دهند، ریسک بالاتری از حوزه های که قبلا در آن تخصص داشته اند، دارد. بعلاوه داشتن تمرکز در یک حوزه باعث می شود که کسب و کار بتواند آن را بهینه سازی کند. با هزینه کمتر، درآمد بیشتر داشته باشد. یک مشاور برنده سازی شما را تشویق می کند تا در حوزه هایی که می توانید موفق شوید، تمرکز بمانید. اولین گام برای مشاور برنده سازی این است که تشخیص دهد شما در چه جایی از بازار، برای کدام دسته از مشتریان می توانید تمرکز شوید.

استانداردسازی

یکی از کارهایی که مشاور برنده سازی انجام می دهد، ایجاد استانداردهایی در نقاط تماس با مشتریان است که تجربه یکسان و سازگار را برای مخاطبان فراهم می آورد. این استانداردها در راستای رساندن ارزش های برنده به مشتریان است. به طور مثال شما همیشه یک تجربه از سادگی را از برنده اپل دریافت می کنید. سایت اپل، طراحی ظاهری آیفون، معازه های برنده و ... همیشه سادگی وجود دارد.

همه اینها با استفاده استانداردهایی که برای برنده نوشته شده است، محقق شده است. شما هم اگر بخواهید برنده قدرتمندی را داشته باشید باید با استفاده از دستورالعمل ها و استانداردسازی، رساندن تجربه مناسب را در راستای هویت برندها به مشتریان تضمین کنید.

سخن آخر اینکه امروزه قسمت عمده ارزش بسیاری از کسب و کارها، ارزش برنده آن است. در برخی صنایع مانند صنایع غذایی و کالاهای تند مصرف و یا خدمات نرم افزاری، بیش از ۸۰ درصد از ارزش کل یک کسب و کار، ارزش برنده آن است. شما با استخدام یک مشاور برنده سازی حرفا های یک سرمایه گذاری بر روی ارزش برنده و کسب و کار خود انجام می دهید که عاملی برای استمرار موفقیت کسب و کار شما نیز است. مشاوران برنده سازی را خوب ارزیابی کنید تا انتخاب خوبی برای کسب و کار تان داشته باشید.

منبع: بوتیقا

است که برای چه کسی چه چیزی تولید کنیم تا سودآور باشد. مشاور برنده سازی عامل دیگری را برای پاسخگویی به این سوال در نظر می گیرد و آن این است که چه چیزی را تولید کنیم که در چارچوب برنده باشد. آیا شما تعجب نمی کنید که مثلا لامبورگینی وانت تولید کند.

چون برنده لامبورگینی را با ماشین های عجیب و غریب و فضایی شکلش می شناسیم و هر چیزی غیر از این، ذهنیت شما را از برنده محدودش می کند؛ لذا یک مشاور برنده سازی در راستای بازار هدف شما، نیازمندی ها و ارزش های قابل ارائه به آنان، به شما خواهد گفت که چه محصولات و خدماتی را ارائه دهید و چه چیزی را ارائه ندهید.

بعلاوه کیفیت برای مشتریان معانی متفاوتی دارد. به عنوان مثال برای یک استفاده کننده نهایی از خودرو ممکن است شتاب اصلی ترین آیتم کیفیت باشد، برای یکی دیگر راحتی و برای یک مشتری دیگر داشتن هزینه تعمیرات کم. شما باید بدانید که به کدام مشتری کدام کیفیت را می خواهید بیشتر ارائه دهید و مشاور برنده سازی به شما در این باره راهکارهای لازم را ارائه می دهد.

جهت دهی به بازاریابی و تبلیغاتی و کاهش هزینه های آن

استفاده از مشاوره برنده سازی یا مدیران برنده حرفا های باعث می شود که شما بتوانید به بهترین شکل ممکن از سرمایه گذاری بازاریابی و تبلیغاتی خود بهره ببرداری کنید. وجود مشاوره برنده نینگ در کسب و کار شما باعث می شود که اثرهای مقطوعی تبلیغات به اثرات طولانی مدت تبدیل شود. یک مشاوره برنده سازی برای یک برنده یک چارچوب تبلیغاتی را تعریف می کند.

پاییندی به این چارچوب تبلیغاتی و ارتباطاتی برنده باعث می شود که اثری خشی تبلیغات و ایجاد ذهنیت موثر از برنده افزایش یابد. به طور مثال برنده لویی ویتون همواره در چارچوب سفر تبلیغات خود را خلق می کند و هر ایده تبلیغاتی باید در این چارچوب باشد. به عبارت دیگر شما در کنار مشاوره برنده نینگ، از مشاوره تبلیغات نیز بهره می بردید.

اگر از صاحبان کسب و کار پرسیده شود که "بهترین راه تبلیغات چیست؟" می گویند تبلیغات دهان به دهان. این تبلیغات دهان به دهان در برنده نینگ معادل این است که مشتریان نسبت به برنده، رفتار مثبتی داشته باشند. این رفتار مثبت ناشی از تجربه مثبت مشتریان و سایر مخاطبان از برنده است که آن را به دیگران توصیه می کند.

یک مشاور برنده سازی حرفا های با ارزیابی تجربیاتی که برنده برای مشتریان دارد، راهکارهای مناسب را برای بهبود تجربه و



۶ شیوه موافقیت آمیز تحول دیجیتال مدیریت منابع انسانی

■ مترجم: علی پورقاسمی

تحول دیجیتال و به روز آوری فرایند برای کسب و کارهایی که بر محور مدیریت منابع انسانی جریان دارند به تدریج به یکی از استانداردهای صنعت تبدیل می‌شوند. اگرچه ممکن است سازمان‌ها از عملکرد و مدل عملیاتی کنونی مدیریت منابع انسانی راضی باشند، اما رقبا به شدت در حال تحول دیجیتال و ساده‌سازی بخش‌های منابع انسانی خود هستند. هنگامی که از تحول دیجیتال مدیریت منابع انسانی صحبت می‌شود، جای کافی برای بهبود وجود دارد. ولی پیدا کردن بهترین شیوه‌ای که فرایندها را به روز کند و جریان عملیات روزمره را نیز مختل نکند، بدون برنامه‌ریزی کافی دشوار است؛ بنابراین، در این مقاله به پرسش‌هایی که می‌تواند به استانداردسازی فرایندهای دیجیتال کمک کند و همچنین دلایل مفید انجام این کار نگاهی می‌اندازیم.

دلیل وضعیت موجود تحول دیجیتال در بخش مدیریت منابع انسانی، ابزارهای مورد استفاده و شیوه جذب همکاران جدید را باید تجزیه و تحلیل کنیم.

آیا شرکت از زیرساخت دیجیتال ویژه خود برای جذب برخوردار است یا از کاتالوگ‌های بازاریابی دیجیتال مانند رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کند؟ رضایت کارکنان و اهداف فردی آنها چگونه پایش می‌شود؟ پاسخ به این سوالات ایده خوبی برای تعیین جایگاه کنونی شرکت در حوزه مدیریت منابع انسانی دیجیتال ایجاد می‌کند و درک خوبی از موانع پیش رو را نیز پدید می‌آورد.

تحول دیجیتال مدیریت منابع انسانی و تغییر جهت به سوی فرایندهای دیجیتال واقعاً می‌تواند توانایی ارزیابی مقاضیان همکاری، تسهیل استقرار و به کارگیری همکاران جدید و حفظ استعدادهای شرکت را افزایش دهد. با این حال، نوآوری و تحول دیجیتال جریان کاری موجود تنها به اندازه استفاده موافقیت آمیز از ابزارهایی که در اختیار سازمان است موثر خواهد بود. تفاوتی ندارد که موضوع تحلیل، مدیریت عملکرد یا تکمیل ظرفیت پست‌های خالی باشد، ابزارهای دیجیتال به شکلی ویژه به تسهیل کوشش‌ها کمک خواهند کرد.

۲- شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPI) تحول دیجیتال مدیریت منابع انسانی

تفاوتی ندارد که فعالیت‌ها بر مدیریت منابع انسانی متمرکز باشد یا تحول دیجیتال، شاخص‌های کلیدی عملکرد بهترین شیوه

۱- بررسی وضعیت موجود فرایندهای دیجیتال مدیریت منابع انسانی

همه تحول‌های دیجیتال باید با ممیزی داخلی آغاز شود و مدیریت منابع انسانی نیز از این موضوع مستثنی نیست. به همین

کسب و کار هوشمند

که هر روز ساعات ارزشمندی را تلف می‌کند، بر تحلیل داده‌ها و بررسی مقاضیان همکاری متمرکز شوند. فرایندهای منابع انسانی خودکار کیفیت ارتباطات درون‌سازمانی، عملکرد کارکنان و همچنین دسترسی به آنها را بهبود می‌بخشد و بهدرت بخش‌هایی از کار را در برنمی‌گیرد.

۶- همکاری منابع انسانی دیجیتال با دیگر بخش‌ها

سرانجام، همکاری با دیگر بخش‌های سازمان و انجام فعالیت‌های مشترک از مهم‌ترین موارد برای بهبود فعالیت‌های منابع انسانی به شمار می‌رودن. تفکیک بخش منابع انسانی و تبدیل آن به واحدی مستقل و دور از دیگران به دلیل قطع کلی ارتباط، سبب ایجاد فاصله بین همکاران خواهد شد.

یعنی تحول منابع انسانی می‌تواند برای مریگری، آموزش یا دیگر اهداف توسعه حرفه‌ای، تغییراتی در نحوه کار با دیگر تیم‌ها ایجاد کند. فرایندهای منابع انسانی که با فناوری دیجیتال متحول شده‌اند می‌توانند توانایی ریدیابی هر یک از همکاران در مسیر پیشرفت شغلی شان را افزایش دهند، آنها را برای نقش‌های رهبری آماده کنند یا سبب شوند که در نتیجه یکی از دستاوردهای خودکارسازی، حضور بیشتری در فعالیت‌های روزانه داشته باشند.

تحول منابع انسانی و دیجیتالی شدن

اگرچه تحول دیجیتال منابع انسانی حرکتی مهم در مسیر درست است، ولی به کارگیری کامل فرایندهای پیش‌گفته نیز ضروری است. فرایندهایی که خودکار شده‌اند، ذاتاً و بدون رویکرد و اهداف کافی برای تشویق به تغییرات، شیوه مدیریت منابع انسانی را بهبود نمی‌بخشند.

منبع: دنیای اقتصاد از hrtechnologist.com

سنجرش میزان موفقیت هر یک از این دو حوزه هستند. همچنین بهره‌گیری از آنها در تحول دیجیتال منابع انسانی می‌تواند کمک شایانی برای دستیابی به اهداف باشد.

برای زمان‌بندی یا تعیین مراحل قابل پایش جهت اطمینان از سهولت روند تحول در منابع انسانی می‌توان از روش‌های تعیین هدف مانند SMART یا نقشه ذهنی استفاده کرد. استفاده از شاخص‌های کلیدی عملکرد در مراحل آغازین کوشش‌های مربوط به تحول دیجیتال، جهت را مشخص ساخته و امکان سنجش و تحلیل آسان فرایند را هم‌زمان با پیشرفت آن میسر می‌کند.

۳- اعضای تیم تحول دیجیتال مدیریت منابع انسانی

مستقل از اندازه شرکت یا تعداد کارکنان آن، تحول دیجیتال در منابع انسانی هرگز نباید به یک نفر متکی باشد. با توجه به این نکته باید پیش از آغاز فرایند تحول، تیم را تشکیل داد و اندکی آنها را درباره وضعیت موجود و اهداف شرکت آگاه کرد. کارکنانی که از سوابق کار در حوزه منابع انسانی، فناوری اطلاعات، مدیریت کسب‌وکار و رشته‌های ذی‌ربط برخوردارند باید به عضویت تیم تحول درآیند و از ابتدای کار، باید مدیر پرورده نیز منصوب شود. این اقدام به پیشرفت تحول منابع انسانی با تیمی متشکل از متخصصانی همفکر که هدفی مشترک در سر دارند کمک می‌کند.

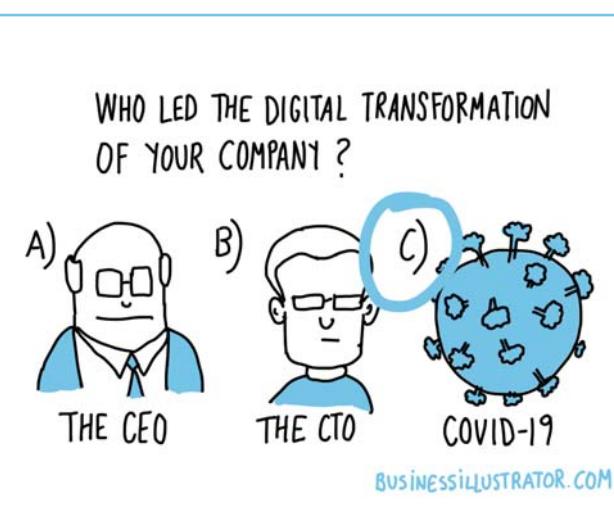
۴- تحول دیجیتال بدون مصرف کاغذ و مدیریت منابع

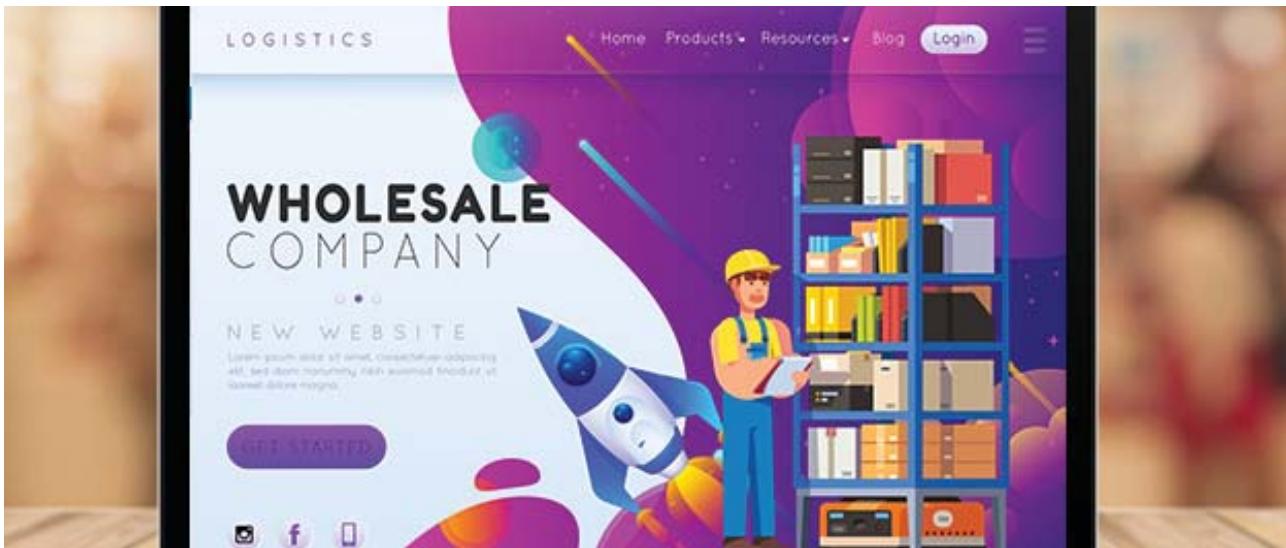
هدف اصلی از تحول دیجیتال در حوزه منابع انسانی، کاهش ضایعات کاغذ و ساده‌سازی فرایندهای موجود برای عملکرد بهتر است. با توجه به افزایش آلودگی جهانی و مسائل مربوط به مدیریت پسماند و مصرف انرژی، حفظ محیط‌زیست هدفی عالی است که می‌تواند در کنار کوشش‌های مربوط به تحول دیجیتال مورد توجه قرار گیرد.

۵- خودکارسازی فرایندهای منابع انسانی

هنگامی که نوبت به یافتن و جذب نیروی انسانی مستعد می‌رسد، کار مدیر منابع انسانی به دلایل بی‌شمار می‌تواند دشوار شود. با این حال، تحول دیجیتال می‌تواند با ایجاد فرصتی برای حوزه مدیریت منابع انسانی و خودکارسازی برخی از فرایندها به جذب همکارانی کارآمد و شایسته بینجامد.

فرایندهای خودکار به متخصصان منابع انسانی امکان می‌دهد تا به جای ذخیره‌سازی فیزیک مستندات یا انجام فعالیت‌های گسترده





مزیت‌های عمده‌فروشی آنلاین و تجارت الکترونیک

ظهور تجارت الکترونیک یکی از بزرگ‌ترین نیروهای مختل‌کننده برای عمده‌فروشی‌های صنعتی و شرکت‌های توزیع کننده بوده است. خریداران امروزی عادت دارند اطلاعات دقیق در مورد همه چیز را از دسترس بودن محصول، قیمت محصول و حتی محل دقیق سفارش را به صورت آنلاین به دست آورند و اگر اطلاعات کافی در مورد آن پیدا نکنند حس نارضایتی برایشان ایجاد می‌شود. اینجا است که تجارت الکترونیک برای توزیع کنندگان اهمیت می‌یابد اما مزیت عمده‌فروشی آنلاین چیست و تجارت الکترونیک چه نقشی در عمده‌فروشی دارد؟

شرکت‌های تجارت الکترونیکی کمک کرده هم استفاده کنند تا بتوانند از مزیت عمده‌فروشی آنلاین بهره ببرند. این تاکتیک‌ها از تمرکز بر تجربه مشتری گرفته تا پشتیبانی همه‌جانبه از مشتریان در همه کانال‌های بازاریابی و بهینه‌سازی سایت و ارائه خدمات و غیره را شامل می‌شود که کسب‌وکارها برای موفقیت و رشد باید از آنها تقليد کرده یا ایده بگیرند. دیگری داشتن سایت و یا تیم فروش و بازاریابی آنلاین لازم‌هه هر کسب‌وکار B2B است.

طبق نظرسنجدی‌های Accenture، تقریباً ۸۶ درصد شرکت‌های مستقر در آمریکا که راه حل‌های تجارت الکترونیکی را قبل از راه اندازی کرده‌اند بیش از ۵۰۰ میلیون دلار درآمد کسب کرده‌اند؛ بنابراین اگر شما همچنان به صورت سنتی فعالیت می‌کنید و برنامه‌های برای آنلاین کردن کسب‌وکار خود ندارید بعداً پایین آوردن بزرگ‌ترین رقبایتان از صفحه اول گوگل بسیار دشوارتر خواهد بود.

چرا باید عمده‌فروشی آنلاین خود را راه‌اندازی کنید و اساساً مزیت عمده‌فروشی آنلاین چیست؟

- عمده‌فروشان صنعتی و شرکت‌های B2B به حضور آنلاین نیاز دارند عمده‌فروشان، توزیع کنندگان و به طور کلی تمام شرکت‌های

توزیع کننده سنتی و عمده‌فروشان صنعتی این روزها دستخوش تغییرات کلی شده‌اند و اکنون خدماتی که قبل برای آنها ارزش افزوده ایجاد می‌کرد دیگر مثل سابق مزیت رقابتی برای آنها ایجاد نمی‌کند. تجارت الکترونیک B2B را به عنوان پیشرو و مانند لکوموتیو برای کسب‌وکارهای عمده‌فروشی در نظر بگیرید و کسانی که از این قطار جا بمانند دیگر سخت خواهد بود خودشان را آپدیت کرده و رشد داشته باشند.

زنگیزه تامین را در عصر تجارت الکترونیکی می‌توان با دسترسی به سایت‌ها و پلتفرم‌های آنلاینی مثل ایکسب آنلاین کرد.

چرا تولیدکنندگان و توزیع کنندگان باید مانند شرکت‌های تجارت الکترونیک فکر کنند؟

در این مقاله راهکارهای تجارت الکترونیکی که منجر به تغییرات گسترده در کسب‌وکارهای عمده‌فروشی و B2B می‌شود و مزیت عمده‌فروشی آنلاین است را توضیح خواهیم داد. توزیع کنندگان عمده‌فروشی و کسب‌وکارها B2B امروزه باید علاوه بر افزودن برخی از ویژگی‌های تجارت الکترونیکی به کسب‌وکار خود، از طرز تفکر و تاکتیک‌های دیجیتال که به موفقیت

محصولات را به صورت آنلاین در اختیار مخاطبان قرار می‌دهند تا اینکه آنها را برای دریافت توضیحات به نمایندگی یا فروشگاه مرکزی بکشانند و این کار را در هر ساعت شبانه‌روز به راحتی در اختیار مخاطب خود قرار می‌دهند.

بنابراین اگر شما طرف‌دار سرسرخت ارائه اطلاعات به شکل فیزیکی یا حضوری هستید احتمالاً به طیف زیادی از مخاطب دسترسی نخواهید داشت و طیف زیادی از مخاطبان را به دلیل ارائه ضعیف اطلاعات به صورت آنلاین از دست خواهید داد. برای اینکه شما در کسب و کار تجارت الکترونیکی، اطلاعات محصول را در اختیار مخاطب خودتان قرار دهید لازم نیست تغییرات اساسی در مدل بیزینس تجارت الکترونیکی خود ایجاد کنید.

در حقیقت کافی است محتوای تولید شده خود را در جای مناسب و درست خود در سایت یا بستر تجارت الکترونیک قرار بدهید و باعث بازدید بیشتر صفحه، سایت و محصول خود شوید و این کار با محتوای بیشتر و راهنمایی‌های مفیدتر امکان‌پذیر خواهد شد.

أنواع محتواهای موردنیاز کسب و کارهای عمده فروشی آنلاین و B2B یا صنعتی

شما برای موفقیت کسب و کار عمده فروشی آنلاین یا B2B خود نیاز به تولید انواع محتوا مانند محتوای متنی، ویدیویی، گرافیکی، پادکست، اینفوگرافیک، آرت ورک و هر نوع محتوای ارزشمندی که بتواند پیام شمارا به مخاطب درست در زمان درست و به صورت دقیق برساند دارید.

در واقع با تولید محتواهای مناسب عمده فروشی خود می‌توانید از یکی دیگر از مزای اعمده فروشی آنلاین بهره ببرید و آن کمک به بهتر دیده شدن است. این مزیت اعمده فروشی را آنلاین را فراموش نکنید و برای آن برنامه‌ریزی کنید.

بخش‌هایی از بیزینس عمده فروشی آنلاین یا B2B که نیاز به تولید محتوا خواهند داشت

- صفحه‌های مختلف سایت (درباره ما، صفحه اول، لندینگ پیچ‌ها مختلف و غیره)
- بخش کنگوری محصولات (توضیحات مختلف درباره محصول مانند ویژگی‌های محصول، نحوه استفاده و غیره)
- بخش بلاگ (محتواهای معرفی کننده محصول، آموزشی و فرهنگ‌سازی و جهت‌دهنده، محتواهای عمومی صنعت و غیره)

که به صورت B2B و در زنجیره تامین و فروش فعالیت می‌کنند به ارائه‌دهندگان سرویس بهتر و حرفه‌ای معروف هستند. اما اگر می‌خواهید در عصر دیجیتال موفق شوید به بیش از ارائه سرویس عالی نیاز دارید.

شما باید زندگی را برای مشتریان خود آسان کنید. مشتریان شما دیگر وقت و تمایلی برای شنیدن تماس‌های پرزنتیشن و فروش شما یا ورق زدن کاتالوگ‌ها و پروپوزال‌ها را ندارند.

در عوض، مشتریان بیشتر تمایل به انجام تحقیقات آنلاین دارند تا سوالات خود را بررسی کنند و خریدهای خود را هم به راحتی به صورت آنلاین ثبت کنند یا استعلام قیمت یا سفارش اولیه را اعلام کنند. از این‌رو، تجارت الکترونیک راهی برای موفقیت سریع است.

به عنوان مثال اگر شرکت‌های نرم‌افزاری مختلف را بررسی کنید متوجه می‌شوید که آنها فهمیدن راه موفقیت آنها از تجارت الکترونیکی می‌گذرد و برای این منظور شروع به بازاریابی و فروش آنلاین کرده‌اند حتی راه حل‌های متنوعی نیز با توجه به شرایط دیجیتال ارائه می‌دهند.

یکی از برترین شرکت‌های نرم‌افزاری در حوزه مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) که در کل دنیا پیش رو هم است شرکت هاب اسپات است. برای آشنایی بیشتر با استراتژی بازاریابی و فروش این شرکت در این زمینه بیشتر تحقیق کنید.

■ حال سوال این است که آیا همه کسب و کارها و عمده فروشی‌ها یا توزیع کنندگان نیاز به ایجاد بستر تجارت الکترونیکی مستقل و مخصوص خود هستند؟

□ قطعاً پاسخ نه است. شما باید هدف خود را ایجاد نوعی شفافیت، قابلیت استفاده و جذابیت قرار دهید که این کار را به راحتی از طریق پلتفرم‌هایی مثل ایکسپر می‌توانید انجام دهید.

با تولید محتوا ارزشمند و توضیحات کامل و مفید در صفحه محصول، اعتماد مشتری را جلب کنید

اگر شما این بخش را می‌خواهید باید بدانید که شما باید در زمینه نوشتمن توضیحات کتگوری یا دسته‌بندی محصول استاد شوید. شما می‌توانید با نوشتمن توضیحات مفید و دقیقاً چیزی که مخاطب دنبال آن است و قرار دادن آن در صفحه و مکان درست، نیاز و سوال ذهنی مخاطب را بآورده کرده و در آن حس خوب ایجاد کنید و از خودتان نیز تصویر مثبتی در ذهن مخاطب ایجاد کنید.

پس به یاد داشته باشید که یکی از بدیهی‌ترین مزیت‌های سایت‌های تجارت الکترونیکی این است که آنها توضیحات

کنید.

کلمات کلیدی کسب و کار خود را قبل از برنامه‌ریزی در پنج

سطح پیدا کنید:

- محصول و خدمت

- کلمات مرتبط به بیزینس و کسب و کار

- نام برند و شرکت

- نام مدیران و سخنگوی شرکت

- کلمات کلیدی حوزه صنعت خود

و سعی کنید در محتواهای خود از این کلمات کلیدی اختصاص بدهید و در ابتدای کار می‌توانید حتی به صورت مستقیم در مورد این کلمات بنویسید.

شرکت‌های عمده‌فروش و B2B باید در دنیای داده‌ها رقابت کنند

یک عامل کلیدی برای شرکت‌های تولید و توزیع کننده موفق، جریان داده‌ها است. اگر می‌توانید داده‌های تمیز و موثری را تولید و همین روند را حفظ کنید می‌توانید همه کارهایی را که در بالا نوشتم را انجام دهید (تولید محتواهای مفید، جذب ترافیک و گرفتن لید بالقوه، فروش دیجیتال، بازاریابی از طریق ایمیل، خبرنامه، شبکه‌های اجتماعی و غیره).

اگر نمی‌توانید، پس رقابت در دنیای تجارت الکترونیکی برای شما دشوار خواهد بود زیرا استفاده موثر از داده‌ها واقعاً همان چیزی است که شرکت‌های تجارت الکترونیکی بر اساس آن بنا شده‌اند. ایکسب همه بسترهای لازم را فراهم کرده است (وب‌سایت، گزارش‌های مفید، موجودی کالا دقیق، بستر فروش و بازاریابی، وغیره).

سیستم‌های خود را ادغام کنید تا از داده‌های یکپارچه و شفاف جریان اطمینان حاصل کنید

تولید و توزیع کنندگان (عمده‌فروشی آنلاین، فروش B2B) اغلب بخشی از روند مدیریت داده‌های خود را یکپارچه می‌کنند اما بسیاری از اوقات، متوجه می‌شویم که آنها هنوز اطلاعات خود را با برنامه‌های بازاریابی دیجیتال و خدمات مشتری یکپارچه نمی‌کنند. یکپارچه‌سازی تمام داده‌ها و سیستم‌های شما نه تنها باعث صرفه‌جویی در وقت، هزینه و کاهش در دسر شما می‌شود بلکه به دلیل شفافیت و درک درستی که ایجاد می‌کنید رابطه بهتر و طولانی‌تری با مشتریان شما ایجاد می‌کند.

منبع: ایکسب Ecasb

- خبرنامه و بخش اخبار شرکت (در این بخش هر نوع خبر یا موقعيتی که در کسب و کار خود یا صنعت خود وجود دارد را می‌توانید پژوهش دهید)

- ایمیل (در این بخش باید طبق استراتژی ایمیلی خود محتواها مختلف از معروفی کننده گرفته تا برنده‌نگ و اطلاع‌رسانی کننده می‌توانید همراه با کال تو اکشن‌های جذاب تولید و ارسال کنید)

- شبکه‌های اجتماعی

- محتواهای رسانه‌ای جهت تقویت روابط عمومی شرکت این محتواها و هزاران نوع محتوا در نهایت باعث جذب ترافیک و بازدید به سمت صفحات تجاری و محصول شما شده و در نهایت منجر به افزایش و رشد فروش شما خواهد شد. به خاطر داشته باشید در هر کدام از این بخش‌ها می‌توانید انواع مختلفی از محتواهای مفید و جذاب برای مخاطب تولید و در معرض نمایش آنها قرار دهید.

حضور آنلاین شما به سئو و استراتژی محتواهای موثر بستگی دارد

عمده‌فروشی آنلاین یا کسب و کار B2B و سازمانی زمانی در تجارت الکترونیک موفق خواهند بود که بتواند محتواهای جدید در زمینه کاری خود تولید و در بستر وب یا فضای مجازی نشر بدنه‌ند. به خاطر داشته باشید الگوریتم گوگل جوگری طراحی شده که احتمال دیده شدن یک بلاگ پست نسبت به یک صفحه محصول در آن بیشتر است پس شما باید محتواهای بلاگ خود را به عنوان اولین تاچ یا برخورد در نظر گرفته و با کال تو اکشن‌های جذاب بتوانید کم مخاطب را به سمت صفحه محصول و از آنجا هم به صفحه محصول بکشانید.

جستجو کننده‌های آنلاین معمولاً بیشتر از آنکه به دنبال راه حل‌های خاص باشند دنبال پاسخ سوالات خود هستند و دانستن این موضوع، کلید سئو و تولید موثر محتواهای مفید برای موقعيت عمده‌فروشی آنلاین و کسب و کار سازمانی است.

همچنین قبل از تولید محتوا باید یک استراتژی منظم برای هر رسانه خود داشته باشید و برای آن تقویم محتوا درست کنید و علاوه بر این قبل از شروع به تولید محتوا باید پرسونا و شخصیت مخاطبان خود را به درستی شناسایی کنید و زبان و لحن محتوای خود را طبق آن پرسونا پیش ببرید.

به هر حال محتواهی که شما برای فروش یک ساعت مچی برای یک نوجوان ۱۵ و ۱۶ ساله تولید می‌کنید لحن و تن صدا با محتواهی که برای یک مهندس کامپیوتر در مورد سخت‌افزار می‌نویسید کاملاً متفاوت است پس این تفاوت‌ها را از قبل پیدا

برای طراحی یک فروشگاه اینترنتی باید چه معیارهای را در نظر بگیریم

در عصر حاضر افراد بیشتر اوقات فراغت خود را در سایتها و نرم افزارهای اینترنتی می گذرانند، به همین جهت بسیاری از خریدهای خود را به صورت اینترنتی انجام می دهند؛ لذا طراحی فروشگاه اینترنتی حرفه‌ای که مجموعه‌ای از نیازهای افراد را در ویترین مجازی خود ارائه می کند، انتخاب بسیاری از افراد هوشمند خواهد بود.

هستند که بسیاری از نیازهای افراد را رفع می کنند.

فاکتورهای اصلی طراحی فروشگاه اینترنتی حرفه‌ای کدام‌اند؟

طبعتاً یک فروشگاه اینترنتی می باشد از تمام زوایا کامل و جذاب به نظر بر سرده تا کاربران یا مشتریان بالقوه برای جستجوی بیشتر در سایت و خرید تغییر شود. برخی از مهم‌ترین ویژگی‌هایی که طراحی فروشگاه اینترنتی حرفه‌ای نیاز دارد، به شرح زیر می باشد:

جلوه‌های بصری:

به طور قطع اولین ویژگی که با ورود به وبسایت مورد توجه قرار می گیرد، جلوه‌های بصری یا به بیان ساده‌تر رنگ و لعاب وبسایت خواهد بود. انتخاب رنگ و طراحی اسلامیدهای مختلف برای دکور سایت فاکتور بسیار مهمی به شمار می رود که معمولاً بسته به فعالیت شغلی فروشگاه طراحی می شود. به طور در طراحی فروشگاه اینترنتی حرفه‌ای که در زمینه لوازم آرایشی بهداشتی فعالیت دارد، بهتر است از اسلامیدهای رنگی جذاب استفاده شود، زیرا مخاطب اصلی این دست فروشگاه‌ها با نوان هستند.

انتخاب نام مناسب فروشگاه:

اگر بخواهید در اولین جستجو گوگل اسم سایت شما نشان داده شود، می باشد یک نام مناسب برای وبسایت فروشگاهی خود انتخاب کنید. نام فروشگاه شما بهتر است خاص و جذاب باشد یا به عبارت دیگر از این نام برای رسانه‌ها و فروشگاه‌های دیگر استفاده نشده باشد. به فرض مثال دیجی کالا تنها نام یک فروشگاه اینترنتی است و هیچ رسانه یا وبسایت دیگری با این نام وجود ندارد، بنابراین زمانی که کاربر در صفحه گوگل نام دیجی کالا را سرچ می کند، مسقیماً به وبسایت اصلی متصل می شود.

سرعت بالای سایت:

عمدتاً وبسایتها فروشگاهی از رسانه‌های خبری و سرگرمی شلوغ‌تر و پُر بازدیدتر هستند. از طرفی هر یک از کاربران اینترنتی مشتریان بالقوه‌ای هستند که اگر با سرعت پایین سایت رو به رو شوند ممکن است از خرید صرف نظر کنند؛ بنابراین سرعت بالا در

طراحی فروشگاه اینترنتی حرفه‌ای، مسیر جدیدی را برای موفقیت یک کسب و کار ایجاد می کند؛ چرا که امروزه اینترنتی شدن کسب و کارها تبدیل به الزام و ضرورت شده است. در عصر حاضر افراد بیشتر اوقات فراغت خود را در سایتها و نرم افزارهای اینترنتی می گذرانند، به همین جهت بسیاری از خریدهای خود را به صورت اینترنتی انجام می دهند؛ لذا طراحی فروشگاه اینترنتی حرفه‌ای که مجموعه‌ای از نیازهای افراد را در ویترین مجازی خود ارائه می کند، انتخاب بسیاری از افراد هوشمند خواهد بود.

شیوع ویروس کرونا و ترس از شیوع بیماری های نظیر کرونا نیز از موثرترین عواملی است که موجب اهمیت یافتن فروشگاه‌های اینترنتی شد، بنابراین گرایش افراد به فروشگاه‌های اینترنتی افزایش خواهد یافت. اما سوال اصلی آن است که برای طراحی فروشگاه اینترنتی حرفه‌ای چه فاکتورهایی را باید لحاظ کرد؟

وجود فروشگاه‌های اینترنتی چه اهمیتی دارد؟

طراحی فروشگاه اینترنتی حرفه‌ای برای شخص فروشنده و خریداران اهمیت و مزیت‌های بسیاری دارد، فردی که فروشگاه اینترنتی را اداره می کند به راحتی و با داشتن یک سیستم همراه حتی از منزل خود نیز می تواند به روند سفارش‌های رسیدگی کند. مدیران فروشگاه‌های اینترنتی می توانند بدون فروش حضوری کار کنند و تمامی خریدهای کاربران را از طریق پست برای ایشان ارسال نمایند. با این وجود در برخی از هزینه‌ها مثل اجاره یک فروشگاه صرفه‌جویی خواهد شد.

از طرفی کاربران و مشتریانی که برای خرید به یک فروشگاه اینترنتی مراجعه می کنند، می توانند از داخل منزل وسایل مورد نیاز خود را خریداری کنند و درب منزل تحويل بگیرند؛ بنابراین در هزینه‌های رفت و آمد صرفه‌جویی شده و همچنین انرژی کمتری نیز اتلاف می شود، بهخصوص اینکه در شرایط کرونایی کنونی خرید اینترنتی و عدم حضور در تجمعات به نفع سلامتی افراد نیز می باشد. هم‌اکنون نیز فروشگاه‌های اینترنتی پُر طرف‌داری فعال

طراحی فروشگاه اینترنتی حرفه‌ای حتماً باید لحاظ شود.

سئو سایت:

مخاطبان بیشتری را جذب می‌کند. یک فروشگاه با امکان فروش اقساط طراحی کنید!

امروزه توان مالی بسیاری از افراد کاهش یافته است و بسیاری از افراد قادر به خرید محصولات به صورت نقدی نمی‌باشند؛ بنابراین اگر طراحی فروشگاه با امکان فروش اقساط باشد، میزان مخاطبان و طرفداران فروشگاه بالا خواهد رفت. طراحی فروشگاه با امکان فروش اقساط بسیار جذاب خواهد بود، از طرفی میزان فروش فروشگاه را نیز بالا خواهد بود. عموماً در فروش اقساطی افراد کالا یا محصولات بیشتری خریداری می‌کنند، بنابراین از چندین منظر مختلف طراحی فروشگاه با امکان فروش اقساطی مفید خواهد بود. بنابراین شما پیش از سفارش طراحی وبسایت می‌بایست تمامی مواردی را که در فروشگاه خود نیاز دارید به طراح انتقال دهید تا وبسایت فروشگاهی مطابق خواسته شما ساخته شود.

طراحی فروشگاه اینترنتی حرفه‌ای، نیاز به تخصصی دارد!

امروزه صاحبان بسیاری از کسب‌وکارها فروش اینترنتی را بسیار پُرسودتر از فروش حضوری می‌دانند، اما انتخاب بستر مناسب برای فروش اینترنتی بسیار حائز اهمیت خواهد بود. اگرچه بسیاری از افراد نرم‌افزار اینستاگرام را به عنوان ویترین مجازی خود انتخاب می‌کنند، اما این نرم‌افزارها برای کسب‌وکارهای پُرفروش خیلی مناسب نخواهند بود؛ بنابراین طراحی فروشگاه اینترنتی حرفه‌ای بهترین راهکار برای یک کسب‌وکار درست و اصولی بوده و می‌تواند موجب افزایش فروش کسب‌وکارها شود.

برای طراحی وبسایت فروشگاهی چند روش را می‌توان اتخاذ کرد:

روش اول آن است که از یک مجموعه و شرکت ارائه دهنده خدماتی نظیر طراحی سایت بخواهید که یک فروشگاه اینترنتی حرفه‌ای برای شما طراحی کند. اگرچه این روش بسیار مطمئن و اصولی است، اما زمان برخواهد بود و از آنجا که بسیاری از مشاغل فرصت صبرکردن برای طراحی و تحويل سایت را ندارند این راهکار خیلی مناسب نخواهد بود. از طرفی هزینه‌ی طراحی سایت فروشگاهی به این روش می‌تواند کمی زیاد باشد.

روش دوم استفاده از CMS‌هایی نظیر وردپرس است که معمولاً دارای امکانات مناسب نظیر تم‌ها و ابزار بسیاری هستند و کار کردن با آن ساده است و خیلی هزینه‌بر نیست.

در سایت‌های پربازدید و با فروش بالا پیشنهاد به طراحی و CMS در سایت‌های فروشگاهی معمولی پیشنهاد به استفاده از CMS است.

منبع: کاج

داشتن یک رتبه خوب در گوگل دغدغه‌ی اصلی تمامی وبسایت‌های اینترنتی می‌باشد، برای آنکه گوگل شما را به رسمیت بشناسد و به وبسایت اهمیت دهد، می‌بایست وبسایت را بر اساس قوانین گوگل طراحی کرد. طراحی سایت باید کاملاً مطابق با استراتژی سئو باشد، تا گوگل آن را در صفحات اول به نمایش درآورد؛ بنابراین برای طراحی فروشگاه اینترنتی حرفه‌ای به یک متخصص سئو نیاز خواهید داشت.

امنیت وبسایت:

یکی از مهم‌ترین فاکتورهای یک وبسایت خوب، داشتن امنیت بالا است. زمانی یک وبسایت فروشگاهی با در نظر گرفتن نکات مختلف طراحی و اجرا می‌شود، می‌بایست از امنیت مناسبی برخوردار باشد تا هکرها و بزهکاران اینترنتی امکان سوءاستفاده از وبسایت را نداشته باشند. برقرار امنیت سایت نیز توسط مهندسان و متخصصین طراحی سایت انجام خواهد شد.

هاست بالای سایت:

همان‌طور که گفته شد، وبسایت‌های فروشگاهی حتی از رسانه‌های خبری مثل فارس نیوز و ایسنا هم شلوغ‌تر است، بنابراین در طراحی فروشگاه اینترنتی حرفه‌ای باید هاست بالایی برای آن ایجاد شود. هاست بالای سایت موجب می‌شود که مطالب بیشتری بر روی سایت بارگذاری شود، بنابراین این ویژگی بسیار حائز اهمیت می‌باشد.

مجله‌خبری و مقالات:

فروشگاه‌های اینترنتی موفق همواره یک بخش مجله‌ای نیز برای خود طراحی می‌کنند که در آن بخش اطلاعات خبری و بهروز محصولات متنوع را به کاربران ارائه کنند. از طرفی وجود مقالات آموزشی در وبسایت نیز موجب می‌شود که کاربر زمان زیادی را صرف خواندن مطالب گوناگون نماید، به این ترتیب بازدید وبسایت بسیار بالا نیز خواهد شد.

فاکتورهای فوق هر یک بهتنهایی در طراحی فروشگاه اینترنتی حرفه‌ای حائز اهمیت هستند، اما برای جذاب‌تر کردن فروشگاه می‌توان ویژگی‌های مازاد دیگری نیز به آن اضافه کرد. به طور مثال شرح و توضیح اطلاعات محصولات به صورت مختصر و مفید، ارائه تخفیف‌های جشنواره‌ای، لحاظ کردن کد تخفیف برای خرید بیشتر یا امکان ارسال رایگان محصولات از جمله ویژگی‌هایی است که می‌تواند وبسایت فروشگاهی را خاص و جذاب نماید. از طرفی وجود امتیازات، تخفیف‌های و ... در یک وبسایت فروشگاهی



تحول دیجیتال، فساد را کاهش و اعتماد به دولت را بالا می برد

■ ایمان برادری، بنیان‌گذار شرکت مشاوره‌ی مدیریت دیجی‌وایز

هنگامی که تعداد فرایند وابسته به افراد در یک سازمان افزایش می‌یابد، در این میان پای فساد و رانت و پارتی بازی به آن سازمان یا نهاد باز خواهد شد و وجود چنین مساله‌ای به عدم شفافیت ختم خواهد شد. این روزها اخبار فساد اداری، اختلاس‌ها باعث بی‌اعتمادی مردم به ساختار نظام اداری کشور شده است و از دید آماری هم ایران، در شاخص شفافیت جهانی که مهم‌ترین نشانگر وضعیت کشورها در مبارزه با فساد است، جایگاه خوبی ندارد.

اغلب راه حل‌های پیشنهادی برای افزایش شفافیت در نظام اداری نیز بر نظارت بیشتر تمرکز داشته ولی به نظر می‌رسد خود نظارت ناظرین و بازرگانی بیشتر نیز، در بسیاری موارد از آسیب‌های فساد در امان نمانده است. اما بسیاری از کشورها راهکار دیگری را برای اصلاح نظام اداری خود یافته‌اند و آن به کارگیری طرح‌های تحول دیجیتال یا Digital Transformation است.

فرایندهای ناکارآمد در نظام اداری سنتی

طرح تحول دیجیتال، یکی از مهم‌ترین ابزارها و راهکارهای افزایش بهره‌وری و اصلاح ساختار درهم‌تنیده بروکراتیک کشور است، به عنوان یک نمونه‌ی ساده از فرایندهای ناکارآمد در سازمان‌ها و ارگان‌های سنتی می‌توان نام برد؛ سرویس‌هایی که دولت و یا سازمان‌ها به مردم ارائه می‌دهند دارای فرایندهای اداری مختلفی هستند که هر فرایند از گام‌های زیادی تشکیل شده است.

در حال حاضر و به صورت سنتی این فرایندها توسط نیروی انسانی اجرایی شوند و به دلیل عدم استفاده از تکنولوژی، اجرای کامل فرایندها زمان‌بر بوده و افراد زیادی در اجرای آن دخیل هستند. به این صورت که در یک فرایند نفر دوم، نفر اول را که مدارک را بررسی کرده چک می‌کند، نفر سوم، نفر دوم را و به همین شکل تا مرحله

آخر پیش می‌رود و همین مساله باعث شده است تا فرایندی که در ۲ مرحله با استفاده از تکنولوژی می‌توان انجام داد مثلاً در ۱۰ مرحله صورت گیرد و مردم هم ناراضی باشند. اما با تحول دیجیتال می‌توان این فرایندهای اضافی را که به جهت وجود نیروی انسانی ایجاد شده است، به حداقل رساند و در زمان و هزینه صرفه‌جویی و بهنوعی بروکراسی اداری را اصلاح کرد. یکی از مهم‌ترین کارکردهای تحول دیجیتال، کوتاه و بهینه‌کردن فرایندهای سنتی با استفاده از فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی است.

حذف رانت و فساد با طرح تحول دیجیتال

افزایش فساد و رانت در سیستم‌هایی که به صورت سنتی اداره؛ تحول دیجیتال باعث شفافیت نظام اداری کامل بروکراتیک می‌خواهد شد. به‌حال باید این موضوع را پذیرفت که خواسته یا ناخواسته هنگامی که تعداد فرایند وابسته به افراد در یک خدمت افزایش می‌یابد، در این میان پای فساد و رانت و پارتی بازی به آن سازمان یا نهاد باز خواهد شد و وجود چنین مساله‌ای به عدم شفافیت ختم خواهد شد، موضوعی که بسیاری از سازمان‌هایی که به صورت سنتی اداره می‌شوند، بهنوعی با آن درگیر هستند و برای مبارزه با آن مجبور به قبول هزینه مازاد برای کنترل آن می‌شوند.

ایجاد انواع واحدهای کنترلی و بازرگانی و استفاده از سیستم‌های کشف فساد در سازمان‌ها و... از جمله این هزینه‌ها هستند که با توجه به اینکه بازهم این اقدامات توسط نیروی انسانی صورت می‌گیرد، ممکن است این بخش‌ها نیز به فسادآموده شوند. در صورتی که با هزینه‌ای به مراتب کمتر می‌توان چنین موضوعی را به صورت کامل از سازمان‌ها حذف کرد.

سال‌هاست در کشور به دنبال انقلاب اداری در راستای خدمت‌رسانی بهتر به مردم هستیم و تاکنون متاسفانه به نتیجه‌ی مطلوب نرسیده‌ایم. همچنان مردم در صفو طولانی به دنبال دریافت خدمات هستند و متاسفانه برخورد مناسبی هم با آنها نمی‌شود. مدت‌هاست عادت کرده‌ایم برای دریافت حق خود در ادارات سرکج کنیم و اگر حق خود را دریافت کردیم، گویی که لطف بزرگی در حق ما شده است.

سال‌هاست که شعار تحول اداری داده‌ایم ولی مردم تجربه بهتری را از ادارات دولتی به جز زمانی که دوربین‌های صداوسیما جهت دریافت گزارش می‌آیند دریافت نکرده‌اند. سال‌هاست که در صفت بوده‌ایم و دیده‌ایم که چطور برخی بدون صفات خدمات دریافت کرده‌اند. اما اکنون دیگر زمان تغییر است. واقعاً برای کشور ما با این میزان بودجه‌ی تحول اداری و سازمان‌های مختلف مرتبط با فناوری اطلاعات، بودجه‌ی خود سازمان‌ها در حوزه بهره‌وری و فناوری اطلاعات، درست نیست که وضعیت امروزمان با کشورهای حتی در حال توسعه، این قدر متفاوت باشد.

تحول دیجیتال فرصتی برای تبدیل شعار انقلاب اداری به واقعیت

اگر به سازمان‌هایی که به صورت سنتی اداره می‌شوند و ارباب‌رجوع بسیاری دارند مراجعه کنید به دلیل زمان بسیاری که برای روال‌های اداری صرف می‌شود، اکثر مراجعه‌کنندگان از روند خدمات‌دهی ناراضی هستند. این مساله را به سپری شدن حداقل ۱۵ روز هر ایرانی در سال به طور میانگین در سازمان‌های دولتی اضافه کنید تا بینید این نارضایتی چه تبعاتی می‌تواند داشته باشد و مردم را به خدمت‌رسانی سریع و مطلوب دولتی که یکی از وظایف اصلی یک حکومت است بدین و بی‌اعتماد کند.

دولت بعدی این فرصت را دارد که با تمرکز درست و برنامه‌ریزی دقیق از فرصت بزرگ تحول دیجیتال برای انقلاب اداری در کشور استفاده کرده و این شعار را به واقعیت تبدیل کند. امیدوارم این فرصت مانند موارد مشابه تنها تبدیل به برگزاری سمینارها و همایش‌های رنگارانگ و تخصیص بودجه‌های کلان به طرح‌های کم محتوا نشود، زیرا هیچ زمانی بهتر از اکنون برای انقلاب اداری وجود ندارد..

چگونه می‌توان در آینده زمینه‌های همکاری‌های دیجیتالی را استوار کرد؟

■ جارد کو亨، ریچارد فانتین/ تحلیل گران امنیتی

دموکراسی دیجیتال از جمله مسایل جدید دنیای امروز است که در آینده از آن بسیار بیشتر خواهیم شد. اینکه اتاق فکرهای غربی چطور درباره آن برنامه می‌ریزند دارای اهمیت زیاد است.

اکنون قبول دارند که مسیرهایی که فناوری‌های نوین در حال ایجاد آن هستند دارند به دنیا شکل می‌دهند، ارتباط خود را با هم قطع نگه داشته‌اند و در زمانه‌ای که باید بیش از همیشه با یکدیگر همکاری داشته باشند، به طور انفرادی تلاش می‌کنند که فناوری علیه اهداف دموکراتیک به کار نزود. تازه اگر همکاری‌ای هم اتفاق بیفتد جداگانه، واکنشی و موقتی است.

لیبرال دموکراسی‌ها فرصتی را که می‌توانند با هم همکاری کنند از دست می‌دهند. هر کسی که بتواند شرایط خود را طوری ترتیب بدهد که از فناوری‌های نوظهور مثل هوش مصنوعی، محاسبات کوانتمی، زیست‌فناوری و ارتباطات نسل بعدی استفاده کند، در اقتصاد و ارش و سیاست طی دهه‌هایی که خواهد آمد دست بالا را خواهد داشت. اما دموکراسی‌های پیشرفت‌جهان چیزی دارند که حکومت‌های اقتدارگرا ندارند: تاریخی طولانی از همکاری‌های چندجانبه برای اینکه همه از آن متعفع شوند.

برای اینکه مسایل بسیار متنوع است، آنچه اکنون بدان نیاز است راه حل‌های صحیح طلبانه‌تر نیست بلکه یک مجمع فرادستی است با عضویت کشورهایی که مثل هم فکر می‌کنند؛ کشورهایی که می‌توانند با هم متحده شوند و واکنش‌های محکم به مسایل نشان دهند. گروه جدیدی که کشورهای پیشروی «دموکراسی فناورانه» (techno-democracies) تشکیل داده‌اند – و با در نظر گرفتن تعداد کشورهای عضو، تحت عنوان «T-۱۲» شناخته می‌شود – به کشورهای دموکراتیک کمک خواهد کرد تا ابتکار عمل را در رقابت بازار فناوری جهان دویاره به دست گیرند. این کار آن‌ها را قادر خواهد ساخت تا هنجارها و ارزش‌های ترجیحی خود را در استفاده از فناوری‌های در حال ظهور ترویج کنند و مزیت‌های

در ابتدای دوران دیجیتال، دموکراسی‌ها کشورهایی رو به ترقی به نظر می‌آمدند. ایالات متحده و کشورهایی که طرز فکری شبیه به این کشور داشتند در لبه‌های توسعه فناورانه قرار گرفته بودند. سیاست‌گذاران به تلاش‌های آزادی‌خواهانه ذاتی اینترنت اشاره می‌کردند که گویندی در هر جایی تهدیدی برای دیکتاتورها بود. مزایای فناورانه ایالات متحده ارتش این کشور را قادر تر ساخته بود، اقتصاد آن را شکوفاتر و دموکراسی آن را، دست کم رم روی کاغذ، پر شورتر.

از آن موقع تاکنون، کشورهای اقتدارگرا این عقب‌ماندگی را جبران کرده‌اند. چین جلوتر از همه قرار دارد و دیگر یک قدرت نوظهور در فناوری نیست و حالا همتای آمریکا است. در چندین حوزه – شامل تشخیص چهره و صدا، فناوری نسل پنجم اینترنت، پرداخت دیجیتال، ارتباطات کوانتمی و بازار پهپادهای تجاری – چین از آمریکا جلوتر است. روسای حکومت در کوبا، کره شمالی، روسیه و ونزوئلا نیز بیش از پیش فناوری را برای اهداف خود به کار می‌برند و از الگوی چین پیروی می‌کنند و علی‌رغم اینکه آمریکا در برخی از فناوری‌های مثل هوش مصنوعی و تولید نیمه‌رسانها مزیت‌های خود را حفظ کرده، در فرمول‌بندی یک استراتژی کلی برای استفاده از این مزیت‌ها از چین عقب‌افتاده است.

تقریباً به موازات این‌ها، ایالات متحده و متحده‌اند آن از همکاری سنتی‌ای که با هم داشته‌اند دست کشیده‌اند. این کشورها به جای اینکه بر سر مسایلی که در آن منافع مشترک دارند کار کنند، به علل منافع ملی کارهای خود را از هم جدا کرده‌اند و بدون هماهنگی با هم به همکاری‌های فناورانه کشورهای اقتدارگرا واکنش نشان می‌دهند. با اینکه مقامات در پایخت بیشتر کشورهای دموکراتیک

برنامه‌های سیاست خارجی غرق شود بلکه عنصر اصلی رقابت‌های جغرافیای سیاسی جدید است.

از طرف دیگر، ایالات متحده دست به رفتارهای واکنشی می‌زند. پیشرفت سریع چین در اینترنت نسل پنجم، هوش مصنوعی و محاسبات کوانتمی چندین کابینه آمریکا را به سته آورده است. واشنگتن توانسته به راحتی جواب به اصطلاح «جاده ابریشم دیجیتالی» چین را بدهد.

جاده ابریشم دیجیتالی یک مجموعه از پروژه‌های زیرساختی فناورانه است برای اینکه ساخت پروژه‌های ابتکار عمل «کمریند و جاده» را تسهیل کند. آمریکا نه توانسته جواب این جاده ابریشم دیجیتال را بدهد و نه واکنشی نشان بدهد به کارزار تبلیغات چین برای رونمایی از یک واحد پولی دیجیتال. آمریکا و متحدانش دائمًا با مقررات گذاری‌هایی که به حملات سایبری مربوط می‌شود درگیرند و برای این کار موانع زیادی پیش رو دارند.

علاوه بر این، آنها به استفاده از فناوری توسط کشورهای اقتدارگرا برای سرکوب مردم خود پاسخ درخوری نداده‌اند. مقامات آمریکایی اغلب اظهار نارضایتی می‌کنند از اینکه پکن بر استاندارد گذاری برای زمینه‌های فنی دست بالا دارد و متحدان آمریکا نیز به دیده‌ای همراه با احترام به زیرساخت‌های چینی نگاه می‌کنند. اما مقامات آمریکا در زمانه دشواری زندگی می‌کنند که بتوانند ماهیت این بازی را عوض کنند.

در این زمینه شکستی چندمیلیتی رخ داده است. لیبرال دموکراسی‌ها در سراسر جهان خیلی ساده با هم در زمینه این مسائل که باید آنها را با هم متحد سازد کار نمی‌کنند. واکنش آنها به سوءاستفاده کشورهای اقتدارگرا از فناوری به سمتی رفته که معتبرسان تکه شده‌اند.

منافع ملی متوجه می‌شود و تضادهایی در ایالت‌ها بالا می‌گیرد، اما هیچ کاری انجام نمی‌شود. در داخل کشورها، معمولًا بین جناح‌های حاکم بر کشورهای اقتدارگرا بحث بر سر این است که چطور در انتخابات کشورهای دیگر دخالت شود، اطلاعات گمراه‌کننده ترویج یابد و سیستم‌های رایانه‌ای هک شود.

لیبرال دموکراسی‌ها در عوض اینکه برای مقابله با چنین کارهایی دست به همکاری بزنند، واکنش‌هایی می‌دهند که به اندازه کافی محکم نیست و اصلاح جواب این اقدامات نیست. فی‌المثل کانادا و فرانسه با هم در زمینه توسعه نظارت در سیاست گذاری هوش مصنوعی همکاری می‌کنند یا ناتو دکترین بازدارندگی سایبری را دنبال می‌کند.

بحث و اختلاف نظر بر سر توانایی‌های اینترنت نسل سوم

رقابتی را در حوزه‌های کلیدی فناوری حفظ کنند. فراتر از همه اینکه تشکیل این گروه‌ها کمک می‌کند به همکاری برای رسیدن به یک پاسخ واحد به مسائلی که نظام جهانی را تهدید می‌کند.

اقتدارگرها در صف اول

واشنگتن در توسعه تصویری کامل از نقش خود در فناوری جهان مشکل دارد اما کشورهای اقتدارگرا این مشکل را ندارند. خاصه چین این طور تشخیص داده است که نقش‌های کنونی در نظم بین‌المللی جهان عمده‌تر در عصر ماقبل دیجیتال تعیین شده و حالا فرصتی است برای اینکه این نقش‌ها تغییر کند و دوباره تعیین شود. همین حالا هم پکن در حال پیش‌بردن این هدفش است با ایجاد سریع ظرفیت‌های فناوری‌های سطح بالا و به کار بردن این فناوری‌ها از راه بازارهای بزرگ جهانی، به خصوص در مناطقی که آمریکا حضور کم‌رنگی دارد یا در واقع اصلاً حضوری ندارد. برای نمونه، در زیمباوه شرکت هوش مصنوعی چینی «کلود واک» به توسعه سیستم ملی تشخیص چهره کمک می‌کند و یک ابزار قدرتمند جدید را برای کنترل سیاسی در اختیار دولت محلی می‌گذارد.

اما تلاش‌هایی که مثل چنین فناوری‌های نگاه رویه‌جلو دارند فقط یک‌جانبه نیستند. چین، روسیه و دیگر کشورهای اقتدارگرا همین حالا هم در حال همکاری با یکدیگرند تا به یک چشم‌انداز جهانی دست پیدا کنند که منافع خودشان را تضمین می‌کند. آن‌ها در حال تغییر استانداردهای استفاده از فناوری‌های نوین هستند تا این فناوری‌ها در چشم‌انداز جهانی در انحصار منافع آن‌ها قرار بگیرد.

به همین خاطر است که آن‌ها در گروه‌های اختصاصی مثل سازمان همکاری‌های شانگهای این فناوری‌ها را پیش می‌برند. اعضای سازمان همکاری‌های شانگهای توافق کرده‌اند که در زمینه‌های امنیت اطلاعات، رباتیک، تجارت الکترونیک و سایر حوزه‌ها با یکدیگر همکاری کنند.

آن‌ها همچنین در مجامع جهانی مثل اتحادیه بین‌المللی مخابرات که استانداردهای بین‌المللی را تعیین می‌کنند از پشت هم در می‌آیند و زمینه‌های نظارت اجتماعی غیرمسئولانه را تسهیل می‌کنند. برخلاف بسیاری از لیبرال دموکراسی‌ها، چند کشور اقتدارگرای محدود به خوبی دریافت‌های فناوری، از جمله قدرت نوآوری، هنجارسازی برای استفاده از این نوآوری‌ها و شکل دادن به موسساتی که تصمیم می‌گیرند چطور باید این نوآوری‌ها بهره‌برداری کرد، مسئله صرفاً کاربردی نیست که در زیر تلى از

یک مثال خوب: جی-۸

با اینکه دموکراسی‌های جهان در حال حاضر با مشکل همکاری با یکدیگر در زمینه دیجیتال مواجه‌اند، قابلیت کارکردن آن‌ها با هم همچنان وجود دارد و فرصت‌هایی هست که آن‌ها بتوانند کارهای خود را در کنار یکدیگر پیش ببرند و در مقابل کشورهای اقتدارگرای دیجیتال بایستند. در این زمینه، تاریخ راهنمای خوبی است.

در سال ۱۹۷۳، وزیر خزانه‌داری وقت آمریکا، جورج شولتز، وزرای امور مالی فرانسه، بریتانیا و آلمان غربی را در کتابخانه کاخ سفید برای انجام مذاکراتی غیررسمی دعوت کرد. این گروه که به «گروه کتابخانه» معروف شدند، به سرعت ژاپن را هم دعوت کردند و اولین گروه جی-۵ را تشکیل دادند که بعدتر به همراه کانادا و ایتالیا تبدیل شدند به گروه جی-۷. در دهه‌های بعد این گروه غیررسمی شامل کشورهای دموکراتیک جهان در طی ۱۶ سال با روسیه در قالب گروه جی-۸ همکاری کردند و به یک نیروی بین‌المللی قدرتمند تبدیل شدند. از جمله مسائلی که این گروه توانست به آن‌ها واکنش مناسبی نشان بدهد و نوعی همکاری بین‌المللی را در جامعه جهانی رقم زد، واکنش گروه جی-۸ به حملات یازدهم سپتامبر و بحران مالی جهانی سال ۲۰۰۸ بود.

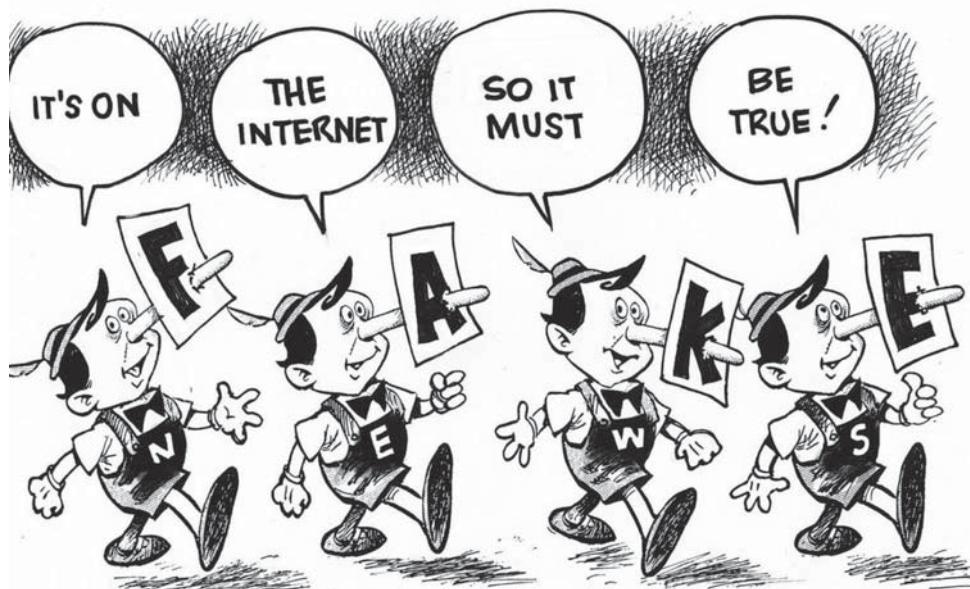
بنابراین کشورهای دموکراتیک جهان دوباره می‌توانند در زمینه فناوری‌های دیجیتال دوباره کنار هم جمع شوند و با همکاری یکدیگر برای مسائل مهم این حوزه تصمیم بگیرند.

منبع: اتفاق ایران از فارن افز

شرکت مخابراتی چینی «هواوی» شاید بهترین مثال باید برای واکنش نامطلوب کشورهای دموکراتیک. آمریکا به دنبال ابتکار عمل استرالیا یک قانون سفت‌وسخت در برابر این شرکت تصویب کرد و ممنوع کرد که هواوی در شبکه‌های اینترنتی ملی نسل پنجم ملی دخالت داشته باشد و هر نوع کار تجاری شرکت‌های آمریکایی با هواوی را نیز ممنوع کرد.

ایالات متحده با اصرار از دیگر متحدهان خود نیز خواست که همین کار را بکنند، حتی اگر زیرساخت‌های آن‌ها به هواوی وابسته بود و بدون این شرکت به مشکلات بزرگی برخورد می‌کردند. با این حال، هنوز واشنگتن در این موقعیت اصرار به دیگر شرکت‌ها قرار دارند و نسبتاً در انزوا قرار گرفته است.

بسیاری از دولت‌ها همچنان به مقاومت در برابر فشار آمریکا ادامه می‌دهند و تاکید می‌کنند که جایگزین کم‌هزینه و در دسترسی برای فناوری هواوی نیست که آن‌ها با خیال راحت بتوانند این شرکت را کنار بگذارند. حتی کانادا و کره جنوبی که متحدهان نزدیک آمریکا به شمار می‌روند هم به حرف واشنگتن گوش نداده‌اند و در حال ارزیابی تجهیزات هواوی برای زیرساخت‌های اینترنت نسل پنجم خود هستند.



©DAVEGRANLUND.COM
POLITICALCARTOONS.COM

پرداخت یاری چیست؟ و پرداخت یاری کیست؟

شكل دادند. گرفتن خدمات درگاه پرداخت از این درگاه‌های واسطه برای کسب‌وکارها بسیار آسان‌تر است و زمان کمتری می‌گیرد. درگاه‌هایی که برای بررسی وب‌سایت کسب‌وکارها داشتن ای‌نماد را پیش‌شرط نکرده‌اند، در بیشتر موارد تمامی مراحل ثبت‌نام و دریافت خدمات از آنها غیرحضوری انجام می‌شود و برای ارائه‌ی خدمات به مشتریانشان نیازی به بستن قرارداد و مذاکرات رسمی با آنها نمی‌بینند.

سندي پرداخت یاري

از همان زمان شکل‌گیری این درگاه‌های واسطه، بانک مرکزی به فکر تعیین مقرراتی برای تنظیم فضای کسب‌وکاری آنها بود. تصمیمی که بعد از مدت‌ها مذاکره با فعالان و کارشناسان گوناگون صنعت پرداخت در کشور منجر به تنظیم پیش‌نویسی به نام «سندي پرداخت یاري» شد.

سندي پرداخت یاري چهارچوبی است که بانک مرکزی و بازوی اجرایي او (شرکت شاپرک) برای عملکرد پرداخت یارها تعیين کرده‌اند. سندي که جزیيات گوناگون نحوه فعالیت اين درگاه‌های واسطه را تعیين می‌کند و تها در مورد درگاه پرداخت اينترنتي نوشته شده است و شامل ديگر ابزارهای پرداخت نمی‌شود. با تنظيم اين سندي (که بعدتر در پاييز امسال رسما ابلاغ شده و اجرایي شد) بانک مرکزی شروع به صدور مجوزی برای شركت‌های پرداخت یار کرد. مجوزی که تاکنون بيش از ۱۰۰ شركت پرداخت یار آن را دریافت کرده‌اند و بيش از ۳۰۰ شركت ديگر در صفت انتظار صدور آن قرار دارند.

در چهارچوب سندي پرداخت یاري، پرداخت یارها می‌توانند مزيت‌های مختلفی نسبت به شركت‌های پرداخت در اختیار کسب‌وکارهای مشتری شان قرار دهند. علاوه بر ثبت‌نام و راه‌اندازی آسان‌تر و سريع‌تر، پرداخت یارها محدود به درگاه از تنها يك شركت پرداخت نيسند، آنها می‌توانند خدمات شان را همزمان روی زيرساخت چندين شركت پرداخت تنظيم کنند.

به اين ترتيب مخصوصی به نام درگاه پرداخت هوشمند ايجاد می‌شود که در زمان پايانين بودن خدمات هر شركت پرداخت، معمولاً خودکار به زيرساخت شركت پرداخت ديگري نقل مکان كرده و دسترسی‌پذيری و خدمت‌رسانی پايدارتری در اختیار کسب‌وکارها قرار می‌دهد. همچنين پرداخت یارها با ساختارهای سبک‌تر و چابک‌تر شان می‌توانند خدماتی اختصاصی‌سازی شده برای هر مشتری تعریف کنند، و ابزارهایی مانند تسهیم (سهم‌بندی و تقسیم پول‌های دریافتی بین مخاطبان) را در اختیار کسب‌وکارها بگذارند.

منبع: پرداخت الکترونيک وندار

حدود ۹۵ سال از تاسيس نخستین بانک کشور در سال ۱۳۰۴ می‌گذرد. در بيشتر عمر ۹۵ ساله‌ی بانکداری ايراني، اين نهاد تنها مرکزی برای عمليات مالي بود. كم‌كم با پيچيده‌تر شدن ساختار اقتصادي و اجتماعي ايران، وظايف ديگري مثل کارگزاری بورس و بيمه‌ها هم به عهده‌ي بانک‌ها گذاشته شد.

از حدود ۲۰ سال پيش، پس از توسعه تدریجي فضای مجازی در کشور، كم‌كم فناوري‌های پرداخت خارج از بانک هم وارد ايران شدند. بانک‌ها برای مشتریانشان کارت‌های بانکی صادر کردند و صنعتی برای پرداخت با کارت (CP) و بدون حضور کارت (CNP) شکل گرفت.

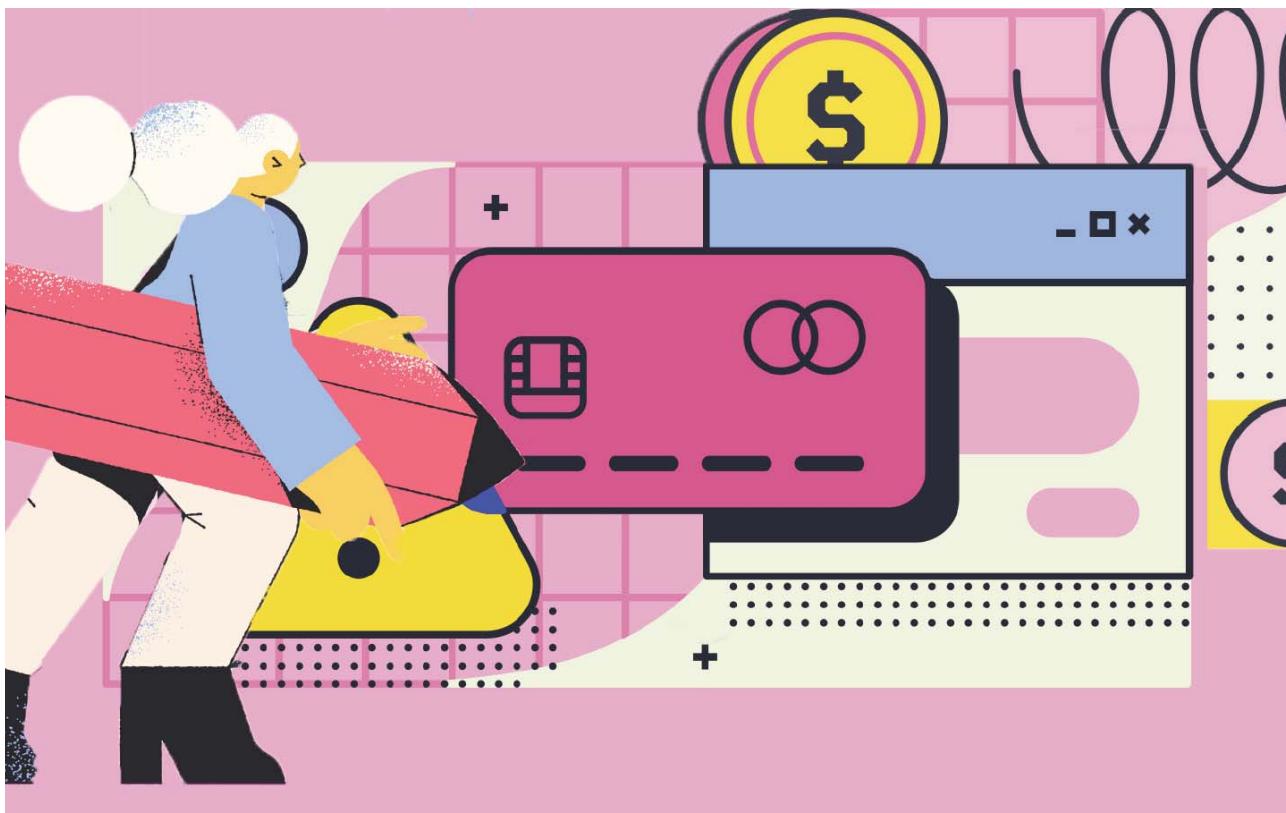
در اين زمان بانک مرکزی و نهادهای قانون‌گذاري در کشور تصميم گرفتند که عمليات پرداخت مستقيماً به بانک‌ها سپرده نشود و شركت‌هایي انجام اين خدمات برای بانک‌ها را به عهده بگيرند. اين تصميم به تاسيس شركت‌های پرداخت الکترونيک (PSP) انجاميد. ۱۲ شركتی که امروز هم همچنان تنها ارائه‌دهندگان اصلی خدمات پرداخت در کشورند. با آغاز به کار شركت‌های پرداخت، ابتدا دستگاه‌های کارت‌خوان جای خود را به تدریج در تک‌تک فروشگاه‌ها و مغازه‌های کشور باز کردند. سپس با گسترش فضای ديجيتال، نياز کسب‌وکارهای شکل گرفته در اين فضا به درگاه پرداخت اينترنتي باعث رونق اين ابزار شد.

وروه درگاه واسطه

با افزایش تقاضا برای درگاه پرداخت، مشكلات عرضه‌ي اين ابزار توسط شركت‌های پرداخت هم کم‌كم نمایان شد. شركت‌های پرداخت ضوابط سخت‌گيرانه‌ای برای عرضه‌ي درگاه به کسب‌وکارها دارند. در بسياري از موارد لازم است کسب‌وکارها قرارداد همکاري رسمي‌اي با شركت پرداخت (PSP) امضا کنند، شركت‌های پرداخت انتظار دارند و وب‌سایت ميزبان درگاه اى‌نماد داشته باشد و بسته به مورد کسب‌وکارها باید فرم يا فرم‌های مختلفی را به صورت حضوري در بانک‌ها پر می‌كردند.

اين ضوابط زمان دریافت درگاه پرداخت را برای بسيار از کسب‌وکارها طولانی کردن و با ذات آنلайн و چابک آنها هم خوانی نداشتند. اين مشكلات دسترسی تعداد قابل توجهی از کسب‌وکارهای خرد و متوجه به درگاه پرداخت اينترنتي ارائه شده توسيط شركت‌های پرداخت را محدود کرد، اما تقاضا برای درگاه همچنان وجود داشت.

تقاضايه که با شرایط جديداً از ۱۰ سال پيش منجر به شکل‌گيري شركت‌های واسطي شد که با قرارگرفتن بين اين کسب‌وکارهای خرد و متوجه شركت‌های پرداخت، پلي بين اين دو شركت برقرار کردند. شركت‌هایي که کم‌کم فضای فين‌تك را در کشور



مدل‌های تجاری بانکداری دیجیتال در دوران پساکرونا

جهان شاهد یک بحران بزرگ اقتصادی و هم‌زمان است. پیش‌بینی‌های سال ۲۰۲۰ کاهاش ۶ درصدی تولید ناخالص داخلی جهانی را نشان می‌دهد و گزارش‌ها حاکی از آن است که نرخ رشد اقتصادی تعداد بی‌سابقه‌ای از کشورها رو به منفی شدن است.

اما در میان‌مدت، بسیاری از سیستم‌های بانکی باید به‌منظور مقابله با این بحران مورد بازسازی عمیق قرار گیرند.

نرخ بهره‌پایین، مقررات و مدل‌های تجاری بانکی

ما بیش از یک دهه است که داریم در دنیایی با نرخ بهره‌پایین و همچنین نرخ رشد تولید ناخالص داخلی ملایم زندگی می‌کنیم. این نرخ‌های پایین از طریق کاهش حاشیه سود خالص و ضعف انگیزه‌های نظارتی و استانداردهای وام‌دهی تاثیر منفی زیادی بر سودآوری بانک‌ها گذاشته است.

بولتون و همکاران، در اولین گزارش خود اعلام کردند: نیازهای احتیاطی، تحقیقات نظارتی و هزینه‌های انطباق در پی بحران مالی ۲۰۰۹-۲۰۰۷ و همچنین در طی این بحران همه‌گیر اخیر افزایش پیدا کرده‌اند. این اقدامات و افزایش‌ها به ایجاد یک بخش بانکی مقاوم‌تر کمک زیادی کرده است که در شرایط فعلی بسیار سودمند است اما در عین حال وضع قوانین جدید و دقیق‌تر،

اقتصادهای پیشرفته جهانی با افت بسیار شدیدتری در تولید ناخالص داخلی روبرو هستند و شاید بتوان گفت این میزان افت از زمان رکود بزرگ تاکنون دیگر مشاهده نشده است. بدون شک بانک‌ها نیز به دنبال این بحران به وجود آمده تحت‌вшار قرار خواهند گرفت زیرا ورشکستگی گسترده‌ای در میان صاحبان مشاغل و خانوارها ایجاد می‌شود. بعلاوه، بانک‌ها به دلیل سرمایه و نقدینگی بالایی که دارند بیشتر از آنچه پیش‌بینی می‌شود تحت‌вшار ناشی از این بحران قرار خواهند گرفت.

این بحران از چند جهت منجر به افزایش فشار رقابتی بر بانک‌ها شده است و به‌ویژه در برخی مناطق، سودآوری آنها را نیز کاهش داده است. گزارشات متعددی در مورد آینده بانکداری عنوان کرده‌اند که اگر راهکارهای مناسب به‌ویژه دیجیتالی شدن تسریع نگردد این بحران ناشی از بیماری همه‌گیر طولانی تر خواهد شد. اعمال یکسری سیاست‌های تحریکی به‌منظور افزایش میزان وام‌دهی تنها در کوتاه‌مدت می‌تواند ثبات را به بخش بانکی برگرداند

بازار سرمایه، تمدید اعتبار و جمع آوری سپرده تاثیر زیادی گذاشته است. بانک‌ها از چند دهه گذشته تاکنون اشکال دیجیتالی پول و پرداخت‌های را از طریق نظارت بر سپرده‌ها، دسترسی انحصاری به سیستم تسویه‌حساب بانک مرکزی و مشارکت نزدیک با شرکت‌های کارت اعتباری کنترل کرده‌اند.

دارایی‌های متنوعی که در ترازنامه بانک‌ها قرار ندارند مانند: رمزارزها، کیف پول‌های الکترونیکی، پول‌های ثابت یا موجودی‌های ارائه‌دهندگان خدمات مخابراتی چالش‌های زیادی را برای بانک‌ها به وجود آورده‌اند. مزیت رقابتی شرکت‌های تازه‌وارد نسبت به بانک‌ها نه به دلیل خود دارایی‌ها بلکه به‌خاطر استفاده از فناوری‌های پیشرفته مرتبط با دارایی‌ها است. فناوری‌های پیشرفته شرکت‌های غیربانکی نه تنها به بخش مربوط به پرداخت‌ها بلکه به بخش‌های مختلف دیگر خدمات مالی

نیز وارد پیدا کرده‌اند. فین‌تک‌های فناوری‌هایی که در بخش مالی مورد استفاده قرار می‌گیرند) و بیگ‌تک‌های (شرکت‌هایی که دارای بزرگترین فناوری در سطح جهانی هستند مانند آمازون، گوگل، اپل و فیس‌بوک) از مهم‌ترین ارائه‌دهندگان خدمات مالی هستند. بانک‌ها باید به منظور موفقتی در عرصه دیجیتال به پیاده‌سازی فناوری‌های مالی روی آورند.

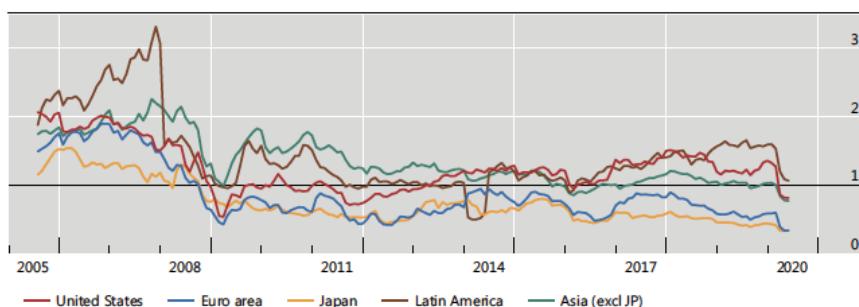
تامین کنندگان اعتبارات فین‌تک زمانی تغییر به افزایش سرمایه‌گذاری در بانک‌ها می‌شوند که توسعه عمومی یک کشور بالا بوده و سیستم بانکی آن از رقابت کمتری برخوردار باشد. ورود شرکت‌های غیربانکی هنوز در یکسری فعالیت‌های اشتراکی مانند سپرده‌گذاری امکان‌پذیر نیست که ممکن است این امر به دلیل نگرانی در مورد بارهای نظارتی باشد. سیستم‌عامل‌های بیگ‌تک از طریق فناوری پیشرفته و بهویژه دسترسی بیشتر به داده‌های بزرگ می‌توانند زمینه‌های عمده‌ای را برای ورود به این بخش نیز ایجاد کنند اما تاکنون چنین کاری نکرده‌اند.

ورود بازیکنان جدید از طریق فشارهایی که بر روی کاهش کارمزدها و قیمت‌ها ایجاد می‌کند سودآوری بانک‌ها را بسیار تحت تاثیر قرار می‌دهد و بسیاری معتقدند که بانک‌ها علی‌رغم تلاش‌های زیاد جهت جای نماندن از عرصه رقابت، هنوز در پیاده‌سازی و استفاده موثر از قنواتی‌های مالی خلیع عقب هستند و در نتیجه میزان سودآوری آنها مورد تهدید قرار خواهد گرفت.

پیشرفت و توسعه فناوری و همچنین ورود شرکت‌ها و بازیکنان

قدرت رقابتی بانک‌ها را نسبت به بانک‌های سایه (مجموعه‌ای از واسطه‌های مالی غیربانکی نظیر صندوق‌های سرمایه‌گذاری، بازارهای سهام و رسانه‌های سرمایه‌گذاری سازمان‌یافته) کاهش داده و سبب انتقال برخی از فعالیت‌های تجاری از بخش بانکی به بانک‌های سایه شده است.

علاوه بر این ایجاد مقررات دقیق‌تر سودآوری بانک‌ها را نیز تحت فشار قرار داده است. نمودار زیر میزان سودآوری بانک‌ها در ۵ ناحیه شامل ایالات متحده، اروپا، ژاپن، آمریکای لاتین و آسیا



به جز ژاپن در طی سالهای ۲۰۰۵-۲۰۲۰ نشان می‌دهد. همان گونه که در نمودار نشان‌داده شده است میزان سودآوری بانک‌های کلیه کشورها بین سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۰۷ کاهش شدیدی پیدا کرد و بانک‌ها دچار نوعی بحران مالی شدند. در میان این ۵ ناحیه اروپا و ژاپن کمترین میزان سودآوری را در طی این سال‌ها داشته‌اند.

بحران همه‌گیر کووید ۱۹ به این معنی است که به احتمال قوی نرخ بهره برای مدت طولانی تری پایین خواهد ماند. بانک‌ها اگرچه در کوتاه‌مدت می‌توانند از کanal پشتیبانی بانک مرکزی برای افزایش نقدینگی بهره‌مند شوند اما بحران عمیق اقتصادی باعث خواهد شد و ام‌های ناکارآمد که برای بانک‌ها جریان نقای و سودآوری به همراه ندارند افزایش پیدا کرده و در نتیجه میزان بدھی بانک‌ها بسیار زیاد شود.

پول دیجیتال، فین‌تک، بیگ‌تک

جهان قبل از شیوع بیماری همه‌گیر کووید ۱۹ نیز شاهد پیشرفت و استفاده گسترده‌ای از فناوری‌های دیجیتال بود. در حالی که استفاده بسیاری از این محصولات و خدمات جدید دیجیتال مجاز شناخته شده و سبب بهبود کارایی بانک‌های فعلی می‌شوند اما از طرفی دیگر زمینه را برای ورود شرکت‌های جدید فراهم آورده و سبب افزایش رقابت با مدل‌های تجاری بانک‌های سنتی می‌شوند.

تأثیر فناوری بر مدل‌های تجاری بانک‌ها بسیار چشمگیر بوده است. پیشرفت‌های دیجیتالی بر سیستم‌های پرداخت، فعالیت‌های

بیگ تکها بسیاری از ترکیبات لازم برای پیشرفت در دنیا پساکرونا را دارند. آنها به نوعی بومی‌های دیجیتال هستند. آنها دارای فناوری‌های به روز، مشتریان زیاد، مارک‌های تجاری و همچنین ذخایر زیادی داده هستند. سیستم با نکی نیز به منظور پیشرفت و توسعه در دوران پساکرونا بهتر از ساختار الیگوپولیستی (انحصار چندتایی) به سیستمی با چند سیستم عامل غالب که دسترسی به یک پایگاه مشتری را کنترل می‌کنند، متغیر شوند. همچنین چند بیگ تک همراه با برخی از کارمندان مستقر در سیستم عامل که روابط کاربردی با مشتریان را در انحصار خود دارند می‌توانند کل سیستم با نکی را اداره کنند. اطمینان از مالکیت داده‌های مشتریان، قابلیت جابه‌جاگی برای افراد و قابلیت همکاری داده‌ها بین سیستم عامل‌ها در این ساختار رمز پایین نگهداشتن هزینه‌ها و برخورداری از رقابت کافی در بازار خواهد بود.

پیشرفت‌های دیجیتالی تنظیم کنندگان را با چالشی جدی روبرو کرده است. آنها باید بین پیاده‌سازی فناوری‌های مدرن که موجب تسهیل در رقابت می‌شوند و حافظت از ثبات مالی تعادل برقرار کنند. نهادهای نظارتی برای این منظور باید مقررات احتیاطی و سیاست‌های رقابتی را به گونه‌ایی با یکدیگر هماهنگ کنند تا از یک طرف انطباق مانع برای ورود نباشد و از طرفی دیگر ورود به بازار هم بثبات نشود.

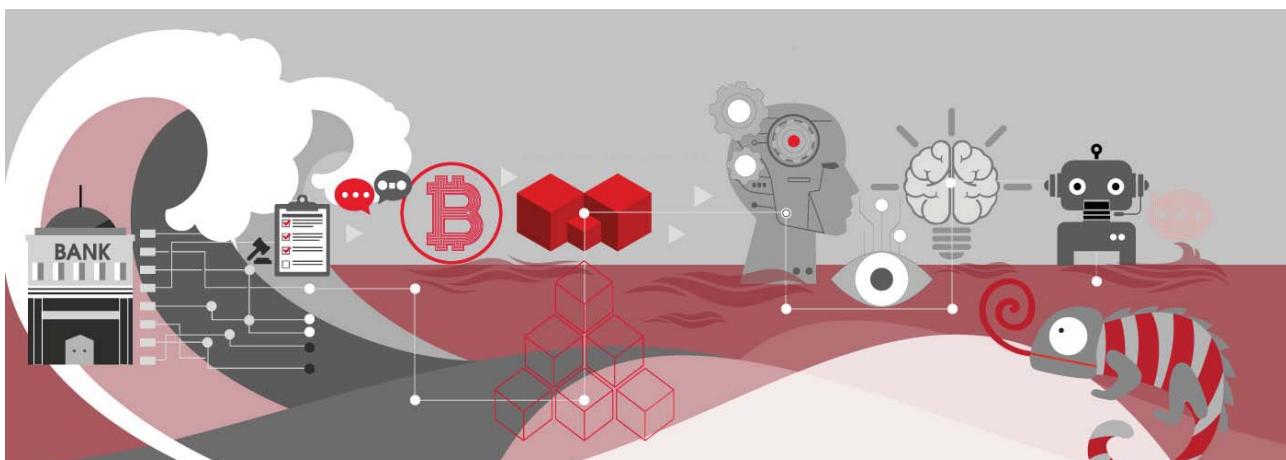
بحran فعلی بیماری همه‌گیر در واقع به نوعی انعطاف‌پذیری سیستم مالی و اصلاحات نظارتی پس از بحران مالی جهانی ۲۰۰۹-۲۰۰۷ را آزمایش می‌کند. این بحران محدودیت‌های مداخله بانک مرکزی را افزایش داده و اتحادیه بانکی ناقص را در منطقه یورو آزمایش می‌کند.

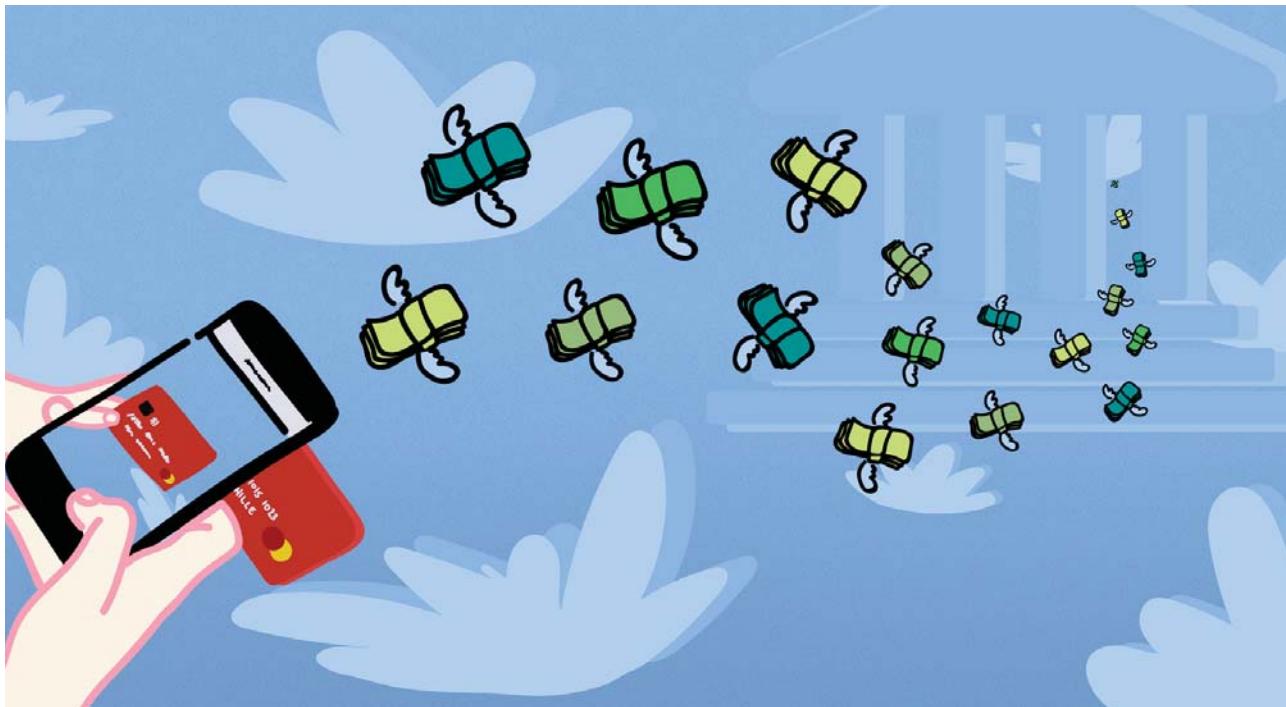
منبع: بانکداری الکترونیک

جدید نیازمند افزایش نظارتی بیشتر و جدی‌تری است. فناوری‌های جدید مورد استفاده تازه‌واردان می‌توانند خطرات جدیدی را ایجاد کنند. بر اساس شواهد جمع‌آوری شده، خطر ایجاد تبعیض در میزان استفاده از فناوری‌ها و داده‌های بزرگ از مهم‌ترین این خطرات است. این خطرات می‌توانند هم به مصرف‌کننده و هم به سرمایه‌گذار آسیب وارد کنند. از آنجایی که امروزه نهادهای بیشتری اشکال جدید خدمات مالی را ارائه می‌دهند، اطمینان از وجود نظارت‌های کافی امری بسیار مهم و حیاتی است. با توجه به اینکه کلیه سازمان‌ها و بازارهای مختلف خدمات مالی در حال تغییر هستند، حال این سوال به وجود می‌آید که محیط نظارتی را چگونه و در کجا باید ترسیم کرد؟ در واقع این تغییرات ایجاد شده ناشی از ظهور فناوری‌های جدید، ارزیابی مجدد سیاست‌ها و داده‌ها را می‌طلبد.

جهان پساکرونا

بانک‌ها ممکن است بتوانند در کوتاه‌مدت از طریق ادامه دادن پروسه وامدهی به مشتریان در طی یک بحران خود را احیا کنند بهویژه اینکه آنها از سیستم‌های ایمن محافظت از شبکه و همچنین دسترسی به منابع مالی سپرده برخوردارند. بیماری همه‌گیر کووید ۱۹ دیجیتال‌سازی و تغییر فعالیت بانک‌ها را در میان مدت سرعت بخشیده است. در این میان بانک‌های کوچک و متوسط بیشترین ضرر را متحمل خواهند شد زیرا افزایش بهروری و سرمایه‌گذاری‌های بزرگ در زمینه فناوری اطلاعات که در شرایط نرخ بهره پایین بسیار مهم است، برای این بانک‌ها دور از دسترس است. در نتیجه، بخش بانکی به یک تجدید ساختار عمیق نیاز دارد. ادغام بانک‌ها می‌تواند در این شرایط یک راه حل مناسب باشد ولی سوال اینجاست که آیا موانع سیاسی اجازه این ادغام را می‌دهند یا خیر؟ زیرا دولت‌ها معمولاً از قهرمانان بانکی ملی خود محافظت می‌کنند و اجازه این ادغام را نخواهند داد.





بانک‌ها محکوم به تغییر هستند

■ فرزاد تمیمی فرد؛ میهن بلاکچین

استفاده از یک راهکار نوآورانه واقعی مشکلی جدی برای موسسات مالی سنتی به حساب می‌آید اما فین‌تك و استارت‌آپ‌های رمزارز راه حل این موضوع را در اختیار دارند.

راهکار نوآورانه واقعی در بانک‌ها

بانک‌های بزرگ در محیط کاری خود از نوآوری استفاده نمی‌کنند. کمپانی‌های بزرگ تکنولوژی حتی راهکار نوآورانه واقعی را در برنامه کاری خود قرار نمی‌دهند. آنها ایده‌ها، نوآوری‌ها و تیم‌های جدیدی که راهکار نوآورانه واقعی را به انجام می‌رسانند استخدام می‌کنند.

هنگامی که چنین مجموعه‌هایی وجود نیاز به یک تکنولوژی جدید و توسعه‌نیافرته را به عنوان بخشی از پرتفولیوی داخلی تکنولوژی خود احساس می‌کنند، گاهی اوقات در مورد آن با مطبوعات و زورنالیست‌ها صحبت می‌کنند و این موسسات خبری این مصاحبه‌ها را پوشش می‌دهند.

این امر موجب کسب علاقه افراد حاضر در بازار هدف می‌شود و استارت‌آپ‌ها بر روی مشکل موجود کار می‌کنند. آنها فرصت موجود را می‌بینند و منابع مالی خود را با جذب سرمایه افزایش می‌دهند تا بتوانند در راستای این فرصت گام بردارند و آن را به مرحله اجرایی برسانند و کمپانی‌های بزرگ تکنولوژی تنها این فرایند را تماشا می‌کنند. فقط در مدت‌زمان یک یا دو سال این

در هر زمانی که بانک‌ها تصمیم گرفتند تا به بهبود تجربه تکنولوژی خود بپردازنند هیچگاه فراتر از تغییرات سطحی امور خود بیش نرفتند. آنها تنها رنگ یک دکمه را در پلتفرم مجازی خود به جای سبز به آبی تغییر می‌دهند و گوشه دکمه‌های موردادستفاده را از حالت تیز و مستطیلی به گرد تغییر می‌دهند. آنها به جای back end و ساختار فنی کار تنها به نقطه نظرهای رابط کاربری توجه می‌کنند. اگر یک بانک بخواهد واقعا در زمینه تکنولوژی مورد ارائه خود از یک راهکار نوآورانه واقعی استفاده کند باید عمیقاً به امور فنی و back end برنامه خود توجه کند و زیرساخت و راثتی فنی آن که دهه‌هast دست‌نخورده باقی‌مانده است را تغییر دهد. امروزه تعداد کمی از افراد شیوه کارکردن با زبان‌های برنامه‌نویسی قدیمی که در سالیان گذشته موردادستفاده قرار می‌گرفتند مثل COBOL را می‌دانند؛ بنابراین مجموعه‌هایی که از برنامه‌های مبتنی بر این زبان‌ها استفاده می‌کنند به‌اجبار به ارتقاها و بهروزرسانی‌هایی تکیه می‌کنند که نرم‌افزار موردنظر را به ترکیب ناموزونی مثل یک فرانکنشتاین تبدیل می‌کنند.

نوآوری‌های فین‌تک (Fintech)

بانک‌ها باید بر روی پیاده‌سازی نوآوری‌های حوزه فین‌تک تمرکز داشته باشند بهویژه بر روی مواردی که بر روی اطمینان حاصل کردن از حفظ حریم خصوصی مشتریان و ارائه خدمات خرید ایمن متمرکز هستند. هنگامی که یک بانک تلاش می‌کند تا محصولی را به دست بیاورد بهتر است تیم و زیرساخت شرکتی موردنظر را نیز مورد پوشش قرار دهد.

این فرایندی است که از طریق آن یک بانک می‌تواند به آرامی هسته مرکزی روند عملکردی خود را تغییر دهد. مثال‌های این زمینه امروزه نیز وجود دارند. در یکی از مدل‌های این نمونه، بانک روند خرید ایمن را در شرایطی که در حال کارکردن با داده‌های شخصی افراد و معاملات است فراهم می‌کند و این در حالی است که یک فین‌تک، مشتری‌ها را تحت پوشش قرار داده و خدمات مشتریان را ارائه می‌کند.

طرح اصلاح شده دستور اجرایی خدمات پرداخت ۲ که معمولاً تحت عنوان PSD2 شناخته می‌شود، در حقیقت یکی از مقررات اروپایی برای خدمات پرداخت الکترونیک است و با هدف تامین هرچه بیشتر امنیت پرداخت‌ها و قدرت‌بخشیدن به راهکار نوآورانه واقعی در اروپا ایجاد شده است.

PSD2 تمامی مشاغل مالی را به دودسته تقسیم‌بندی می‌کند: اولین بخش زیرساخت و امنیت بوده و بخش دوم front end یا همان رویه برنامه موربدیث و خدمات حمایت از مشتری نوآورانه است. در حال حاضر می‌توان گفت که این شیوه‌ای بهتر نسبت به سایر راه حل‌ها است اما به حتم پیش‌رفت‌ها و بهبود یافتن‌های این بخش نیز در آینده مورد تقاضا خواهد بود.

خدمات پرداختی کوچکی مثل Revolut، Monzo، N26 و سایرین به سرعت در حال رشد کدن هستند. این استارت‌آپ‌ها مبتنی بر ساختار مالی سنتی هستند و این به معنای متکی بودن به مجوزهای بانکی و مجوزهای صادر شده توسط ارائه‌دهندگان خدمات پرداخت و شرکای آنها است. این در حالی است که این استارت‌آپ‌ها از نوآوری‌های دنیای فین‌تک استفاده می‌کنند.

این بانک‌های دیجیتال مزایای رقابتی خود را توسعه داده و در مدت‌زمان بسیار کمی مشتری‌های مدنظر خود را به صورت موقت جذب می‌کنند. این مدل در حال حاضر به درستی کار می‌کند. بانک‌ها در این مدل به مجوزهای بانکی و پول تکیه می‌کنند و امنیت را تا حدی ارائه می‌کنند و این در حالی است که سهم جذب مشتری و خدمات حمایت از مشتری را نیز به کمک استارت‌آپ‌های مورد پوشش خود به صورت دورکار پوشش

کمپانی‌ها بهترین شرکت موجود با راهکار نوآورانه واقعی را در فضای موردنظر تحت پوشش خود قرار داده و آنها را به بخشی از جامعه کاری خود تبدیل می‌کنند.

مدل سنتی برای استراتژی توسعه Big Tech دست‌یافتن به استارت‌آپ‌هایی است که تا آن لحظه عملکرد موفقیت آمیزی داشته‌اند و دلیل این امر، عدم وجود ریسک بالا و خطرات احتمالی در صورت پوشش دادن این گروه‌های استارت‌آپی است. ممکن است این شرکت‌های گسترده که تکنولوژی‌های عظیم را در اختیار دارند برای انجام این کار پول بیشتری خرج کنند اما در عوض در روند برنامه‌ریزی‌های خود ریسک محتمل شکست را نیز از بین می‌برند.

در حقیقت این گروه استارت‌آپی و سرمایه‌گذاران آن هستند که خطرات احتمالی را متحمل می‌شوند. به عنوان مثال می‌توان به فیس بوک اشاره کرد که دقیقاً به همین دلیل در سال ۲۰۱۲ اینستاگرام، و در سال ۲۰۱۴ واتس‌اپ را خریداری کرد. این تعاملات مالی و خریداری‌ها منجر به نگرانی‌هایی در زمینه انحصارداده فیس بوک شد.

شرکت‌های حوزه امور مالی نیز معمولاً این شیوه را پیش می‌گیرند. دلیل اصلی استفاده کردن اعضای بزرگ فعال در این فضا از برنامه‌های شتابی نیز دقیقاً همین موضوع است. آنها استارت‌آپ‌هایی را پیدا می‌کنند که با توجه به راهکارهای نوآورانه واقعی، ایده‌هایی را در اختیار دارند که شاید در آینده مایل به همکاری کردن با سایرین برای به انجام رساندن آن هستند و در همین راستا منابع خاصی را نیز در اختیار مشارکت‌کنندگان قرار می‌دهند. موسسات بزرگ مالی نیز پس از توسعه یافتن این ایده‌ها آنها را خریداری می‌کنند تا آنها را به مرحله عملی شدن برسانند.

اگر یک بانک بزرگ تصمیم بگیرد تا تکنولوژی جدیدی را در سیستم داخلی خود پیاده‌سازی کند ممکن است با شکست مواجه شود. ساختار کلی ایده‌ای که به صورت مشترک توسعه پیدا می‌کند معمولاً بسیار سخت و تغییرناپذیر است و نمی‌تواند با نوآوری‌های جدیدی که در چهارچوب تکنولوژی و پروتکل‌های موجود بانک وجود دارند سازگاری پیدا کند. بدون وجود سرعت بالا و انعطاف‌پذیری این ایده نوین نمی‌تواند خطر توسعه و ادغام شدن با تکنولوژی‌های جدید را پذیرا باشد. در حقیقت ساختار ایده ترکیبی به خوبی و نوآورانه پیاده‌سازی نمی‌شود. از نقطه نظر تجاری می‌توان گفت که این ایده می‌تواند سازگار باشد یعنی به شکل تعاوی‌هایی که اکثر نوآوری‌هایی که احتیاج دارند را از طریق ادغام کنندگان و از طریق اکتسابی به دست می‌آورند.

می‌دهند. همین مدل می‌تواند فاصله بین بانک‌ها و استارت‌آپ‌های کنید. شما حتی می‌توانید تعداد فرزندان یک شخص، جنسیت او و حوزه رمزارز را نیز پر کنند.

بانک‌های اروپایی این داده‌ها را در چهارچوب مقررات عمومی حفاظت از داده‌ها یا همان GDPR به فروش می‌رسانند. این داده‌ها در واقع یک مرکز سوددهی بزرگ برای بانک‌ها به حساب می‌آیند. ارزش این داده‌ها و میزان سوددهی آنها می‌تواند تا حد زیادی فراتر از میزان ارزشی که بانک‌ها از کمیسیون معاملات، شرایط مختلف اعتباری و مراکز قدیمی سوددهی خود کسب می‌کردن پیش برود. تاریخچه یا همان سابقه مالی مشتری‌های بانک‌ها ارزش قابل توجهی را برای آنها به همراه دارد و بانک‌ها این موضوع را به خوبی می‌دانند. این امر دلیل اصلی تمرکز آنها بر روی داده‌های کلان و هوش مصنوعی است. این تنها بانک‌ها نیستند که داده‌های حساسی از مشتری‌های خود را در اختیار دارند. برای مثال می‌توان به شرکت‌های مخابراتی تلفن همراه اشاره کرد که در هر لحظه می‌توانند اطلاعات محل حضور داشتن مشتری خود را داشته باشند. با وجود اینکه GDPR گامی صحیح در راستای مسیر درست اما لازم است تا به دلایل مطرح شده کمی سخت‌گیرانه‌تر عمل کند. شاید بهتر است تا شرکت‌هایی که با داده‌های خصوصی سروکار دارند ملزم به دریافت بیمه شوند.

زمان این رسیده است تا بانک‌های کلان فراتر از استفاده از ابزار و مبلمان نو گام بگذارند و از راهکار نوآورانه واقعی استفاده کنند. صرف‌نظر از اینکه صندلی جدید شعبه تا چه حد راحت و مناسب است باید بدانیم که کل دنیا متقاضی سیستم بانکداری بهتری هستند. علاوه بر این لازم به ذکر است تا بدانیم در صورت همکاری بانک‌ها با استارت‌آپ‌های رمزارز، بانک‌های کلان می‌توانند کارایی بالاتر و حفظ حریم خصوصی بیشتری را ارائه کنند.

کنید. شما حتی می‌توانید تعداد فرزندان یک شخص، جنسیت او و غیره را نیز به راحتی بفهمید.

حریم خصوصی کاربران

وقتی صحبت از راهکار نوآورانه واقعی مدرن به میان می‌آید بانک‌ها باید بر روی چه چیزی برای همکاری کردن متمرکز شوند؟ پاسخ این است که بر اساس بنیان فعلی تکنولوژی که توسط بانک‌ها بنا شده است، حریم خصوصی کاربران چندان وجود ندارد. هنگامی که ما از خدمات یک بانک استفاده می‌کنیم کارمند آن ارگان با اطلاعات و تاریخچه معاملات ما کار می‌کند و به اطلاعات بسیار بیشتری نسبت به چیزی که ما در پروفایل شبکه‌های اجتماعی خود با دیگران به اشتراک می‌گذاریم دسترسی دارد. چه کسی از چنین شرایطی که یک نفر به این داده‌های حساس دسترسی دارد خوشش می‌آید؟ احتمالاً هیچ‌کس. صرف‌نظر از این موضوع، امروزه بانک‌ها این اطلاعات و داده‌ها را به فروش می‌رسانند. در برخی حوزه‌های قضایی خاص، آنها می‌توانند اطلاعات معاملات اشخاص را بفروشند.

هنگامی که شما تاریخچه معاملات یک کاربر را در اختیار داشته باشید در حقیقت شما همه چیز را در مورد آن شخص می‌دانید بهویژه در این دنیای دیجیتال که به نظر می‌رسد پول نقد در حال کنار گذاشته شدن است. به عنوان مثال می‌توانیم به بیمه ماشین اشاره کنیم. اگر یکی از موجودیت‌ها بداند که بیمه یک نفر در چه زمانی منقضی می‌شود می‌تواند به راحتی با انتشار تبلیغات، بیمه ماشین آن فرد را بفروشد. هنگامی که یک مشتری برای مثال در قبال آزمایش COVID 19 پولی را پرداخت می‌کند می‌توانید با استفاده از اطلاعات آن فرد به راحتی تبلیغات درمانی مختلف را برای او ارسال





ارز دیجیتال چگونه می‌تواند سیستم‌های بانکی را متعدد کند؟

دنیابی را تصور کنید که می‌توانید ظرف چند ثانیه، پول را به دوستان یا خانواده خود در هر نقطه از جهان منتقل کنید. با سیستم فعلی برای انتقال پول از یک کشور به کشور دیگر، تا ۱۰ روز، زمان لازم است و از طریق تعامل سیستم بانکی با واسطه یک بانک صورت می‌گیرد.

یک فیروزی متعدد

تحقیقات اساسی در زمینه ارز دیجیتال، دو بخش قابلیت همکاری و تعامل و نیز اثبات دانش صفر در مزهای مدل‌سازی بلاک‌چین را شامل می‌شود. اثبات دانش صفر یعنی اثبات یک واقعیت بدون انتقال اطلاعات غیرضروری است. تحقیقات پیرامون اثبات دانش صفر به طور چشمگیری تسريع شده است. این مفهوم در مورد حفظ حریم خصوصی تازگی ندارد، اما به دنبال بررسی طیف وسیعی از موضوعات مربوط به سیاست حریم خصوصی و محرومانه بودن ارز دیجیتال ملی یا بانک مرکزی (CBDC) است.

بلاک‌چین اساساً یک سیستم ثبت سوابق است و به قابلیت پایایی و روایی آن می‌توان اعتماد کرد. یک مجموعه از رایانه‌ها می‌توانند به عنوان یک واسطه قابل اعتماد عمل کنند چراکه مبنی بر ریاضیات و حقایق اثبات شده است.

وقتی از قابلیت همکاری و تعامل صحبت می‌کنیم، در مورد توانایی سیستم‌های مختلف بلاک‌چین، فناوری دفتر کل توزیع شده و سایر فناوری‌ها سخن می‌گوییم تا یکپارچه و کارآمد عمل کنیم.

همه این اقدامات، به زمان نیاز دارد و بانک‌ها را ملزم به حفظ ذخایر می‌کند که نتیجه آن، نقدینگی بحرانی و افزایش هزینه ورود بانک‌ها به این بازار است اما اکنون شاهد فناوری‌های نوین هستیم که فرصت‌های جدیدی را برای دستیابی به نقل و انتقالات فوری، با مزایای قابل توجه اقتصادی ارائه می‌دهند.

یک مطالعه در سال ۲۰۱۷ از شرکت خدمات مالی گلدمن ساکس (Goldman Sachs) نشان داد که اگر پول از طریق نقل و انتقالات همراه با فاکتور یا قرارداد هوشمند به سرعت منتقل شود، تولید ناخالص داخلی در کشورهای بسیار توسعه یافته به میزان ۶ تا ۲ درصد و در کشورهای در حال توسعه به میزان ۶ تا ۷ درصد افزایش می‌یابد. این تعامل متقابل و قابلیت همکاری می‌تواند پول را در سراسر جهان، به سرعت و یکپارچه از طریق فناوری انتقال دهد و نقش واسطه قابل اعتماد را ایفا کند. از این‌رو سخن گفتن درباره ارز دیجیتال و بررسی اینکه ارزهای دیجیتال چگونه می‌توانند مبنای جهانی برای تبادل یکپارچه پول در سراسر جهان فراهم کنند، حائز اهمیت است.

دستیابی به قابلیت تعامل به معنای انتقال سریع پول در سراسر جهان شود. ما تقاضای فزاینده‌ای برای استانداردهای مربوط به ارز دیجیتال و سایر دارایی‌های دیجیتال مشاهده می‌کنیم. این استانداردها به نیروی متحده ارایه شده توسط ICT قدرت بیشتری می‌بخشد.

این استانداردها همچنان تکامل می‌یابند و این تحول توسط جوامع مختلف که توسط ابتکار جهانی جدید ارزهای دیجیتال حمایت می‌شود، از پشتیبانی برخوردار است. بخشی از پشتیبانی ارائه شده توسط استنفورد، اعتبارسنجی بر CBDC‌ها و سایر مدل‌های ارز دیجیتال است. بهترین روش‌های شناسایی شده این مدل‌ها با ITU برای بهبود استانداردها به اشتراک گذاشته می‌شود.

ما شاهد واکنشی دلگرم‌کننده برای شروع ابتکار عمل در جوامع فناورانه هستیم. این امر، همچنین بسیاری از بانک‌های مرکزی را به حمایت از ابتکار عمل تشویق کرده است. مشارکت دانشگاه استنفورد با اتحادیه جهانی ارتباطات از راه دور، یک بستر باز برای انسجام در تحقیقات ارزهای دیجیتال فراهم می‌کند.

همگرایی فناوری اطلاعات و ارتباطات و خدمات مالی، پتانسیل بزرگی را نشان می‌دهد تا بتواند یک ساختار جهانی بسیار کارآمد و یکپارچه را برای خدمات مالی فراهم کند اما برای موفقیت در فناوری اطلاعات و ارتباطات به عنوان نیروی متحده کننده عناصر این ساختار جهانی، نیازمند متحده ساختن جوامع درگیر در این تکامل هستیم. ما فقط با کمک همکاری‌های بین‌المللی تحریک‌شده توسط ITU به این هدف دست خواهیم یافت.

منبع: <https://news.itu.int/how-digital-currency-could-unify-banking-systems>
ترجمه عصر اقتصاد

ارز دیجیتال و به طور خاص‌تر، قابلیت تعامل سیستم‌های پشتیبانی، این پتانسیل را دارد که یک نیروی متحده و واحد برای زندگی مالی مردم در سراسر جهان تشکیل دهد. ابعاد مختلفی در استفاده ارز دیجیتال وجود دارد که نوآوری در این زمینه، پیامدهای قابل توجهی برای ثبات اقتصاد کلان، اکوسیستم‌های پرداخت و زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) ایجاد می‌کند.

پیشرفت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در هسته مرکزی این موضوع قرار دارد. تدوین مقررات بانکی همواره به خاطر عدم وحدت در مقررات با چالش اساسی مواجه بوده است. اکنون یک اصل واحد در فناوری اطلاعات و ارتباطات داریم. فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌توانند انتقال پول را در سراسر جهان فعال کنند، آنها می‌توانند پرداخت را فعال کنند، آنها قادرند احراز هویت را فعال کنند؛ یعنی می‌توانند بانکداری را ساده کنند. فناوری اطلاعات و ارتباطات، بنیادی‌ترین اصل اساسی برای تکامل سیستم‌های بانکی و نسل بعدی مقررات بانکی خواهد بود.

خدمات مالی و بخش فناوری اطلاعات و ارتباطات، همگرا هستند و فناوری اطلاعات و ارتباطات نیروی متحده این همگرایی به شمار می‌رود. این نیروی متحده کننده نه تنها بانک‌های مرکزی را به هم نزدیک می‌کند، بلکه پایه‌ای را برای مجموعه جدیدی از مقررات بانکی ایجاد می‌کند.

به همین دلیل دانشگاه استنفورد برای راهاندازی ابتکار جهانی ارز دیجیتال با ITU همکاری کرده است. هدف این است که حرکت تکمیلی ایجادشده توسط گروه قبلی ITU Focus Group حفظ





اثر ارزهای دیجیتال بر شبکه پرداخت جهانی سوئیفت

بانک مرکزی روسیه می‌گوید ممکن است ارزهای دیجیتال شبکه پرداخت جهانی سوئیفت را به چالش بکشند.

بانک مرکزی روسیه گفت که ممکن است روبل دیجیتال برای نقل و انتقال پول بین‌المللی استفاده شود، اما تنها پس از آنکه همتایان جهانی ارزهای دیجیتال مستقل خود را تأسیس کنند.

طبق گزارش بانک تسویه‌حساب‌های بین‌المللی (BIS) حداقل ۳۶ بانک مرکزی مطالعات خود را درباره ارز دیجیتال بانک مرکزی (CBDC) از جولای سال جاری منتشر کرده‌اند. شریک اصلی تجاری روسیه، چین، در ماه‌های اخیر آزمایش‌های یوان دیجیتال خود را گسترش داده است درحالی که آزمایش‌های محدودی از این ارز را در چندین شهر و در یکی از بزرگترین سیستم‌عامل‌های آنلاین خود، JD.com برگزار کرده است. سوئد از جمله کشورهایی بود که ارز دیجیتال بانک مرکزی آزمایشی خود را در اوایل سال جاری راهاندازی کرد، درحالی که اتحادیه اروپا شروع به تهیه یوروی دیجیتال کرد.

یکی دیگر از مقامات بانک مرکزی روسیه، گفت که ممکن است ارزهای دیجیتال ابزار جالبی برای معاملات بین‌المللی باشد که گران‌تر از معاملات داخلی است. وی خاطرنشان کرد: با این حال، بانک‌های مرکزی هنوز باید از این‌منی چنین نقل و انتقالات پول اطمینان حاصل کرده و تقاضای کافی برای این نوع ارز را درک کنند.

منبع: اینجا به نقل از راشاتودی

بانک مرکزی روسیه (CBR) گفته است: ممکن است توسعه ارزهای دیجیتال سیستم پرداخت بانکی بین‌المللی سوئیفت را به چالش بکشد و در نهایت می‌تواند آن را زائد کند.

به گفته معاون اول رییس بانک مرکزی روسیه، در حال حاضر بیش از ۳۰ تنظیم‌کننده مالی روی ارزهای دیجیتال ملی خودکار می‌کنند. با توجه به سرعت توسعه، ممکن است چندین کشور این شکل جدید ارزی را طی ۵ تا ۷ سال آینده راهاندازی کنند. پس ما می‌توانیم با مسائل ادغام مستقیم مقابله کنیم. در این حالت ممکن است سوئیفت لازم نباشد، زیرا این نوعی تعامل فن‌آوری متفاوت است. با این حال، ممکن است شبکه بانکی جهانی به یکی از سیستم‌عامل‌های این شکل جدید ارزهای ملی تبدیل شود.

سیستم سوئیفت پرداخت‌های مرزی میان ۱۱ هزار موسسه مالی در بیش از ۲۰۰ کشور جهان را تسهیل می‌کند. با این حال، برخی از سیاستمداران غربی تهدید کرده‌اند که به عنوان بخشی از تحريم‌های گسترده‌تر، بانک‌های روسی را از این شبکه جدا می‌کنند. روسیه در پاسخ به این تهدیدها، شروع به کار روی گزینه دیگری - شبکه پیام‌رسان مالی پیشرفته در داخل کشور به نام SPFS کرد.

در حال حاضر ناظر مالی روسیه روبل دیجیتال را توسعه می‌دهد. این شکل جدید پول روسیه که قرار است همراه با روبل نقدی و غیرنقدی وجود داشته باشد، بهزودی در سال آینده در کریمه به صورت آزمایشی راهاندازی می‌شود. در اوایل سال جاری،

محمد رضا مانی‌یکتا، معاون اداره نظام‌های پرداخت بانک مرکزی آخرین وضعیت تنظیم مقررات استخراج و مبادلات رمزارزها را تشریح کرد:

آخرین وضعیت انتشار پول دیجیتال بانک مرکزی ایران

■ محبوبه فکوری

حرکت دنیا به سمت استفاده از ارزهای دیجیتال از یک سو و سرعت تحولات مرتبط با استفاده از رمزارزها و کریپتوکارنسی‌ها از سوی دیگر، ضرورت حرکت و سیاستگذاری هوشمندانه در این مسیر را بیش از هر زمان دیگری نمایان کرده است؛ اگرچه بانک‌های مرکزی دنیا هنوز هم برای ورود به این عرصه و چگونگی ورود آنها به نقل و انتقالات مالی خود با شک و شباهه‌های بسیاری مواجه هستند.

در ایران نیز بانک مرکزی با تعیین مسیر تنظیم‌گری در حوزه رمزارزها و مطالعات اجرایی در خصوص شیوه‌های انتشار و به کارگیری رمز پول بانک مرکزی گام‌های مؤثری را در این رابطه برداشته و در سوی دیگر ماجرا، سایر دستگاه‌های دولتی از جمله وزارت صنعت، معدن و تجارت نیز در حوزه استخراج رمزارزها و شکل‌گیری رسمی صنعت ماینینگ، گام‌هایی را برداشته‌اند.

■ در حال حاضر، واردات تجهیزات آزاد است؟

□ تعیین اولویت واردات تجهیزات استخراج نیز همچون سایر دستگاه‌ها و تجهیزات مرتبط با حوزه فناوری اطلاعات با وزارت صنعت، معدن و تجارت است و متولی مجوزدهی در حوزه استخراج نیز همین وزارت‌تخانه است. این وزارت‌تخانه تعیین می‌کند که بر اساس اولویت سایر کالاهای نیاز کشور، آیا ورود دستگاه‌های استخراج به کشور مجاز است یا خیر.

پس از مصوبه تیرماه سال جاری در خصوص برای تعیین تکلیف تجهیزات استخراج، مصوبه‌ای در ۳۰ مهرماه ۹۹ صادر شده که این مصوبه، اصلاحیه‌ای روی مصوبه مردادماه ۹۸ است که بر اساس آن، تبصره‌ای بند ۱ مصوبه قبلی اضافه شده است تا اولاً رمزارزهای استخراج شده، چطور مورداستفاده قرار بگیرند؛ چرا این یکی از مطالباتی است که فعالان این صنف داشته‌اند؛ و دوم اینکه با توجه به شکل‌گیری منابع ارزی ناشی از فعالیت استخراج، این منابع در راستای تأمین نیازهای ارزی کشور که تأمین ارز موردنیاز واردات خرد است، به کار گرفته شود و بانک مرکزی و وزارت نیرو مکلف شده‌اند تا با روال مشخص، سازوکار این

■ بسیاری از کشورهای دنیا در حال حرکت به سمت به کارگیری ارزهای دیجیتال در نقل و انتقالات مالی خود هستند و چین نیز به عنوان اولین کشور، طی هفته‌های گذشته از یوآن دیجیتال رونمایی کرد. برنامه بانک مرکزی برای به رسمیت شناختن و رواج معاملات رمزارزها در اقتصاد ایران و مبادلات تجاری چیست؟

□ در خصوص رمزارزها، سه مصوبه هیأت وزیران داریم که دو مورد از این مصوبات، مشخصاً در حوزه استخراج رمزارزها بوده است؛ اولین آن مربوط به مردادماه ۹۸ است که فعالیت استخراج را به عنوان یک صنعت رسمی در کشور پذیرفته و در آن سازوکار اخذ مجوزهای مربوطه مشخص گردیده، وزارت صنعت، معدن و تجارت به عنوان متولی این موضوع تعیین و چارچوبی برای افرادی که قصد دارند در این حوزه‌ها فعالیت کنند، مشخص شده است. این مصوبه مردادماه سال ۹۸ صادر شده و پیرو آن نیز مصوبه دیگری در تیرماه سال ۹۹ صادر شده که موضوع آن تعیین تکلیف تجهیزات و دستگاه‌های مرتبط با استخراج رمزارزها است که پیش از مرداد ۹۸ وارد کشور شده‌اند.

■ درخواست وزارت صنعت از وزارت نیرو این است که تعریف انرژی تولید رمزارزها را در این صنعت کاهش دهد؟

□ در خصوص تعریف برق دستگاه‌های ماینینگ بر اساس مصوبه مرداد ۹۸، نظر وزارت نیرو تعیین کننده است. مخاطب اصلی رایزنی‌های صورت پذیرفته از سمت فعالین حوزه نیز وزارت نیرو می‌باشد؛ چراکه تکالیف وزارت صمت نیز بر روی موضوع صدور مجوز فعالیت استخراج رمزارزها متمرکز است.

■ برخی مدعی این امر هستند که با به کارگیری و استخراج گسترده رمزارزها می‌توان تحریم‌ها را دور زد. آیا این ادعا از سوی بانک مرکزی مورد تائید است؟

□ بررسی‌های کارشناسی نشان داده که رمزارزها در اقتصاد ایران کاربرد و کارکرد کلان ندارد و برعکس اخباری که در داخل کشور و خارج از کشور مطرح می‌شود رمزارزها نقش قابل ملاحظه‌ای در دورزدن تحریم‌ها نداشته‌اند؛ لیکن به عنوان یک پدیده جدید و اثرگذار، لازم است ریل گذاری‌های لازم جهت کنترل این پدیده در جامعه صورت پذیرد؛ آنچنان‌که در سایر کشورها نیز بانک‌های مرکزی غالباً بیانیه‌هایی را در خصوص ملاحظات و مخاطرات به کارگیری رمزارزها صادر و در مواردی چارچوب‌های مقرراتی را نیز در خصوص دامنه کاربرد این پدیده در جامعه منتشر نموده‌اند.

البته در حوزه خرد برخی مشکلاتی که در مبادلات خارجی وجود داشته است توسط رمزارز قابل حل است.

■ موضوع دیگری که مطرح می‌شود آن است که در اکثر درگاه‌های شرط‌بندی و قمار در خارج از کشور، استفاده از ارزهای دیجیتال رایج بوده و این ارزها در حال معامله هستند. پس می‌تواند برای دورزدن تحریم‌ها نیز مورداستفاده قرار گیرد؛ اگرچه اعداد و ارقام در این سایت‌های شرط‌بندی بالا نیست.

□ مجدد تاکید می‌شود که کارکرد اصلی رمزارزها در حوزه تراکنش‌های خرد است. البته به خاطر ویژگی‌های ماهوی رمزارزها و امکان شناسایی محدود متعاملین آن، پتانسیل لازم برای به کارگیری در فعالیت‌های سیاه را دارند. بر همین اساس بانک‌های مرکزی و دستگاه‌های ذیربطری در حوزه مبارزه با پول‌شویی در اکثر کشورها مکانیزم‌ها و ابزارهای کنترلی برای مواجهه با آن را دارند که ما هم برخی از این ابزارها را تهیه کرده‌ایم که با همکاری دستگاه‌های نظارتی و انتظامی، پیگیری این موضوع در دست اقدام است.

در حال حاضر به نظر می‌رسد صنعت رسمی استخراج رمزارزها در کشور صنعت فعالی نیست. دلیل آن نیز از سوی فعالان این عرصه، قیمت انرژی عنوان می‌شود؛ جلسات متعددی بین فعالان امر با متولیان تنظیم مقررات مربوطه در وزارت نیرو برقرار است تا قیمت انرژی را بازبینی کنند

موضوع را نهایی کنند که براین اساس، همکاران ما در معاونت‌های ارزی و نظارت بانک مرکزی، دستور العمل اجرایی این موضوع را تهیه کرده‌اند که به‌زودی به فعالین این حوزه اطلاع‌رسانی می‌شود.

■ شما در صحبت‌های خود اشاره داشتید که بخش سیاستگذاری برای تولید رمزارز را وزارت صنعت انجام می‌دهد. به‌حال اگر دستگاه‌ها وارد شود، حتماً تولید رمزارز نیز صورت خواهد گرفت. سوال اینجا است که رمزارزهای تولید شده از این تجهیزات در کنار سرعت بالایی که معاملات رمزارز در دنیا به خود گرفته، به کجا می‌روند و در چه مسیری هزینه می‌شوند؟

□ در حال حاضر، بر اساس آماری که ما از وزارت صنعت، معدن و تجارت گرفته‌ایم، فعالیت استخراج در ایران رونق گسترده‌ای ندارد. فرآیند اخذ مجوز از وزارت صمت به این صورت است که مقاضی اقدام به اخذ جواز کرده و پس از دریافت جواز تأسیس واحد استخراج، اقدامات لازم را برای بهره‌برداری از واحد تأسیس شده انجام می‌دهد که تابه‌حال نیز، بر اساس اطلاعی که از وزارت صمت داریم، تنها موارد معده‌دی پروانه بهره‌برداری صادر شده و در حال حاضر به نظر می‌رسد صنعت رسمی استخراج رمزارزها در کشور صنعت فعالی نیست.

دلیل آن نیز از سوی فعالان این عرصه، قیمت انرژی عنوان می‌شود که براین اساس، جلسات متعددی بین فعالان امر با متولیان تنظیم مقررات مربوطه در وزارت نیرو برقرار است تا قیمت انرژی را بازبینی کنند.

بررسی‌های کارشناسی نشان داده که رمزارزها در اقتصاد ایران کاربرد و کارکرد کلان ندارد و برعکس اخباری که در داخل کشور و خارج از کشور مطرح می‌شود رمزارزها نقش قابل ملاحظه‌ای در دورزدن تحریم‌ها نداشته‌اند؛ لیکن به عنوان یک پدیده جدید و اثرگذار، لازم است ریل گذاری‌های لازم جهت کنترل این پدیده در جامعه صورت پذیرد.

نشده و این تنها دلیلی است که ضابطین محترم قضائی و انتظامی، تاکنون مقابله کامل با این پدیده نداشته‌اند.

نکته بسیار مهم دیگر اینکه مخاطرات حوزه رمざرزاها می‌بایست به صورت جدی توسط متعاملین این حوزه مورد توجه قرار گیرد؛ چراکه اکثر رمزازهای جهان روا به دلیل پشتونه نامشخص، نوسانات ارزشی گسترده دارند و حتی در خصوص برخی از رمزازهای مطرح همچون «تر» که به دلیل برای ریاری ارزش آن با دلار بسیار پر طرف‌دار است، مسدودسازی وجود رمزازی اشخاص امکان‌پذیر بوده و با توجه به محدودیت‌های ایجاد شده برای هموطنان بر اساس تحریم‌های ظالمانه، در صورت شناسایی صاحب کیف پول رمزازی «تر» به عنوان یک شخص ایرانی، مخاطرات جدی به موجودی رمزازی شخص وارد خواهد شد؛ لذا به دلیل این ملاحظات و مخاطرات است که شدیداً توصیه می‌کنیم مردم به خصوص برای سودآوری و سرمایه‌گذاری یا حتی نوسان گیری، اکیداً وارد این حوزه نشوند؛ چراکه به دلیل عدم امکان نظارت و کنترل بازار رمزازها، امکان بروز خسارات گسترده مالی دور از انتظار نیست.

■ شما به این موضوع اشاره داشتید که مبادلات رمزازها در اقتصاد ایران ناچیز است. به چه رقمی رسیدید؟ آیا نسبتی هم نمی‌توان اعلام کرد که به نسبت گردش‌های مالی، چه درصدی از معاملات به نقل و انتقالات رمزازها اختصاص می‌یابد؟

□ آمار و ارقام استخراج شده بر اساس بررسی‌های انجام‌شده به دلیل طبقه‌بندی اطلاعاتی قابل انتشار نیست؛ اما گزارشی در این رابطه از سوی بانک مرکزی تهیه و در کمیسیون عالی تنظیم مقررات مرکز ملی فضای مجازی نیز ارائه گردیده است تا ضمن دریافت نقطه‌نظرات دستگاه‌های عضو، راهبرد مناسب جهت برخورد صحیح با پدیده رمزازها در کشور تعیین گردد؛ اما به صورت نسبی درصد مبادلات رمزازها نسبت به حجم مبادلات مالی در اقتصاد کشور ناچیز است و به هیچ عنوان قابل مقایسه نیست.

■ نکته‌ای که روی حجم مبادلات رمزازها وجود دارد، بخش خاکستری و غیررسمی معاملات است. برآورد شما از این معاملات چیست. آیا رقمی که به آن رسیدید، با ملاحظات گردش مالی خاکستری رمزازها است؟

□ آمار استخراج شده که به صورت مستمر از سوی بانک مرکزی پایش و به روزرسانی می‌شود، با ملاحظه موارد خاکستری تهیه شده است. اتفاقاً آنچه که نهادهای نظارتی نیز بر روی آن تاکید

شدیداً توصیه می‌کنیم مردم به خصوص برای سودآوری و سرمایه‌گذاری یا حتی نوسان گیری، اکیداً وارد این حوزه نشوند؛ چراکه به دلیل عدم امکان نظارت و کنترل بازار رمزازها، امکان بروز خسارات گسترده مالی دور از انتظار نیست

■ دستور العمل مبارزه با پولشویی ممکن است که با این رویکرد مورد بازنگری قرار گیرد؟

□ خیر؛ بیشتر بحث‌های نظارت و پایش در این فضا مطرح است. انجام این پایش‌ها و شناسایی موارد مجرمانه نیز بسیار مؤثر است، چراکه در غیر این صورت احتمال تسری و گسترش استفاده از ارزهای دیجیتال در فعالیت‌های سیاه، روزبه روز بیشتر شده و به همین دلیل، بانک مرکزی مشابه با حوزه ریالی اقدامات نظارتی و کنترلی در حوزه رمزازها را پیگیری می‌نماید.

■ روی حوزه‌ای که کاربردهایی این رمزازها بیشتر بوده و معاملاتی که بر اساس آنها صورت می‌گیرد، تصور بیرونی این است که بانک مرکزی به این موضوع ورود نکرده یا افکار عمومی از آن مطلع نیست که سیاست‌های بانک مرکزی در حوزه نحوه معاملات و کاربردهایی که می‌توان برای رمزاز متصرور بود، کم رنگ عمل کرده است. راجع به این موضوعات توضیح دهید.

□ سوال شما متمرکز بر مبادلات رمزازها است. بر اساس مقررات فعلی و به صورت مشخص مصوبه سال ۹۸ هیأت وزیران، مبادلات رمزازها در داخل کشور ممنوع است که ما بارها بر ضرورت اجرای مفاد این مصوبه تاکید کرده و به تمامی مراجعی که از بانک مرکزی در این خصوص استعلام کرده‌اند نیز این موضوع متذکر شده و به شدت هم توصیه می‌کنیم اشخاصی که در این حوزه وارد می‌شوند یا سایر مبلغان این حوزه اعم از سایت‌های رسمی که تبلیغات رمزازها را ارائه می‌نماید باید به ممنوعیت مبادلات رمزازها در کشور توجه نمایند.

نکته دوم اینکه هنوز دامنه مبادلات رمزازها در داخل کشور گسترده نشده و بر اساس آمارهای به دست آمده از رصد فضای مبادلات رمزازها توسط بانک مرکزی، حجم مبادلات صورت گرفته محدود است.

البته ملاحظاتی وجود دارد که هم‌اکنون با مجلس محترم در حال پیگیری موضوع هستیم و آن موضوع جرم‌انگاری در فضای رمزازها است. نکته مهم اینکه در عین حال که معاملات رمزازها در داخل کشور مجاز نیست اما جرایم آن در قوانین به روشنی تبیین

رمز پول بانک مرکزی به دو شکل کاربرد دارد؛ یا در حوزه خرد مورداستفاده قرار می‌گیرد یعنی مشابه اسکناس و مسکوک، در اختیار عموم مردم قرار خواهد گرفت که این حالت، فواید گستردگی‌های را به همراه خواهد داشت از جمله امکان نقل و انتقال سریع و کاهش قابل ملاحظه هزینه چاپ و نشر اسکناس و مسکوک و البته عدم نیاز به عملیات تسویه بین‌بانکی در کنار هزینه اندک توسعه شبکه پرداخت نسبت به مدل‌های مرسوم فعلی؛ اما یک حوزه دیگر کارکردی برای رمز پول بانک مرکزی، کاربرد عمده و به کارگیری آن برای عملیات تسویه بین‌بانکی است.

- برگردیم به چالش‌های اصلی این حوزه. شما به عنوان بانک مرکزی، به چه مخاطراتی در این حوزه رسیده‌اید؟
 - رمز پول بانک مرکزی به دو شکل کاربرد دارد؛ یا در حوزه خرد مورداستفاده قرار می‌گیرد یعنی مشابه اسکناس و مسکوک، در اختیار عموم مردم قرار خواهد گرفت که این حالت، فواید گستردگی‌های را به همراه خواهد داشت از جمله امکان نقل و انتقال سریع و کاهش قابل ملاحظه هزینه چاپ و نشر اسکناس و مسکوک و البته عدم نیاز به عملیات تسویه بین‌بانکی در کنار هزینه اندک توسعه شبکه پرداخت نسبت به مدل‌های مرسوم فعلی؛ اما یک حوزه دیگر کارکردی برای رمز پول بانک مرکزی، کاربرد عمده و به کارگیری آن برای عملیات تسویه بین‌بانکی است.
 - اینکه ما قرار است در کدام‌یک از حوزه‌های مربوطه، رمز پول بانک مرکزی را طراحی و مورداستفاده قرار دهیم، بر اساس سیاست‌های پولی و ویژگی‌های ماهوی این ابزار تعیین شده و البته موضوعی است که توسط سایر کشورها نیز در حال بررسی است. ملاحظه دوم و فارغ از دامنه کاربری رمز پول بانک مرکزی، دامنه حضور بانک‌ها و مؤسسات اعتباری و نقش آنها در توسعه و طراحی مدل توزیع شده رمز پول است که بخش مهمی از این ملاحظه معطوف به قوانین و مقررات فعلی کشور است که بر اساس آن نشر پول در کشور به صورت انحصاری در اختیار بانک مرکزی است و مؤسسات مالی و اعتباری اجازه چاپ و نشر پول را ندارند؛ لذا اینکه ما در حوزه رمز پول هم این سیاست را پیاده‌سازی نماییم که عملاً عموم جامعه را سپرده‌گذار نماییم بانک مرکزی می‌نماید یا اینکه روش دیگری متفاوت از این روش به کار گرفته شود، جزو علامت سوال‌هایی است که با توجه به الگوهای مدل‌سازی پیشنهادی صندوق بین‌المللی پول و بررسی اثرات آن بر پارامترهای کلان اقتصادی، باید نسبت به حل آنها و تعیین راهبردهای سیاستی لازم اقدام گردد.

دارند این است که بخش خاکستری جامعه هنوز در حوزه رمزارزها وارد نشده و تمام اقدامات تنظیم‌گری پیگیری شده در کشور از سوی بانک مرکزی، مرکز ملی فضای مجازی، شورای عالی مبارزه با پول‌شویی، مجلس محترم و دستگاه‌های نظارتی و امنیتی در این مقطع هم راستا شده‌اند و بر آن هستند که تنظیم مقررات مرتبط با رمزارزها به نحوی باشد که بخش خاکستری جامعه به هیچ عنوان با این حوزه درگیر نشوند و البته این مورد تاکید ما نیز می‌باشد.

■ در مقاطعی خود بانک مرکزی قصد داشت تا ارز دیجیتال خود را منتشر کند. این پروژه اکنون در چه مرحله‌ای است؟

- عنوان صحیح بجای واژه‌ی ارز دیجیتال بانک مرکزی، رمز پول بانک مرکزی است؛ چراکه این ابزار شکل دیگری از پول ملی است که هم‌اکنون در جامعه در گردش است. بحث‌های فنی و اقدامات اجرایی بانک مرکزی در این رابطه از سال ۹۷ شروع شده و بسترهای فنی لازم برای انتشار ریال دیجیتال در قالب کریپتو ریال پیاده‌سازی گردیده‌اند؛ اما ملاحظات متعدد اقتصادی، قانونی و نظارتی در این رابطه وجود دارد و البته این ملاحظات بسیار پیچیده‌تر و گستردگر از اقدامات فنی بوده و در قالب کارگروه‌های متعدد در بانک مرکزی در دست بررسی هستند.

■ یعنی استخراج رمزارز هم انجام شده است؟

- رمز پول بانک مرکزی از نوع قابل استخراج نیست. این ابزار از نوع رمزینه دارایی‌های با پشتوانه ثابت است که بانک‌های مرکزی با پشتوانه مشخص و غالباً مبتنی بر واحد پول ملی کشورها منتشر می‌نمایند. یک نمونه آن انتشار پترو از سوی ونزوئلا بود که از سوی بانک مرکزی آن کشور با پشتوانه نفت منتشر گردید؛ و البته امکان انتشار آن با سایر پشتوانه‌ها نیز وجود دارد.

این موضوع در سایر کشورها در قالب طرح‌های مطالعاتی در حال انجام است و صرفاً در کشور چین، انتشار یوآن دیجیتال در چهار استان به صورت آزمایشی پیاده‌سازی شده تا اثرات آن بر اقتصاد این کشور مورد بررسی قرار گیرد. بر همین اساس در بانک مرکزی نیز مطالعاتی در دست انجام است تا موضوع ابزارهای سیاستگذاری پولی در حوزه رمز پول دیجیتال بانک مرکزی به صورت کامل مورد بررسی قرار گیرد.

نکته مهم اینکه این پدیده بسیار بدیع است و سایر بانک‌های مرکزی دنیا اکثرا اقدامات مطالعاتی خود را از ابتدای ۲۰۲۱ آغاز خواهد کرد؛ تا ضمن بررسی محسنات این ابزار، نقاط ضعف، مخاطرات و روش‌های صحیح مقابله با آن را شناسایی نمایند.

منتشر نشده است؛ و اکثر کشورهای فعال در این رابطه نیز، علاوه بر انجام مطالعات و اقدامات آزمایشی، در انتظار انتشار تجارت کشورهای دیگر در این زمینه هستند. به هر صورت موضوع بسیار جدید است و نباید شتاب زده عمل نمود.

■ شما تاکید کردید که باید اقتصاد به مرحله ثبات برسد که بشود از این ابزار استفاده کرد، اما آیا این موضوع را در نظر می‌گیرید که ایران همواره به صورت سینوسی در بازه‌های زمانی متفاوت نوسانات فاکتورهای اقتصادی را تجربه می‌کند. برای آن دوره‌ها بازهم این نقش تعریف می‌شود یا خیر؟

□ موضوع اصلی آن است که این شکل جدید از پول اگر در مرحله ثبات وارد چرخه اقتصادی شده و در همین مرحله ثبات اقتصادی با فرهنگ‌سازی مناسب مورد کاربرد قرار گیرد، در مقاطعی که به هر دلیل اقتصاد با چالش‌هایی همراه گردد، تاب آوری خود را در کنار سایر انواع پول در جامعه حفظ می‌نماید؛ لذا نگرانی اصلی ما پس از ملاحظات اجرایی و اقتصادی، شناسایی زمان مناسب جهت اجرای این طرح است.

■ به‌هرحال دوره‌های ثبات در اقتصاد ایران طی سال‌های اخیر به شدت کوتاه شده و سرعت توسعه رمزارزها از تصمیمات ما پیشی گرفته است.

□ نکته این است که رمز پول را نباید با رمزارزها مقایسه کرد چراکه فقط نام و فناوری زمینه‌ای آنها شبیه هم است. سایر کشورهایی که هیچ‌یک از چالش‌های اقتصاد ما را هم ندارند، در این حوزه بسیار با احتیاط و با دقت نظر مضاعف وارد شده‌اند. این موضوع در تمامی دنیا در فاز بررسی‌های آزمایشی به سر می‌برد. اکثر قریب به اتفاق کشورها نیز در مرحله مطالعاتی موضوع هستند و فقط در کشور چین آن هم به صورت کاملاً محدود و کنترل شده، موضوع یوآن دیجیتال در حال بررسی است.

به‌هرحال تاکید می‌کنیم که مردم ضمن اطلاع از مخاطرات رمزارزها و نوسانات ارزشی گسترده آن، با هدف سرمایه‌گذاری منابع مالی خود را دچار مخاطره ننمایند؛ چراکه با توجه به مشخص نبودن پشتونه رمزارزها و البته عدم امکان نظارت و کنترل ارزش آنها، امکان بروز خسارات مالی جبران‌ناپذیر به سرمایه‌های ایشان دور از انتظار نیست.

منبع: مهر

■ در حال حاضر پشتونه ثابت در نظر گرفته شده برای انتشار رمز پول بانک مرکزی چیست؟

□ آنچه که در حال بررسی آن در بانک مرکزی هستیم، کریپتوریال است تا مبتنی بر پول ملی کشور، شکل دیگری از پول با استفاده از فناوری دفتر کل توزیع شده منتشر گردد.

■ چه سهمی از سبد مالی را در برمی‌گیرد؟

□ پاسخ به این سوال منوط به تکمیل بررسی‌های اقتصادی است که در سوال قبلی به آن پرداخته شد. در واقع حوزه اقتصادی بانک مرکزی است که تعیین خواهد کرد در کنار اسکناس و مسکوکی که بانک مرکزی منتشر می‌نماید، چه سهمی از سبد این انتشار به کریپتوریال تعلق گیرد؛ و البته تمامی این موارد منوط به تعیین دامنه کاربرد رمز پول در حوزه خرد یا عمدۀ است؛ چراکه اگر قرار بر انتشار رمز پول عمدۀ بانک مرکزی باشد، سوالات و ملاحظات لازم به بررسی در این رابطه کاملاً متفاوت خواهند بود. همچنین، بحث نقش بانک‌ها و مؤسسات اعتباری در شبکه توزیع شده نیز مطرح است؛ چراکه هدف غایی استفاده کامل از فواید فناوری دفتر کل توزیع شده است. موضوع مهم دیگر، بحث زمان اجرای طرح است؛ اقتصاد ایران در حال حاضر شرایط ویژه‌ای را پشت سر گذاشته و حتماً نیاز است تا با توجه به ضرورت ایجاد اشتیاق و پذیرش رمز پول از سوی بخش‌های مختلف جامعه با دقت نظر فراوان، زمان مناسب جهت اجرای طرح تعیین گردد.

■ بالاخره چه چشم اندازی برای تولد رمز پول ایران می‌توان در نظر گرفت؟

□ قطعاً نباید اقدامات ما مشابه حرکت شتاب‌زده در خصوص انتشار پترو در ونزوئلا، به یک تجربه نه چندان موفق بدل شود؛ آن‌چنان‌که در کشور ونزوئلا حاکمیت به شدت از رمز پول پترو حمایت نموده ولی مردم اقبالی به استفاده از آن نشان نمی‌دهند. نکته حائز اهمیت دیگر اینکه هنوز بانک‌های مرکزی کشورهای با اقتصادهای بزرگ که برنامه‌های مطالعاتی و آزمایشی را در این رابطه دنبال می‌نمایند، اثرات و نتایج بررسی‌ها و اقدامات خود را معنکس ننموده‌اند.

ملاحظه مهم اینکه بانک تسویه جهانی که به صورت مرتب مطالعات بانک‌های مرکزی دنیا در خصوص انتشار رمز پول را منتشر می‌نماید؛ تا به امروز صرفاً رهنمودهای مطالعاتی را در این زمینه منتشر نموده و هنوز نتایج اقدامات اجرایی سایر کشورها و چالش‌های سیاست‌گذاری پولی در خصوص رمز پول بانک مرکزی

۵ پیش‌بینی از آینده بازار ارز دیجیتال

سال ۲۰۲۰، سال بسیار دشواری بود. با این حال به‌شکلی کنایه‌آمیز، شرایط سال ۲۰۲۰ زمینه‌ساز پیشرفت‌هایی چشمگیر در حوزه ارزهای دیجیتال و فین‌تک شد و شواهد نیز حاکی از تداوم قدرت و هیجان این رشد خارق‌العاده است.

در مجموع حدود ۸۵ درصد از کل اقتصاد دنیا را دربردارند. با این حال، در عمل تمام چشم‌ها در سال ۲۰۲۱ به چین دوخته خواهد شد که با جدیت، پیگیر پیشرفت یوان دیجیتال خود، به نام DCEP (مخفف عبارتی معادل با «پرداخت الکترونیک ارز دیجیتال») است و مسیر آینده پول را هموار می‌کند. در آخرین مرحله آزمایشی این پروژه، پیش از ۲ میلیارد یوان (معادل با ۳۰۰ میلیون دلار) از طریق ۴ میلیون تراکنش با استفاده از یوان دیجیتال انتقال داده شد. اکنون پرسش اصلی این نیست که آیا چین این پروژه را به اتمام خواهد رساند یا خیر، بلکه پرسش این است که سرعت پیشرفت پروژه یوان دیجیتال تا چه حد خواهد بود.

۲- قمایل موسسات مالی سنتی و بانک‌های خصوصی به بیت‌کوین

سال ۲۰۲۰ سالی باورنکردنی برای ورود شرکت‌ها و سازمان‌های بزرگ به فضای ارزهای دیجیتال بود. در این سال، نهادهای کلانی همچون بانک جی‌پی‌مورگان و شرکت مالی استاندارد چارت‌ردد راه حل‌هایی برای کاربرهای خود ایجاد کردند و حتی بسیاری دیگر از جمله بانک‌های سرمایه‌گذاری سی‌تی‌بنک و دویچه بنک، دارایی‌های دیجیتال را در میان دارایی‌ها و سرمایه‌گذاری‌های معمول خود جای دادند.

با اعلام عمومی برنامه‌های مرتبط با ارز دیجیتال از سوی بسیاری از بانک‌ها، باید انتظار داشته باشیم که این روند طی سال ۲۰۲۱ تسريع یابد. این امر می‌تواند ورود شرکت‌های سرمایه‌گذاری سنتی به فضای ارزهای دیجیتال را نیز تسهیل کند؛ چراکه این شرکت‌ها محدودیت‌های سرمایه‌گذاری یا نظارتی ویژه خود را دارند و ترجیح می‌دهند از طریق واسطه‌های قانونی معاملات خود را انجام دهند.

اگرچه بانک‌های سرمایه‌گذاری تاکنون فعال‌ترین بازیگران این صحنه بوده‌اند، اما باید نیم‌نگاهی هم به بانک‌های خصوصی داشته باشیم. بیت‌کوین برای اکثر بانک‌های خصوصی، یک دارایی جدی به‌شمار نمی‌رود (شاید به این خاطر که اغلب محصولی مرتبط با ارزهای دیجیتال برای فروش ندارند!).

با این حال، انتظار می‌رود بانک‌های خصوصی که نگاهی

هنری ارسلانیان^۱ پیش‌بینی خود را درمورد وضعیت و شرایط ارزهای دیجیتال طی سال ۲۰۲۱ بیان می‌کند که ۵ مورد مهم آن در ادامه آورده شده است.

رسلانیان، استاد دانشگاه هنگ‌کنگ برگزیده به عنوان یکی از ۱۰۰ متخصص تاثیرگذار در حوزه فین‌تک در آسیا و مدیر بخش فین‌تک در شرکت مالی PwC است.

۱- ارز دیجیتال ملی چین و آینده پول

۲۰۲۰ سال فوق‌العاده‌ای برای ارزهای دیجیتال ملی (CBDC) بود. با فعالیت ۸۰ درصد از بانک‌های مرکزی در حوزه ارز دیجیتال ملی و نقش پنهان لیبرا که اکنون دیم نامیده می‌شود و قرار است به‌زودی راه‌اندازی شود، انتظار می‌رود به‌زودی شاهد بسیاری از تحولات نوین در این زمینه باشیم.

ارز دیجیتال ملی به دو نوع دولتی (wholesale) و عمومی (retail) تقسیم می‌شود. ارز دیجیتالی که برای مصارف دولتی ایجاد شده است، اغلب واسطه‌ای برای پرداخت‌های عمده و کلان بین بانک‌های مرکزی، شرکت‌های بزرگ مالی و سایر نهادهای اقتصادی «پشت پرده» به‌شمار می‌رود؛ درحالی که ارز دیجیتال عمومی به عموم افراد اجازه می‌دهد تا شکلی واقعاً دیجیتالی از ارز دیجیتال ملی در اختیار داشته باشند؛ گزینه‌ای که فعلاً وجود ندارد. در حال حاضر، اگرچه توسعه و پیشرفت در حوزه ارز دیجیتال ملی که مصرف دولتی داشته باشد هم حائز اهمیت است، اما تمرکز اغلب بانک‌های مرکزی احتمالاً روی ارز دیجیتالی خواهد بود که در اختیار عموم افراد قرار می‌گیرد و می‌تواند ایجاد کننده تغییراتی اساسی در نظام اقتصادی باشد.

همان‌طور که در سال ۲۰۲۰، برخی از کشورها از باهاما گرفته تا بریتانیا، با طرح‌های ابتکاری خود در مورد ارزهای دیجیتال ملی تیتر اصلی اخبار را به خود اختصاص دادند، می‌توان انتظار داشت که سایر کشورهای گروه ۲۰^۲ نیز به‌زودی برنامه‌های خود را در این زمینه اعلام کنند. G20 گروهی مشکل از وزرای اقتصاد یا دارایی و رؤسای بانک‌های مرکزی ۲۰ اقتصاد قدرتمند دنیاست که

¹ Henri Arslanian

² G20

باتوجه به اینکه استارت آپ های برجسته (یونیکورن ها) به شکلی فراینده بخشی از سود حاصل از بازار صعودی اخیر را به ادغام شدن و سرمایه گذاری روی شرکت های اختصاص می دهد که به خدمات فعلی آنها گزینه های جانی بیشتری اضافه می کند و از این طریق، می توانند به شرکت های بسیار بزرگ تبدیل شوند.

در سال ۲۰۲۱، احتمالاً این غول های بزرگ ارز دیجیتال حوزه فعالیت خود را بیشتر به سمت آسیا خواهند کشاند. در ۶ ماه اول سال ۲۰۲۰، تمرکز فعالیت های مربوط به خرید و ادغام شرکت ها در این صنعت، به شکلی روزافزون از آمریکای شمالی و جنوبی معطوف به سایر کشورها شد و ۵۷ درصد از این قراردادها در آسیا - آقیانوسیه، اروپا، خاورمیانه و آفریقا شکل گرفت. این میزان در سال ۲۰۱۹، ۵۱ درصد و در سال ۲۰۱۸، ۴۳ درصد بود.

۵- تسهیل روند خرید بیت کوین برای سرمایه گذاران خرد

هر فردی که دستی در ارز های دیجیتال داشته باشد، احتمالاً با این پرسش از سوی دولتان و افراد خانواده مواجه شده است که: «از کجا باید بیت کوین بخرم؟» مادر من نمونه جالبی از این گونه افراد است. چند سال پیش مقداری بیت کوین به عنوان هدیه به مادرم دادم و او نامیدانه سعی می کرد متوجه شود من برای گذران زندگی چه می کنم. واقعیت اینجا است که خرید ارز های دیجیتال، هیچ وقت تا به این اندازه آسان نبوده است.

در حال حاضر، تعداد زیادی صرافی قانونی فیات به ارز دیجیتال در کشورهای مختلف فعالیت می کند. علاوه بر این، تعداد حساب های کاربری در این صرافی ها، از ۵ میلیون در سال ۲۰۱۶ به بیش از ۱۰۰ میلیون در سال ۲۰۲۰ افزایش یافته است.

البته، عامل تاثیرگذار در این بخش، شرکت های بزرگ فناوری مانند پی بل و اسکوئر (Square) هستند که همچنان خرید بیت کوین و سایر دارایی های دیجیتال را برای افراد آسان می سازند. این دو شرکت به تنهایی معادل ۱۰۰ درصد از بیت کوین های تازه استخراج شده را خریداری کرده اند تا تقاضای مشتریان آمریکایی خود را برآورده کنند.

اگر سرویس دهی چند مورد از این پلت فرم ها تا سال آینده برای مشتریان بین المللی نیز فراهم شود، میزان تاثیر آنها شگفت انگیز خواهد بود. علاوه بر این، بسیاری از پیشرفت های کلان اقتصادی، از سطوح کم سابقه تسهیل مالی تا ممانعت کشورها از برداشت پول شهر و ندان، باعث افزایش تقاضا برای بیت کوین شده است. سال ۲۰۲۰، رکورددار افزایش تعداد کیف پول های بیت کوین بود و چندان عجیب نیست اگر این رکورد باز هم در سال ۲۰۲۱ شکسته شود.

منبع: ارز دیجیتال

روبه آینده دارند، ارز های دیجیتال را عاملی متمایز کننده در نظر بگیرند. هدف این بانک ها جلب توجه افراد شردمد و شرکت های خانوادگی به منظور کسب درآمد بیشتر است. شرکت های خانوادگی که وظیفه مدیریت و سرمایه گذاری امور مربوط به دارایی های خانواده های اشرافی را بر عهده دارند، تمایل روزافزونی به خرید و سرمایه گذاری را بیت کوین نشان می دهند.

۳- شفافیت مالیات ارز های دیجیتال

سال ۲۰۲۰ شاهد تحولاتی بین این دهه در زمینه مالیات ارز های دیجیتال بودیم. در این سال، خدمات درآمد داخلی ایالات متحده (IRS)، پرسشنامه ای در مورد دارایی های دیجیتال برای تمام آمریکایی ها فرستاد. علاوه بر این، سازمان هایی همچون سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD)، گزارش هایی جامع و کامل در این خصوص منتشر کرده است.

همان طور که گزارش بین المللی شرکت PwC در مورد ارز های دیجیتال نشان داد، شفافیت و صراحة دستور العمل های مالیاتی ارز های دیجیتال، همراه با افزایش تعداد نهاده های مالیاتی در سرتاسر جهان، بیشتر شده است.

همچنین اگرچه هیچ کدام از این دستور العمل ها موضوعاتی همچون وام گرفتن و وام دادن یا سهام گذاری (Staking) ارز های دیجیتال را تحت پوشش قرار نمی دهند، اغلب آنها قوانین مربوط به سود سرمایه گذاری روی دارایی های دیجیتال یا درآمد حاصل از استخراج ارز های دیجیتال را تعیین کرده اند. علاوه بر این، انتظار می رود شفافیت مربوط به قوانین مالیاتی در سال ۲۰۲۱ بهبود یابد. این امر می تواند نکته ای مثبت برای صنعت ارز های دیجیتال باشد؛ زیرا شفافیت مالیاتی برای تسهیل سرمایه گذاری شرکت ها و سازمان ها ضروری است. در سطح عملی، بسیاری از معامله گرهای خرد و حرفا های از رشد بازارهای ارز های دیجیتال طی ماه های اخیر سود برده اند؛ این امر خصوصا در شرایط بحران اقتصادی جهانی، می تواند فرصتی مناسب برای نهاده های مالیاتی فراهم کند تا آنچه را که از نظر آنها عوارض محسوب می شود، دریافت کنند.

۴- اتحاد و ادغام شرکت های ارز دیجیتال

با وجود بحران اقتصادی، سال ۲۰۲۰ سالی بی نظیر از نظر ادغام شرکت های ارز دیجیتال بود. داده ها نشان می دهد که ارزش کل شرکت هایی که طی ۶ ماه اول سال ۲۰۲۰ ادغام شده اند. از این میزان در تمام سال ۲۰۱۹ فراتر رفته و از ۱۹/۲ میلیون دلار به ۴۵ میلیون دلار رسیده است.

می توان انتظار داشت که فعالیت های خرید و ادغام شرکت های ارز دیجیتال در طول سال ۲۰۲۱ نیز ادامه پیدا کند؛ خصوصا

ارزهای دیجیتال؛ میدان جدید جنگ تجاری چین و آمریکا

■ گزارش از: سپهر زارع

چین در حالی در روزهای اخیر یک ارز دیجیتال جدید را به نظام مبادلات دیجیتالی اقتصاد جهانی معرفی کرد که ترامپ از ابتدای ریاست جمهوری اش دیجیتالی کردن دلار را در اولویت خود قرار داده بود.

فرصت‌هایی است که ترامپ به عنوان یک رئیس‌جمهور و یک فعال اقتصادی برای رزومه سازی از دست داد.

وی اظهار می‌کند: تحقیقات در زمینه معرفی یوان دیجیتالی از سال ۲۰۱۴ در چین و به صورت محروم‌انه آغاز شده بود و بانک مرکزی چین که پیش‌تر با درنظرگرفتن قوانین سخت‌گیرانه‌ای استفاده از رمزارزها را منوع اعلام کرده بود، برای این تحقیقات و پس از ۶ سال متوجه شد که ضرورت استفاده از ارزهای مجازی در دنیای اقتصادی نامن امروز تبادلات مالی غیرقابل اجتناب است و با معرفی یوان دیجیتالی که مقرر شده مکملی برای یوان باشد، موافقت کرد.

این تحلیلگر بازارهای بین‌المللی اضافه می‌کند: با توجه به ظرفیت‌های فکری و نگرش فناورانه اغلب فعالان اقتصادی بخش خصوصی نظام اقتصادی ایران، جنگ تجاری چین و آمریکا در میدان ارزهای دیجیتال می‌تواند به نفع ایران باشد؛ به شرط آنکه بانک مرکزی از تحقیقات مرکز مطالعات راهبردی جمهوری خلق چین در رابطه با نقش ارزهای مجازی در توسعه ارتباطات تجاری با دیگر کشورهای دنیا و ایجاد سهولت در سیستم‌های پرداخت و دریافت مالی درس بگیرد و در مسیر فعالان اقتصادی که علاقه به استفاده از این نوع ارزها دارند، سنگاندازی نکند.

علیخانی با بیان اینکه اجرای استفاده از ارز دیجیتال ملی چین در چند شهر بزرگ این کشور به صورت آزمایشی آغاز شده است، ادامه می‌دهد: بر اساس اطلاعیه رسمی اعلام شده از سوی سختگویی بانک مرکزی جمهوری خلق چین، استفاده از ارز مجازی ملی این کشور در تعدادی از شهرهای بزرگ این کشور به صورت آزمایشی صورت گرفته و به نظر می‌رسد تا پایان ماه نوامبر یوان دیجیتالی یکی از مهم‌ترین ارزهای مجازی مورد استفاده در دنیا باشد.

رفع وابستگی به دلار در دستور کار دولت چین است

آرش محمدی‌دوست، کارشناس اقتصاد دیجیتال و استاد

کارشناس اقتصادی و سیاسی صاحب‌نظر در حوزه جنگ تجاری آمریکا و چین بر این باورند که اقدامات اخیر جمهوری خلق چین که با هدف توسعه استفاده از ارزهای دیجیتال در این کشور و گسترش و تقویت جایگاه یوان به عنوان یک ارز شاخص بین‌المللی انجام شده، نقش مهمی در کاهش وابستگی اقتصاد جهانی به دلار خواهد داشت و با توجه به سهم بیش از ۱۰ درصدی چین از تجارت جهانی، کم‌رنگ‌تر شدن نقش دلار در روند پرداخت‌های بین کشوری کمترین اثر معرفی یوان دیجیتالی خواهد بود.

معرفی یوان دیجیتالی در حالی صورت گرفت که دونالد ترامپ از ابتدای ریاست جمهوری اش در آمریکا قصد داشت تا بستر دیجیتالی شدن ارز شاخص این کشور، دلار را فراهم کند و سنگاندازی‌های حزب دموکرات این کشور و نمایندگان این حزب در مجلس ایالات متحده باعث شده بود تا کابینه ترامپ در مسیر دیجیتالی کردن دلار موفق عمل نکند.

همچنین ناموفق بودن پروژه دلار دیجیتالی که دولت ترامپ آن را کلید زده بود در حالی اتفاق افتاده که بیش از ۸۰ درصد از بانک‌های مرکزی در سراسر جهان، امکان استفاده از ارزهای مجازی و توسعه بسترها مبادلاتی آن‌ها را هم‌زمان با شیوه ویروس کرونا و محدودیت‌های ناشی از بحران اقتصادی این بیماری بررسی می‌کنند و تعداد قابل توجهی از کشورهای توسعه‌یافته یا در حال توسعه نیز به فکر معرفی و گسترش استفاده از ارز دیجیتال ملی افتاده‌اند و چین در میان کشورهای توسعه‌یافته در این امر پیش‌قدم شده است.

جنگ تجاری جدید می‌تواند به نفع ایران باشد!

فیروز علیخانی، تحلیلگر بازارهای بین‌المللی بر این باور است که چین به عنوان یک پیشتاز در حوزه‌های مختلف اقتصادی ثابت کرده که همواره از پیوند تکنولوژی با اقتصاد و راهبردهای مالی جایه‌جایی اعتبار استقبال می‌کند و پیش‌قدمی این کشور در معرفی ارز دیجیتال ملی نسبت به ایالات متحده نیز یکی از مهم‌ترین

در سیستم مبادلات بین کشورهای دنیا نخواهد داشت. هم‌اکنون دلار به عنوان یکی از شاخص‌ترین ارزهای مورداستفاده در معاملات مالی و اعتباری سراسر دنیا شناخته می‌شود و سهمی ۸۰ درصدی از روند پرداخت‌ها و دریافت‌های روزانه اقتصاد جهانی در سراسر کشورهای دنیا دارد و با توجه به این سهم، ایالات متحده به عنوان مدیر اصلی ارزش دلار قادر به توقف بسیاری از سیستم‌های پرداخت و دریافت اعتباری است و می‌تواند با قراردادن کشورها، سازمان‌ها و یا فعالان اقتصادی در لیست سیاه دستگاه‌های اقتصادی، عرصه را برای توسعه تجارت برخی از کشورها تنگ کند.

چین و دیگر رقبای تجاری آمریکا در منطقه همچون روسیه بر این باوراند که با معرفی ارزهای دیجیتال ملی خود قادر به کنترل قدرت دلار به عنوان یک ارز شاخص مورداستفاده در روند معاملات روزانه بسیاری از بازارهای جهانی خواهد بود و از این طریق ابرقدرت اقتصادی آمریکا در جهان را خواهد شکست. برای این اساس جدیدترین میدان جنگ اقتصادی – تجاری میان ایالات متحده و رقبای اصلی‌اش در نظام اقتصاد جهانی همچون چین، عرصه ارزهای دیجیتال است و با توجه به شفاف نبودن معاملات در این بخش از اقتصاد، کمترین آسیب به کشورهای درگیر وارد خواهد شد.

منبع: اینما

دانشگاه اما نظر دیگری دارد؛ وی معتقد است استفاده از رمزارزها که بر پایه شفاف نبودن حساب‌های کاربری فعالان اقتصادی شکل گرفته‌اند در نظام‌های اقتصادی غیر آزاد و دولتی همچون نظام اقتصادی حاکم بر مبادلات مالی در چین غیرممکن است و دولت‌هایی که از اقتصاد کلاسیک حمایت می‌کنند نمی‌توانند با شفاف نبودن مبادلات ارزی در این حوزه کنار بیایند.

وی گفت: پیش‌قدمی چین در معرفی یک ارز مجازی ملی نسبت به ایالات متحده، اهمیت چندان اقتصادی ندارد و مهم‌ترین عامل در معرفی ارزهای مجازی ملی از سوی یک کشور، میزان اعتماد نظام اجتماعی به دولت حاکم است که بر اساس آخرین آمار چین در رابطه با شاخص مذکور وضعیت مناسبی ندارد.

کارشناس اقتصاد دیجیتال گفت: علت اصلی معرفی یوان دیجیتالی نگرانی حزب حاکم جمهوری خلق چین از نقش ایالات متحده در کنترل مبادلات مبتنی بر بیت‌کوین و دیگر ارزهای مجازی موجود است و به نظر نمی‌رسد بانک مرکزی چین به عنوان یک دستگاه اقتصادی فعل در نظام مالی کلاسیک به نتیجه مناسبی در پایان تحقیقات ۶ ساله‌اش در رابطه با نقش رمزارزها در اقتصاد آینده دنیا رسیده باشد.

محمدی دوست ادامه می‌دهد: رفع وابستگی به دلار در دستور کار دولت چین است و هرگونه ابتکارات جدید که از سوی دستگاه‌های اقتصادی این دولت در بستر نظام مبادلات مالی، برنامه‌ریزی و پیاده‌سازی شود، هدفی جز از کارانداختن نقش دلار



WHAT IS SPOOFING?



ایجاد صف خریدوفروش کاذب؛ رایج‌ترین روش دستکاری قیمت رمزارز

■ مازیار نسیمی؛ میهن بلاکچین

اسپوفینگ (spoofing) نوعی دستکاری بازار است که طی آن، معامله‌گران سفارش‌های خریدوفروش کاذب قرار می‌دهند و اصلاً قصدی ندارند که سفارش‌های آنها توسط بازار انجام شود. اسپوفینگ معمولاً از الگوریتم‌ها و ربات‌هایی استفاده می‌کند تا با ایجاد عرضه و تقاضای کاذب، بازار را دستکاری کند. اسپوفینگ در بسیاری از بازارهای مهم و بزرگ نظیر آمریکا و بریتانیا غیرقانونی است.

بازار چگونه به اسپوفینگ واکنش نشان می‌دهد؟

اغلب اوقات بازار واکنش شدیدی به سفارش‌های اسپوفینگ نشان می‌دهد زیرا روش کارآمد و خوبی برای تشخیص سفارش‌های کاذب و واقعی وجود ندارد. اگر سفارش‌های اسپوفینگ در محدوده‌های مهم قیمت نظیر سطوح حمایتی یا مقاومتی که برای خریداران و فروشنده‌گان بسیار مهم است ایجاد شود، اسپوفینگ می‌تواند بسیار کارآمد باشد.

برای مثال بیت‌کوین را در نظر می‌گیریم. فرض کنید بیت‌کوین سطح مقاومتی قوی در قیمت ۱۰,۵۰۰ دلار دارد. در تحلیل تکنیکال، سطح مقاومتی به معنای سطحی است که قیمت به سقف می‌رسد. معمولاً، در این سطح انتظار می‌رود که فروشنده‌گان پیشنهادات و سفارش‌های فروش دارایی خود را قرار دهند. اگر قیمت از سطح مقاومتی عبور نکند و ریزش پیدا کند، شاهد کاهش قیمت شدیدی خواهیم بود. هرچند اگر قیمت از سطح مقاومتی موردنظر عبور کند، احتمال ادامه روند صعودی بیشتر خواهد شد.

اگر سطح قیمت ۱۰,۵۰۰ دلار یک سطح مقاومتی قوی به نظر برسد، ربات‌ها سفارش‌های اسپوفینگ را اندازی بالاتر از این قیمت قرار می‌دهند. هنگامی که خریداران با سفارش‌های فروش بسیار زیادی مواجه شوند، کمتر به خرید در این سطح قیمت ترغیب می‌شوند. این گونه است که اسپوفینگ می‌تواند در دستکاری بازار

بارها درباره نحوه دستکاری بازار توسط معامله‌گران بزرگ و نهنگ‌ها صحبت شده است. اگرچه اکثر این نظریه‌ها را می‌توان نادرست خواند، اما روش‌های شناخته شده بسیاری در خصوص دستکاری بازار وجود دارد که به مقدار دارایی بسیار زیاد نیاز دارند. یکی از این روش‌ها، تکنیکی به اسم اسپوفینگ است.

اسپوفینگ چیست؟

اسپوفینگ یکی از روش‌های دستکاری بازار با استفاده از سفارش‌های خریدوفروش کاذب دارایی‌هایی نظیر سهام، کالاهای و ارزهای دیجیتال است. معمولاً معامله‌گرانی که در صدد انجام اسپوفینگ هستند، از ربات‌ها یا الگوریتم‌هایی خاص استفاده می‌کنند تا به طور خودکار، سفارش‌های خریدوفروش ایجاد کنند. هنگامی که سفارش موردنظر در آستانه انجام شدن قرار می‌گیرد، ربات‌ها یا الگوریتم به لغو سفارش می‌پردازند.

هدف اصلی اسپوفینگ، ایجاد حس کاذب فشار خرید یا فروش است. برای مثال، کسی که اسپوفینگ انجام می‌دهد ممکن است تعداد زیادی سفارش خرید کاذب تعیین کند تا حس تقاضای کاذبی در سطح قیمت مشخص ایجاد کند. سپس، با نزدیک شدن قیمت بازار به سفارش موردنظر، سفارش‌های لغو می‌شوند و قیمت به روند نزولی خود ادامه می‌دهد.

اقدام بالقوه اسپوفینگ، قصد انجام سفارش های را در نظر بگیرند. سایر بازارهای مالی مهم و بزرگ نظیر انگلستان نیز به قانون گذاری اسپوفینگ پرداخته اند. مرجع امور راهبرد امور مالی انگلستان (FCA) صلاحیت این را دارد تا معامله گران یا سازمان های مسئول اسپوفینگ را جریمه کند.

چرا اسپوفینگ به ضرر بازارهای مالی است؟

اسپوفینگ غیرقانونی است و معمولاً تاثیرات بسزایی بر بازارها دارد. اما دلیل این تاثیرات چیست؟ اسپوفینگ می تواند منجر به تغییرات قیمت شود. در این بین، از آنجایی که کنترل این تغییرات قیمت در اختیار کسانی است که اسپوفینگ انجام می دهند، این افراد می توانند از شرایط ایجاد شده، سود کسب کنند.

قانون گذاران آمریکا نیز در گذشته، نگرانی هایی را درباره دستکاری بازار ابراز کرده اند. تا ماه دسامبر ۲۰۲۰، کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا (SEC) هیچ کدام از پروپوزال های صندوق های قابل معامله در بورس بیت کوین (ETF) را نپذیرفته بود. اگر ETF مورد پذیرش قرار بگیرد و تایید شود، سرمایه گذاران سنتی بیشتری در آمریکا امکان این را خواهند داشت تا در معرض دارایی موردنظر نظری بیت کوین قرار بگیرند. برای رد این پروپوزال ها به چندین عامل اشاره شده است. یکی از این عوامل آن است که قانون گذاران، بازار بیت کوین را از دست کاری های بازار مصون نمی دانند.

هر چند با ورود بازارهای بیت کوین به مرحله جدیدی از بلوغ و افزایش نقدینگی و پذیرش از جانب سرمایه گذاران سازمانی، این موضوع ممکن است تغییر کند.

کلام آخر

اسپوفینگ یکی از روش های دستکاری بازار است که شامل ایجاد سفارش های کاذب است. شناسایی اسپوفینگ می تواند بسیار دشوار باشد اما غیرممکن نیست. دسته بندی سفارش های خرید و فروش به عنوان اسپوفینگ به تحلیل جامع قصد و دلیل معامله گران از ایجاد سفارش های نیاز دارد.

به حداقل رساندن اسپوفینگ در تمام بازارها، موضوعی قابل توجه و ایده آل است، زیرا باعث می شود محیط موردنظر برای تمام افرادی که در آن حاضر هستند متوازن و متعادل حفظ شود. از آنجایی که قانون گذاران، دست کاری های بازار را به عنوان دلیل اصلی عدم پذیرش ETF های بیت کوین بیان می کنند، اقداماتی که برای کاهش و به حداقل رساندن اسپوفینگ انجام می شوند می توانند در بلندمدت به نفع بازار ارزهای دیجیتال باشد.

موثر و کارآمد باشد.

نکته قابل ذکر این است که اسپوفینگ در بین بازارهای مختلف که همگی به یک دارایی مشترک وابسته اند می تواند کارآمد باشد. برای مثال، سفارش های اسپوفینگ بزرگ در بازار اوراق مشتقه می تواند بر بازار نقدی تاثیر گذار باشد و.

چه زمانی اسپوفینگ کارآمد نیست؟

هنگامی که احتمال نوسانات غیرمنتظره در بازار زیاد باشد، اسپوفینگ می تواند ریسکی تر شود. برای مثال، فرض کنید معامله گری می خواهد سفارش فروش اسپوفینگ در سطح مقاومتی قرار دهد. اگر روند صعودی قوی رخ دهد و فومو (ترس از دست دادن فرصت سرمایه گذاری) در بین خرد سرمایه گذاران ناگهان منجر به نوسان شدید شود، سفارش های اسپوفینگ ممکن است سریعاً انجام شوند. این شرایط مشخصاً برای کسانی که از اسپوفینگ استفاده می کنند شرایط ایده آلی نیست، زیرا آنها واقعاً قصد ندارند که وضعیت سفارش آنها انجام شود. همچنین فشار فروش یا سقوط ناگهانی نیز می تواند حتی سفارش های بزرگ را در چند ثانیه به پایان برسانند.

هنگامی که روند بازار عمده ای در اختیار بازار نقدی است، اسپوفینگ بسیار ریسکی و خطرناک می شود. برای مثال، اگر روند صعودی از جانب بازار نقدی رخ دهد، به معنای علاقه بسیار زیاد به خرید مستقیم دارایی موردنظر است. در این شرایط، اسپوفینگ ممکن است آنچنان کارآمد نباشد. هر چند، این موضوع عمده ای محیط بازار و بسیاری عوامل دیگر بستگی دارد.

آیا اسپوفینگ غیرقانونی است؟

اسپوفینگ در آمریکا غیرقانونی است. کمیسیون معاملات آتی کالاهای آمریکا (CFTC) مسئول نظارت بر فعالیت های اسپوفینگ در بازار بورس و بازار کالاهای است. در آمریکا، اسپوفینگ تحت قانون Dodd-Frank بند ۷۴۷ غیرقانونی است.

در این بند گفته شده است که CFTC می تواند به قانون گذاری نهادی بپردازد که: عمدتاً یا سهوا، اجرای تراکنش ها در زمان پایان یافتن دوره موردنظر را نادیده بگیرد. به این حالت، اسپوفینگ گفته می شود.

دسته بندی کردن سفارش های و پیشنهادات لغو شده در بازار قراردادهای آتی به عنوان سفارش های اسپوفینگ بسیار دشوار است، مگر آنکه فعالیت موردنظر بسیار تکرار شود. به همین دلیل است که قانون گذاران ممکن است قبل از جریمه کردن در خصوص یک



روش‌های کسب درآمد از بیت‌کوین و ارزهای دیجیتال

با توجه افزایش قیمت بیت‌کوین هنوز هم افراد زیادی هستند که بر روی بیت‌کوین سرمایه‌گذاری می‌کنند و اصلاً کارشان خریدوفروش بیت‌کوین است. خریدوفروش ارز دیجیتال بیت‌کوین در تمام جای دنیا وجود دارد و افراد زیادی در این راه در حال کسب درآمد هستند.

دارند یا می‌خواهند در داخل ایران بیت‌کوین خریدوفروش کنند فکر می‌کنند که با توجه به تحریم‌ها کسب درآمد از بیت‌کوین و یا خریدوفروش بیت‌کوین ناممکن است. اما اصلاً این‌طور نیست! شما در هر شرایطی می‌توانید از بیت‌کوین کسب درآمد داشته باشید. پس اگر فکر می‌کنید که خریدوفروش و کسب درآمد از بیت‌کوین غیرممکن است سخت در اشتباه هستید.

انتخاب ترکیب متنوع و هوشمندانه از دارایی‌های دیجیتال

ارز دیجیتال یک کلاس دارایی جدید است و فناوری بلاکچین برای ایجاد تحول در اقتصاد جهانی آماده است. توانایی بیت‌کوین برای باقی ماندن در پلتفرم برتر همچنان جای بحث دارد، اما هیچ شکی نیست که سایر ارزهای دیجیتال نیز با موفقیت روبرو خواهد شد.

مانند سرمایه‌گذاری‌های متعارف، داشتن یک سبد سهام که مشتمل از ارزهای دیجیتال مختلف است، یک حرکت هوشمندانه می‌باشد. برخی از آلت‌کوین‌ها سود غیرقابل باوری را برای سرمایه‌گذاران اولیه خود به ارمغان آورده‌اند. بسیاری از آنها پتانسیل‌های شگفت‌انگیز بلندمدت دارند. با این وجود، آلت‌کوین‌ها خطرناک هستند و باید فقط پس از ارزیابی دقیق و مستقل بر روی

بیت‌کوین ثابت کرده است که سودآورترین سرمایه‌گذاری ده گذشته بوده است و برای ده سال آینده نیز نوید سرمایه‌گذاری بیشتری را در این فضای دهد. موفق‌ترین سرمایه‌گذاران بیت‌کوین همیشه از یک سری اصول هوشمندانه پیروی کرده‌اند که برای افزایش سود نیز اهمیت خواهند داشت. پس منطقی است با توجه به این که ارزش بیت‌کوین در طی چندین سال گذشته چندین هزار برابر شده است بسیاری از افراد به فکر کسب درآمد از بیت‌کوین هستند.

شما که در حال مطالعه این مقاله هستید و به فکر کسب درآمد از بیت‌کوین هستید. اما ممکن است اطلاعات زیادی درباره بیت‌کوین نداشته باشید؟ اگر شما قصد کسب درآمد از بیت‌کوین را داشته باشید باید پاسخ این سوال را بدانید.

با توجه افزایش قیمت بیت‌کوین هنوز هم افراد زیادی هستند که بر روی بیت‌کوین سرمایه‌گذاری می‌کنند و اصلاً کارشان خریدوفروش بیت‌کوین است. خریدوفروش ارز دیجیتال بیت‌کوین در تمام جای دنیا وجود دارد و افراد زیادی در این راه در حال کسب درآمد هستند.

بسیاری از افرادی که قصد کسب درآمد از طریق بیت‌کوین را

روش درآمد کسب کنید ریسک بالای دارد. چون قیمت بیتکوین بسیار پر نوسان است و ممکن است قیمت آن خیلی افت کند. بازار بیتکوین اصلاً شبیه بازار بورس نیست چون که بازار بورس قابل پیش‌بینی است ولی بهیچ عنوان نمی‌توانید بازار بیتکوین را پیش‌بینی کنید. بهترین موقع برای اینکه از این روش کسب درآمد از بیتکوین استفاده کنید این است که وقتی قیمت بیتکوین به پایین‌ترین قیمت ممکن رسید بیتکوین بخرید. وبسایت‌های زیادی هستند که قیمت بیتکوین را به صورت نمودار و حتی در ایران به صورت ریالی به شما نشان می‌دهند.

کسب درآمد با تولید محتوا در زمینه ارزهای دیجیتال

یکی دیگر از بهترین روش‌ها برای کسب درآمد از بیتکوین تولید محتوا در زمینه ارزهای دیجیتال می‌باشد. با تولید محتواهای جذاب در این زمینه و ارائه آموزش‌های کاربردی می‌توانید افراد زیادی را به سایتان هدایت کنید و آنها را جذب خودتان کنید.

خریدهای تدریجی و ثابت

ممکن است در این سطح به نظر برسد که معامله گران و فعالان بازار بیشترین سود را کسب می‌کنند و مهارت‌های تجاری بیشتری برای سودآوری در فضای ارزهای دیجیتال لازم است. اما واقعیت، خلاف این موضوع است. خریدهای تدریجی و ثابت بیتکوین طی چند سال گذشته ثابت کردند که بهترین استراتژی برای سرمایه‌گذاران عادی می‌باشد.

به عبارت ساده‌تر، امر تجارت نیاز به مهارت بالای دارد و بیشتر تازه‌کارها با ضرر و زیان روپرتو می‌شوند. کسانی که در بازارهای مالی ستی مشغول به فعالیت هستند نیز مدت‌هast که این واقعیت را درک کردند. این امر به طور ویژه‌ای در فضای ارزهای دیجیتال صادق است؛ بنابراین بهترین اقدام این است که محافظه‌کار باشید و از بازی‌های معاملاتی دوری کنید.

در ازای ارائه محصولات و خدمات بیتکوین دریافت کنید یکی دیگر از روش‌هایی که می‌توانید از طریق بیتکوین کسب درآمد کنید این است که به ازای فروش محصولات و خدمات به جای دریافت پول نقدی مثل دلار و تومن از کاربرانتان بیتکوین دریافت کنید. امروزه سایت‌های زیادی هستند که به ازای محصولات و خدماتی که به دیگران ارائه می‌دهند بیتکوین دریافت می‌کنند. شما هم اگر محصولات و خدماتی را ارائه می‌دهید می‌توانید از مشتریانتان بیتکوین دریافت کنید.

آنها سرمایه‌گذاری کرد. به عبارت دیگر، انجام تحقیقات بسیار ضروری و مهم است. یک سبد سهام متنوع از ارزهای دیجیتال نیز باید محفظه کارانه صورت گیرد. آلتکوین‌های ثبت شده باید در اولویت سرمایه‌گذاران قرار گیرند؛ بنابراین بر روی پلتفرم‌هایی که جدیدتر بوده و از محبوبیت کمتری برخوردارند، در مقادیر کم سرمایه‌گذاری کنید.

ایمن نگهدارن بیتکوین

طبق اخبار و گزارش‌های بسیاری شنیده‌ایم که میلیون‌ها دلار بیتکوین، به دلیل کلیدهای ازدست‌رفته، رمزهای عبور فراموش شده و سرقت ناپدید شده‌اند. تقریباً تمام این خسارات، ناشی از خطای انسانی است.

سرمایه‌گذاران هوشمند، امنیت را در اولویت اول خود قرار داده‌اند. آنها هیچ‌گاه وجوده خود را در صرافی‌ها نگه نمی‌دارند و همیشه فرآیندهای ذخیره ارزهای دیجیتال را در یک فپول‌هایشان، به طور کامل درک می‌کنند.

برای نگهداری صحیح از ارزهای دیجیتال، یک روش روش‌شن و مداوم داشته باشید. کلیدها و کلمات عبور را با دقت بتونیسید و آنها را در یک مکان امن ذخیره کنید. اطلاعات مهم را در فایل‌های کامپیوتري رمزنگاری نشده یا در فضای ابری ذخیره نکنید. نکته مهم اینکه، این واقعیت را همیشه به خاطر داشته باشید که هارد‌دیسک‌ها ممکن است خراب شوند و فایل‌ها از بین می‌روند.

کسب درآمد از بیتکوین

در این قسمت قصد داریم ایده‌ها و روش‌های درآمدزایی از بیتکوین را به شما آموزش بدهیم. برای درآمدزایی از بیتکوین راه و روش‌های زیادی وجود دارد که می‌توانید از آنها درآمدزایی کنید. البته یک سری از روش‌های درآمدزایی از بیتکوین سرکاری هستند. ولی در این مقاله قصد داریم روش‌های واقعی و اصلی درآمدزایی از بیتکوین را به شما آموزش بدهیم.

اولین روش برای درآمدزایی از بیتکوین سرمایه‌گذاری بر روی خود بیتکوین است.

در این روش شما از طریق خرید و فروش بیتکوین کسب درآمد می‌کنید. چون قیمت بیتکوین مخصوصاً در زمان نگارش این مقاله بسیار بالاست اگر بخواهید از این روش کسب درآمد استفاده کنید باید سرمایه زیادی را برای خرید بیتکوین داشته باشید.

البته اگر بخواهید بر روی بیتکوین سرمایه‌گذاری کنید و از این

مخصوص استخراج بیتکوین استفاده کنید.

نتیجه‌گیری

همان‌طور که در اول مقاله هم اشاره کردیم، با توجه به ارزش بسیار بالایی که بیتکوین دارد باید به فکر درآمدزایی از طریق بیتکوین باشید. طی چندین سال قیمت بیتکوین از چند سنت به چند هزار دلار رسیده است و این به این معنی است که هنوز هم ممکن است ارزش بیتکوین دهها برابر شود. برای همین اگر بتوانید با توجه به روش‌های اصولی بیتکوین استخراج کنید و یا حتی روی بیتکوین سرمایه‌گذاری کنید می‌توانید سرمایه‌تان را چندین و چندبرابر کنید.

آنده برای فناوری بلاکچین بسیار روشن است و به همین دلیل برای کسانی که به دنبال رود به بازارهای ارزهای دیجیتال هستند بسیار امیدوارکننده است بنابراین کسب درآمد از بیتکوین واقعی است. در این مقاله به شما ساده‌ترین راههای برای درآمدزایی از طریق بیتکوین معرفی کردیم. اگر قصد دارید که از طریق بیتکوین کسب درآمد کنید به دنبال روش‌های معتبر باشید. با این وجود، پیروی از اصول اساسی و محافظه‌کارانه بهترین وسیله برای تحقق مزایای سرمایه‌گذاری و کسب درآمد از بیتکوین و ارزهای دیجیتال است.

به عنوان مثال می‌توانید یک بخش اعضا ویژه داخل سایتتان را اندازی کنید و هر یکه عضویت در آن را از کاربرانتان بیتکوین دریافت کنید. برای دریافت بیتکوین هم می‌توانید شماره حساب بیتکوین یا کلید عمومی کیف پول بیتکوین را به کاربرانتان بدهید و البته در گاههای پرداخت ارز دیجیتال را هم می‌توانید بر روی وب‌سایتتان داشته باشید.

کسب درآمد به روش استخراج بیتکوین

یکی از بهترین روش‌ها برای درآمدزایی از بیتکوین روش استخراج بیتکوین است. در این روش شما با استفاده از دستگاههای ماینری که دارای سخت‌افزار پیشرفته هستند بیتکوین استخراج می‌کنید. برای استخراج بیتکوین شما باید از دستگاههای مخصوص که دارای سی‌پی‌یو و رم قدرتمندی هستند استفاده کنید. وقتی اسم استخراج بیتکوین باید بسیاری از افراد فکر می‌کنند که می‌توانند با استفاده از سیستم‌های خانگی شان بیتکوین استخراج کنند. اگر بخواهید با استفاده از سیستم‌های خانگی تان بیتکوین استخراج کنید ممکن است دهها سال زمان بر باشد تا فقط یک بیتکوین استخراج کنید چون سیستم‌های خانگی توانایی استخراج بیتکوین را ندارند.

اگر به فکر استخراج بیتکوین هستید و قصد دارید از این روش کسب درآمد از بیتکوین استفاده کنید باید از دستگاههای

پایگاه خیری و اطلاع رسانی


اقتصاد الکترونیکی
www.elececo.ir

مارک شبکه‌های اجتماعی دنیاگسترید



در

به روزترین مقالات و گزارش‌ها و آخرین اخبار

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

ماهنشمه


ماهنشمه
اقتصاد دیجیتال
www.DigitEco.ir

جهت ارسال مقاله، گزارش و خبر:

تلگرام و واتساپ: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵

شماره مستقیم سردبیر: ۰۹۲۱۲۷۸۹۴۰۶

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



اسرار خرید و فروش بیت‌کوین و دیگر رمざرزها در ایران

علاقه ایرانی‌ها برای ورود به بازار بیت‌کوین به عنوان محبوب‌ترین ارز دیجیتال دنیا با ریزش مداوم بورس شدت گرفته است اما در این مسیر تهدیداتی وجود دارد که حین خرید و فروش باید به آنها توجه کرد.

بزرگ‌ترین ریسک‌های است. این اختلاف قیمت می‌تواند بعضاً به ۵۰ میلیون تومان برای هر بیت‌کوین برسد. بعضی رمزارزها آنقدری در ایران کم معامله می‌شوند که نمی‌توان برایشان مشتری پیدا کرد. بعضی کیف پول‌ها رابطه خوبی با کاربران ایرانی ندارند و تا حالا چند بار اتفاق افتاده که یک کیف پول رمزارز دسترسی کاربران ایرانی را به دارایی‌هایشان مسدود کرده و به کلی سرمایه آن‌ها از بین رفته است. تراکنش رمزارزها و همچنین خرید و فروش آن‌ها کارمزد بالایی دارد و برای همین کسانی که بخواهند با پول کم وارد این بازارها شوند باید هزینه‌های زیادی برای کارمزد پردازند.

علاوه بر این تراکنش رمزارزها فرآیند خاصی دارد که بر اساس آن معلوم نمی‌شود بعد از گذشت چه مدت رمزارزهای موردنظرتان به کیف پول مقصد خواهد رسید. از همه مهم‌تر اینکه هیچ‌کدام از سایتها، سامانه‌ها و صرافی‌های ایرانی که امکان خرید و فروش ارزهای دیجیتال را فراهم کرده‌اند، مجوز یا اینماد ندارند و قابل اعتماد نیستند.

قیمت بیت‌کوین در ایران

قیمت رمزارز در هر بازار بسته به عرضه و تقاضا در همان بازار است. همین اتفاق باعث می‌شود قیمت ارزهای دیجیتال در بازارهای مختلف خرید و فروش آن‌ها متفاوت باشد. شاید در بازارهای جهانی این اتفاق کمتر بیافتد چراکه در این بازارها کسانی

در ماه آخر سال می‌لادی ۲۰۲۰ ارزش بیت‌کوین با افزایش ۵۰ درصدی از مرز ۲۸ هزار و ۸۴۰ دلار گذشت و بیشترین رشد ماهانه خود را از سال ۲۰۱۹ به این طرف ثبت کرد. اگر تغییرات ارزش بیت‌کوین در سال ۲۰۲۰ را معیار در نظر بگیریم، باید جلوی آن رشد بیش از ۳۰۰ درصدی قیمت را ثبت کنیم. رشد قیمت بیت‌کوین در سال ۲۰۲۱ می‌لادی ادامه پیدا کرده است.

در این میان باتوجه به رونق شتابان در ارزهای دیجیتال شاهد هستیم که بسیاری از مردم ایران که در بورس متحمل ضرر شدند قصد دارند این ضرر را در بازار بیت‌کوین جبران کنند، اما باتوجه به رشدی که این رمزارز کرده فعالان این بازار برای ورود هشدار می‌دهند که قبل از ورود باید آموزش لازم را کسب کنند.

تفاوت قیمت رمزارزها در ایران و جهان

قیمت بیت‌کوین طی سه ماه سه برابر شده است.. اتفاقی که شاید خیلی‌ها در ایران بعد از نامید شدن از بورس و آرام گرفتن قیمت طلا و ارز، به سمت بازار ارزهای دیجیتال یا رمزارزها بکشاند. بیت‌کوین تنها یکی از آنهاست و اینطور که پیداست جدیداً تب خرید و فروش ریپل و اتریوم هم بالا گرفته.

علاوه بر ریسک بالای سرمایه‌گذاری در رمزارزها، کاربران ایرانی با خطرات دیگری هم روبرو هستند. تفاوت قیمت رمزارزها در بازارها و صرافی‌های ایرانی با بازارهای جهانی رمزارز یکی از

صرافی‌های ایرانی جایگاه خاصی ندارند. شاید بتوان آنها را در یکی دو صرافی پیدا کرد، اما اگر سراغ خرید بروید، برای فروش آنها به مشکل خواهد خورد.

علاوه بر اینکه بعضی رمزارزها ممکن است به کلی در خیلی از صرافی‌ها خرید و فروش نشوند، حجم معاملات در برخی صرافی‌های و سایت‌های خرید و فروش بسیار پایین است. مثلاً شاید ریپل در برخی صرافی‌ها روزانه شاهد معاملات ۹۰۰ میلیارد تومانی باشد، اما ارزش معاملات در برخی رمزارزها می‌تواند تا چندده میلیون تومان کاهش پیدا کند. این مورد نشان از نقدشوندگی پایین برخی رمزارزها در بازارهای ایرانی دارد که می‌تواند برای سرمایه‌گذاران آنها در دسرساز شود.

تراکنش بیت‌کوین چند ساعت طول می‌کشد؟

برخلاف تصور خیلی‌ها تراکنش رمزارزها لحظه‌ای نیست. بسته به کارمزدی که پرداخت می‌کنید و همچنین بسته به کیف پول موردن استفاده ممکن است تراکنش بیت‌کوین بین چند دقیقه تا چند ساعت طول بکشد. برای مثال ممکن است شما در لحظه‌ای که قیمت بیت‌کوین در بازارهای جهانی صعودی است اقدام به خرید رمزارز کنید، در حالی که این تراکنش به خصوص در مورد مبالغ کوچک بعد از چند ساعت و در زمانی که قیمت بیت‌کوین به مدار نزولی افتاده معامله انجام شود.

همچنین باید توجه داشته باشید که شما از قبل نمی‌دانید زمان انتقال رمزارز از یک کیف پول به یک کیف پول دیگر چقدر است. این مورد صرفاً به صورت تقریبی از طرف کیف پول‌ها اعلام می‌شود. اگر از قبل بدایم دقیقاً چقدر زمان برای انجام تراکنش رمزارز لازم است، شاید شرایط بهتر بود، اما فرآیند انتقال رمزارزها به کیف پول‌های دیگر به شکلی است که چنین امکانی وجود ندارد.

کارمزد تراکنش رمزارزها چقدر است؟

کارت به کارت کردن پول ۶۰۰ تومان کارمزد دارد. شاید کسانی که با بازار رمزارزها آشنا نیستند، تصور کنند کارمزد تراکنش‌های رمزارز هم شرایط مشابهی داشته باشد و برای انتقال مبلغ یا درصد ثابت کارمزد پرداخت کنیم، در حالی که کارمزد تراکنش رمزارزها در هر کیف پول تفاوت زیادی دارد و همچنین بر اساس مبلغ موردنظر شما و همچنین زمان انجام تراکنش متغیر خواهد بود. تا جایی که یکی از سایت‌های بین‌المللی نموداری از تغییرات میانگین کارمزد تراکنش‌ها در بین کیف پول‌های مختلف دارد.

هستند که قیمت ارز دیجیتال را با یکدیگر هماهنگ می‌کنند، اما در سایت‌های ایرانی که امکان خرید و فروش بیت‌کوین و دیگر رمزارزها را با ریال فراهم کرده‌اند، این تفاوت ممکن است بیشتر باشد.

به خصوص در ساعت‌های نیمه شب که حجم معاملات به شدت پایین است. برای مثال در لحظه نگارش این متن، قیمت هر بیت‌کوین در بازارهای جهانی حدود ۳۴۰۰ هزار و ۳۰۰ دلار است که با احتساب دلار ۲۵ هزار و ۸۰۰ تومانی به پول می‌شود رقمی حدود ۸۵ میلیون تومان. در حالی که قیمت بیت‌کوین در بازارهای مختلف ایرانی تفاوت زیادی با این رقم دارد.

بنا بر نوشته هفت صبح؛ مثلاً در همین لحظه در پرطرفدارترین سایت ایرانی خرید و فروش رمزارز قیمت بیت‌کوین برای خریداران ۹۲۲ میلیون تومان است. یکی از سایت‌ها بیت‌کوین را ۹۳۰ میلیون تومان و سایت دیگری ۹۲۳ میلیون تومان می‌فروشد. عرضه و تقاضا در یک سایت قیمت بیت‌کوین را روی ۹۲۸ میلیون تومان نگهداشت و در سایت دیگر ۹۲۴ میلیون تومان است.

در هیچ‌کدام از این بازارهای نمی‌توانید بیت‌کوین را با قیمت واقعی آن یعنی ۸۸۵ میلیون تومان بخرید. شاید فکر کنید این اختلاف قیمت تاثیری در معاملات نمی‌گذارد، اما باید توجه داشته باشید که موقع فروش رمزارز، این ارقام کاملاً بر عکس می‌شود. یعنی اگر بخواهید ارز دیجیتال خود را بفروشید، مبالغ کمتری نسبت به ارزش واقعی آنها به شما پیشنهاد می‌شود.

کدام رمزارزها در ایران قابل خرید و فروش است؟

احتمالاً با سایت‌های مختلف خرید و فروش رمزارز در ایران رویه رو شده باشید. هر کدام از آنها بخش‌هایی برای معامله رمزارزهای مختلف دارند. مثلاً یکی از پرطرفدارترین هایشان، امکان معامله بیت‌کوین، اتریوم، لایت‌کوین، تتر، ریپل، بیت‌کوین کش، بایننس کوین، ای‌اواس، استارلار، اتریوم کلامیک، ترون و دوج‌کوین را فراهم کرده است.

یک بازار دیگر صرفاً امکان معامله شش رمزارز بیت‌کوین، اتریوم، بیت‌کوین کش، لایت‌کوین، دش و تتر را دارد. یکی از صرافی‌ها که خودش از کاربران ارز دیجیتال می‌خورد و به آنها می‌فروشد، ادعا می‌کند ۵۰ نوع رمزارز را در فهرست خود دارد. با این وجود خیلی از رمزارزها در ایران قابل خرید و فروش نیستند و بازاری برای آنها وجود ندارد. از جمله این رمزارزها می‌توان به پولکادات، چین‌لینک، کارданو، موترو، یونی‌سوپ و ترون اشاره کرد که در بازارهای جهانی حجم معاملات بالایی دارند، اما در بین



ارزهای دیجیتال کیف پول‌های مختلفی دارند. از کیف پول‌های سخت‌افزاری تا آنلاین، انواع نمونه‌هایی هستند که فعالان بازار رمزارزها از آن‌ها استفاده می‌کنند، اما در ایران، کسی که بخواهد برای سرمایه‌گذاری در حوزه رمزارز دست به کار شود، چاره‌ای جز اعتماد به کیف پول‌های آنلاین ندارند. بعضی از این کیف پول‌ها به کاربران ایرانی خدمات ارائه نمی‌کنند.

برخی دیگر هم ممکن است هر لحظه به خاطر تحریم‌های آمریکا خدمت‌رسانی به کاربران ایرانی را متوقف کنند. در چنین شرایطی دارایی‌هایی که در کیف پول ذخیره شده ممکن است به کلی از دسترس خارج شود. درست مثل اینکه پولی در حسابات داشته باشید و بعد از مسدود شدن حساب نتوانید پولتان را حساب خارج کنید. این ریسک می‌تواند به قیمت ازدست‌رفتن تمام رمزارزهایتان تمام شود و هزینه قابل توجهی برایتان داشته باشد. علاوه بر تحریم، امکان هک شدن کیف پول هم وجود دارد. کیف پول Mt.Gox از نمونه‌هایی است که هک شده و دارایی کاربرانش از بین رفته است. علاوه بر این بتکنس و همچنین CEX نمونه‌هایی هستند که در چند سال گذشته به بهانه تحریم‌ها دسترسی کاربران ایرانی را به موجودی بیت‌کوین خودشان مسدود کرده‌اند و هیچ پاسخ قانع‌کننده‌ای هم ارائه نکرده‌اند.

زمان خریدوفروش ارز دیجیتال

خریدوفروش ارز دیجیتال خواب و بیداری نمی‌شناسد. این معاملات چه در بازارهای جهانی و چه در بازارهای ایرانی به صورت ۲۴ ساعته در جریان هستند. ممکن است برخی موارد در بازارهای جهانی رمزارز در ساعتی اتفاق بیافتد که به ساعت ما مربوط به نیمه‌شب باشد. مثلاً ممکن است یک شب بخوابید و فردا صبح ببینید قیمت ارز دیجیتال سقوط سنگینی را پشت سر گذاشته. ریپل یکی از این نمونه‌های است که یکی دوهفته پیش ساعت چهار صبح به وقت ایران شاهد ریزش ۵۰ درصدی قیمت آن بودیم. در این ساعات اغلب کاربران ایرانی خواب بودند و عملاً امکان واکنش نشان‌دادن به این اتفاقات را نداشتند. همچنین در نیمه‌های شب ارزش معاملات در صرافی‌های ایرانی به قدری کاهش پیدا می‌کند که ممکن است شاهد به وجود آمدن تفاوت چشمگیری بین قیمت بازارهای جهانی و قیمت لحظه‌ای در بازارهای ایرانی باشیم.

منبع: تیتر برتر

همچنین با افزایش تراکنش‌های روزانه بیت‌کوین و زمانی که کیف پول‌ها سرشان شلوغ می‌شود، تراکنش‌ها بر اساس مبلغ‌شان اولویت‌بندی می‌شوند. شما برای اینکه بتوانید زودتر رمزارز خود را جابه‌جا کنید، باید کارمزد بیشتری پرداخت کنید.

با این حساب تراکنش رمزارز برای مبالغ کوچک می‌تواند کارمزد خیلی گرانی داشته باشد و به کلی صرفه اقتصادی انتقال، خریدوفروش ارز دیجیتال را از بین ببرد. توجه داشته باشید که کارمزد انتقال رمزارز از یک کیف پول به کیف پول دیگر مبلغی جدا از کارمزد خریدوفروش رمزارزها در بازارهای مختلف است. مثلاً یکی از بازارها در کنار کارمزد تراکنش‌ها که بر عهده کاربر است، درصدی را به عنوان کارمزد بازار معاملات دریافت می‌کنند که این رقم عموماً در حدود دو تا چهار دهم درصد است. صرافی‌های ارز دیجیتال ایرانی برای مبالغ کوچک کارمزد بیشتری نسبت به مبالغ بزرگ دریافت می‌کنند. کارمزد معاملات بورس حدود ۱۲ صدم درصد است.

نحوه خریدوفروش بیت‌کوین در ایران چگونه است؟

صرافی‌های مختلفی در ایران در حوزه خریدوفروش رمزارز فعالیت می‌کنند و بازارهایی برای معاملات ارز دیجیتال راماندازی کرده‌اند. شیوه کارشان به این صورت است که یک کیف پول مجازی مشابه یک سبد دارایی برایتان تعریف می‌کنند و شما با واریز پول یا رمزارز می‌توانید شروع به خریدوفروش کنید. باید توجه داشته باشید که هیچ کدام از این صرافی‌ها و سامانه‌ها ای نماد ندارند. ای نماد همان نشان اعتماد الکترونیک است که برای جابه‌جا کردن پول و خرید اینترنتی حتماً لازم است تا چنین مجوزی برای سایت صادر شده و این نماد در سایت وجود داشته باشد. در چنین شرایطی همیشه ریسک کلاهبرداری توسط برخی سایت‌ها وجود دارد.

همچنین اگر زمانی اتفاقی برای سایت و سامانه خریدوفروش رمزارز پیش بباید، شما امکان اعتراض به هیچ ارگانی را ندارید. برخی از آن‌ها توضیحاتی درباره علت نداشتن ای نماد در سایتشان آورده‌اند، اما این موضوع همچنان می‌تواند برای کاربران ریسک داشته باشد.

ریسک خریدوفروش ارزهای دیجیتال در ایران

روش‌های نقد کردن بیت‌کوین و اصطلاحات آن

بیت‌کوین امروزه به یکی از معروف‌ترین ارزهای دیجیتالی تبدیل شده که کمترین کسی با نام آن آشنا نیست و دلیل معروفیت و شکوفایی این ارز دیجیتال، رسیدن ارزش آن به ۲۰۱۷ هزار دلار در سال ۲۰۱۷ بود. نقد کردن بیت‌کوین پس از رایج شدن و افزایش قیمت آن‌ها یکی از رایج‌ترین کارهایی است که اکثر سرمایه‌گذاران به فکر آن افتاده‌اند.

به‌خاطر آن پول پرداخت کنند. درواقع هر ارزی که کاربردی باشد مردم طرفدار و خواهان آن می‌شوند و لذا تقاضا برای داشتن آن بیشتر می‌شود از این‌رو آن ارز ارزشمند می‌شود و ارزش مالی پیدا می‌کند.

اصطلاحات تبدیل بیت‌کوین به پول

طبعتاً وقتی شما فعالیت خود را شبکه‌های بیت‌کوین آغاز کنید با چندین اصطلاح برخورد می‌کنید که این اصطلاحات در زمان تبدیل و نقد کردن بیت‌کوین به شما کمک خواهد کرد. از جمله عبارات کاربردی در زمان نقد کردن بیت‌کوین عبارت‌اند از: تبدیل بیت‌کوین به تومنان، فروش بیت‌کوین به دلار و یورو، فروش بیت‌کوین به ریال، تبدیل کردن بیت‌کوین به پول‌های رایج، تبدیل کردن بیت‌کوین به پول‌های ایران و خارج و...
منظور از تمام اصطلاحات بالا یعنی اینکه بیت‌کوین بدھید و پول دریافت کنید؛ اما به این نکته توجه کنید که هر زمان تصمیم به فروش و نقد بیت‌کوین گرفتید باید خریدار، بیت‌کوین را از شما دریافت کند و پول رایج مملکت را به حساب شما واریز کند. به همین سادگی!

مراحل نقد کردن بیت‌کوین و دریافت پول

صرافی‌ها امروزه به یکی از رایج‌ترین روش‌ها برای نقد کردن بیت‌کوین تبدیل شده‌اند چراکه این صرافی‌ها آنلاین هستند و به‌روزترین قیمت ارزهای دیجیتال را در وب‌سایت خود قرار می‌دهند و مشتریان به راحتی می‌توانند بیت‌کوین خود را بفروشند. این صرافی‌ها این امکان را به مشتریان خود می‌دهند که بیت‌کوین

همیشه مهم‌ترین سوالی که برای افراد خواهان سرمایه‌گذاری در بازار رمزارزها وجود دارد چگونگی نقد کردن بیت‌کوین است. یا اصلاً نقد کردن بیت‌کوین امکان‌پذیر است؟ به همین دلیل ما در این مطلب در مورد چگونگی تبدیل بیت‌کوین به پول نقد و بیت‌کوین به دلار، دلار مجازی و ریال و مراحل نقد بیت‌کوین می‌پردازیم.

نقد کردن بیت‌کوین امکان‌پذیر است؟

وقتی بیت‌کوین را به عنوان یک ارز ارزشمند در نظر بگیریم تبدیل بیت‌کوین به پول و ارزهای رایج امکان‌پذیر است. درواقع شما چه بیت‌کوین را یک کالا در نظر بگیرید و چه ارز، همیشه برای این رمزارز خریدار و فروشنده‌ای وجود دارد. پس با درنظر گرفتن این دیدگاه، نقد کردن بیت‌کوین و تبدیل آن به دلار و ریال و تومنان نیز امکان‌پذیر است. امروزه افراد برای نقد بیت‌کوین و تبدیل آن به پول از اصطلاحات مختلفی استفاده می‌کنند که همه آن‌ها را در ادامه توضیح خواهیم داد. پس این دغدغه که آیا تبدیل ریالی بیت‌کوین امکان‌پذیر است را نداشته باشید و با خیالی آسوده در این بازار سرمایه‌گذاری کنید.

دلیل ارزش مالی ارزها چیست؟

زمانی یک ارز ارزش پیدا می‌کند که در طول مدت زمانی، ارزش نسبی خود را حفظ کند در این صورت است که ارزها ارزش مالی پیدا می‌کنند؛ لذا ارزی که ارزش داشته باشد و بتوان با آن برای خرید کالا و خدماتی اقدام کرد آن ارز دارای ارزش مالی است که بیت‌کوین نیز از این قاعده مستثنی نیست.
از آنجایی که بیت‌کوین‌ها کاربردی هستند، مردم هم حاضرند

P2P پلتفرم واسطه

این سایت‌ها خریدوپروش و معاملات را آسان‌تر می‌کنند. به این صورت که با واسطه شدن بین خریدار و فروشنده سبب تأمین امنیت معامله می‌شوند. این سایت‌ها بهزای واسطه‌گری مقداری کارمزد دریافت می‌کنند. این سایت‌ها بر عکس صرافی‌ها خودشان خریدار و فروشنده بیت‌کوین نیستند.

پلتفرم معاملاتی یا همان تریدینگ

کارکرد این سایت‌ها کمی شبیه صرافی‌هاست از این‌رو به پلتفرم‌ها هم گاهی صرافی گفته می‌شود این سایت‌ها مخصوص خریدوپروش سریع رمزارزها است. ولی این سایت‌ها مخصوص کسانی است که می‌خواهند از نوسانات موجود در بازار ارز، سود دریافت کنند. پلتفرم‌ها در ایران فقط مخصوص تبدیل کردن ارزهای دیجیتال به هم است و برای نقدکردن بیت‌کوین کاربردی ندارد.

کدام روش برای نقدکردن بیت‌کوین و دریافت ریال است؟

همان‌طور که گفتیم تریدینگ‌ها در ایران کاربردی ندارند. صرافی‌ها هم برای معامله کند هستند، لذا بهترین روش برای تبدیل بیت‌کوین به ریال پلتفرم واسطه P2P است. علاوه بر این از آنجایی که خود صرافی‌ها هم در این پلتفرم‌ها فعالیت دارند و در کل این سایت‌ها کاربران زیادی برای خریدوپروش دارند می‌توان بیت‌کوین را با قیمت بهتری نقد کرد.

تبدیل بیت‌کوین و دریافت دلار

طیعتاً برای نقدکردن و تبدیل بیت‌کوین به دلار راه‌ها و گزینه‌های بیشتری نسبت به تبدیل کردن بیت‌کوین به ریال وجود دارد.

تبدیل بیت‌کوین به دلار کاغذی

تبدیل بیت‌کوین به دلار کاغذی در ایران اصلاً کار آسانی نیست چراکه در ایران هیچ صرافی برای چنین تبدیلی وجود ندارد. برای این تبدیل شما باید شخصی را پیدا کنید که بهزای دریافت بیت‌کوین به شما دلار کاغذی بدهد.

تبدیل بیت‌کوین به دلار مجازی

تبدیل بیت‌کوین به دلار مجازی به نوع حساب دلاری شما بستگی دارد. اگر حساب شما از نوع پرفکت مانی و وب‌مانی باشد برخی از صرافی‌های ایران این تبدیل را برای شما انجام می‌دهند.

منبع: رده

خریداری شده را به دلار و تومان و یورو و... بفروشند. عموماً هر صرافی راه و روش خود برای نقدکردن بیت‌کوین دارد اما به طور کلی فروشنده‌گان باید این مراحل را برای نقد بیت‌کوین خود طی کنند:

۱. پیداکردن یک صرافی مطمئن و معابر

۲. مطمئن شدن از معامله؛ برای این کار بهتر است به صرافی موردنظر پیام دهید که آیا خریدار بیت‌کوین هست یا خیر چراکه بسیاری از صرافی‌ها فقط فروشنده بیت‌کوین هستند.

۳. عضو شدن در وب‌سایت صرافی و احراز هویت؛ احراز هویت عموماً در بسیاری از سایت‌های صرافی در زمان خریدوپروش بیت‌کوین الزامی است.

۴. ارسال درخواست فروش بیت‌کوین؛ این درخواست بسته به سایت صرافی‌ها متفاوت است.

۵. فرستادن بیت‌کوین به وب‌سایت خریدار؛ در این مرحله وارد کیف پولتان شوید و مقدار بیت‌کوینی که قصد فروش آن را دارید به آدرس خریدار بفرستید.

۶. انتظار برای تأیید تراکنش؛ این مدت‌زمان عموماً بین ۱۰ تا ۳۰ دقیقه است.

۷. دریافت پول در حساب بانکی؛ پس از دریافت بیت‌کوین توسط صرافی باید به حساب شما مبلغ موردنظر واریز شود، مدت‌زمان واریز پول از صرافی به حساب شما بستگی به سیاست‌گذاری صرافی دارد لذا قبل از انجام معامله باید در مورد آن صحبت کنید.

باید بدانید این مراحل و روش‌های نقدکردن بیت‌کوین بسته به شرایط مختلف و قوانین صرافی‌های مختلف، متفاوت است.

تفاوت صرافی، پلتفرم واسطه P2P و پلتفرم معاملاتی

در نقدکردن بیت‌کوین

عموماً تمام ارزهای دیجیتال خصوصاً بیت‌کوین از طریق سایت‌های آنلاین خریدوپروش می‌شوند این سایت‌ها به ۳ دسته صرافی‌ها و پلتفرم واسطه P2P و پلتفرم معاملاتی تقسیم می‌شوند؛ اما این سایت‌ها چه تفاوتی باهم دارند؟

صرافی‌های آنلاین نقدکردن بیت‌کوین

این سایت‌ها خودشان بیت‌کوین را از شما خریداری می‌کنند و می‌فروشند. خریدوپروش و معاملات در این سایت‌ها عموماً کند است و شما در این سایت‌ها با افراد عادی روبرو هستید. این نوع سایت‌ها برای فراهم کردن نقدینگی خود گاهی از سایر صرافی‌ها هم کمک می‌کیرند.



استخراج ارز دیجیتال چیست و چگونه انجام می‌شود؟

انگار این رسم دنیاست که هر چیزی استخراج می‌شود، بالارزش است؛ مثل طلا، نفت و غیره. ارزهای دیجیتال هم جزو دارایی‌های بسیار بالارزشی هستند و به فرایندی که طی آن یک ارز دیجیتال تولید و به بلاک‌چین اضافه می‌شود، استخراج ارز دیجیتال می‌گویند. اگر به این مبحث علاقه‌مندید و می‌خواهید صفر تا صد ماینینگ ارز دیجیتال را بدانید، تا انتهای این مطلب را بخوانید.

این فرایندها و وظایفی که بر دوش کامپیوترها (دستگاه‌ها) هست، معمولاً با حل یکسری معادلات و مسائل و سخت ریاضی انجام می‌شود. هرچه ماینرها قصد داشته باشند که کوین‌های بیشتری را استخراج کنند – که در این صورت باید استخراج قوی‌تری داشته باشند – معادلات ریاضی سخت‌تر و پیچیده‌تر خواهند بود.

استخراج ارز دیجیتال هم مانند استخراج موارد دیگر نیازمند تلاش، کوشش و هزینه‌های ابتدایی بسیار بالایی است. البته در برخی موارد هم این طور نیست. تا انتهای این مطلب شما یاد می‌گیرید که استخراج ارز دیجیتال چیست و چگونه انجام می‌شود؟ با انواع روش‌های آن آشنا می‌شوید و برای شروع به کارتان، تصمیم می‌گیرید.

استخراج چیست؟

استخراج به معنی یک مکان مجازی است که ماینرها برای کسب سود بیشتر، قدرت پردازش خود را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند.

به این شکل دیگر تعادل در استخراج برقرار خواهد شد، اما در نهایت نیاز به قدرت پردازش سخت‌افزاری بیشتری نسبت به قبل خواهد بود. عوامل جزئی دیگری هم در فرایند ماینینگ ارز دیجیتال دخیل‌اند. اما مهم‌ترین مسئله این است که اگر شما قدرت پردازش خود را در اختیار استخراج قرار دهید، درنهایت بخشی از سود آن را متناسب با میزان قدرت پردازشی که در اختیار گذاشته‌اید، دریافت خواهید کرد.

استخراج ارز دیجیتال یا ماینینگ به چه معناست؟

توضیح استخراج ارز دیجیتال به زیان ساده به این شکل است: فرض کنید یک دستگاه یا ماشین (صنعتی) دارید که بعد از به‌پایان رساندن یکسری وظایف خاص، مقداری ارز دیجیتال به دست می‌آورد. برای این‌که این بخش را بهتر متوجه شوید، فرض کنید که این ماشین استخراج ارز دیجیتال، همان کامپیوتر خانگی تان است. کامپیوتر شما برای این‌که حتی مقدار کوچکی از این ارزهای دیجیتال را به دست آورد، باید یکسری فرایند و وظایف خاص را انجام دهد که به آن «گواه اثبات کار» یا Proof of Work می‌گویند. این فرایندها و وظایف به‌این‌علت طراحی شدند که انصاف در حق تمام ماینرها (افرادی که کار استخراج را انجام می‌دهند) رعایت شود.

آیا استخراج ارز دیجیتال قانونی است؟

این روند آنقدر ادامه دارد که درنهایت به بالای درخت (ریشه مرکل) برسد. ریشه مرکل یا هش ریشه، اساساً همان هشی است که نماینده تمام هش هایی که قبلًا ساخته شده است. این مراحل آنقدر زیاد و پیچیده هستند که برای توضیح آن نیاز به یک کلاس درس است. در نتیجه احتمال می دهیم که از حوصله شما خارج باشد.

روش های استخراج ارز دیجیتال

چندین روش مختلف برای استخراج ارز دیجیتال وجود دارد که در اینجا سعی می کنیم فقط مهم ترین و اصلی ترین ها را معرفی کنیم:

استخراج ابری | Cloud Mining

اگر به دنبال آسان ترین راه هستید، استخراج ابری (کلود ماینینگ) بهترین و مشهور ترین راه انجام آن است. استخراج ابری ارز دیجیتال یعنی شما به کسی - که اصولاً یک شرکت بزرگ است - مقداری سرمایه می دهید و دستگاه استخراج ارز دیجیتال آنها که اصطلاحاً به آن ریگ استخراج می گویند را اجاره می کنید. درنهایت همین افراد کار استخراج ارز دیجیتال را انجام می دهند.

وضعیت اجاره تا زمانی که از همان ابتدا با هم توافق می کنید، پابرجا می ماند. در این حالت، سودی که از استخراج ارز دیجیتال کسب می کنید منهای هزینه نگهداری و تعریفه مصرف برق می شود و به کیف پول ارز دیجیتالتان منتقل خواهد شد.

معمولًا افرادی (یا شرکت هایی) که امکان استخراج ابری را فراهم می کنند، تجهیزات استخراج ارز دیجیتال عظیم و فارم های (یا همان مزرعه) بسیاری دارند و کارشنان را برای ماینینگ ارز دیجیتال خیلی خوب بلدند.

مزروعه یا فارم ارز دیجیتال چیست؟

فارم یا مزرعه اصطلاحی است که در دنیای کریپتو برای دهها یا صدها ریگ استخراجی که باهم کار می کنند و ارز دیجیتال استخراج می کنند، به کار می رود.

استخراج ابری ارز دیجیتال، به روش محبوب و مشهوری برای این کار تبدیل شده چون برای همه افراد این امکان را در دنیای ارز های دیجیتال فراهم می کند که بتوانند با هزینه قابل قبولی برای خودشان سود استخراج ارز دیجیتال کسب کنند. این روش مخصوصاً برای افرادی که علاقه ای به داشتن ریگ استخراج ندارند یا کسانی که پول کافی برای خرید آن ندارند، بسیار متناول و به صرفه است. البته لازم به ذکر است که در این روش کلاهبرداری های زیادی هم وجود دارد. باید از شرکت یا فردی که

هنوز خیلی از کشورها استخراج ارز دیجیتال را به رسمیت نشناخته اند و در برخی موارد هم آن را ممنوع اعلام کرده اند. در ایران خوشبختانه ماینرها با دریافت مجوز از وزارت صنعت و معدن می توانند به فعالیت خود مشغول شوند. استخراج ارز دیجیتال در ایران، بدون دریافت مجوز از وزارت صمت، غیر مجاز است. علاوه بر این، باید از وزارت نیرو هم درخواست کرد که برق مخصوص ماینینگ با تعریفه صادراتی صادر شود. دستگاه های ASIC پر جنجال در حال حاضر به صورت قانونی در ایران وارد می شوند و شما می توانید آن را تهیه کنید.

فرایند ماینینگ ارز دیجیتال چگونه انجام می شود؟

ماینر (استخراج کننده) یک گره در شبکه ارز دیجیتال است. نودها یا گره ها وظیفه گرد هم آوری تراکنش ها و سازماندهی آنها در بلاک های بلاک چین را دارند. هر بار که یک تراکنش انجام می شود، مثلاً وقتی که شما برای دوست خود مقداری بیت کوین بفرستید، تمام گره های شبکه وظیفه دریافت و اعتبار سنجی آن تراکنش را دارند.

بلاک چین را به عنوان یک دفتر کل در نظر بگیرید که کاغذ های این دفتر، همان بلاک هایش هستند و در هر کاغذی، اطلاعات تراکنش وارد می شود. درنهایت، نودهای ماینر این تراکنش ها را از استخراج حافظه جمع آوری می کنند و در یک بلاک می گنجانند.

مراحل استخراج ارز دیجیتال

اولین مرحله از استخراج یک بلاک این است که هر تراکنش را که از استخراج حافظه گرفته اند، به صورت انفرادی هش می کنند. اما قبل از آن که این فرایند شروع شود، نود ماینر یک تراکنش را به علت ارسال پاداش استخراج (پاداش بلاک) برای خودشان اضافه می کنند.

هش چیست؟

هش یکتابع است که طبق آن، ورودی ای از اعداد و حروف را به یک خروجی رمزگذاری شده و با طولی ثابت تبدیل می کند. این تراکنش، همانی است که در آن کوین های اولیه استخراج می شوند. در این مورد هم، اولین تراکنشی است که در بلاک اضافه می شود. بعد از اینکه تمام تراکنش ها هش شدند، هش ها به شکل چیزی به نام درخت مرکل سازماندهی می شوند. درخت مرکل هم از سازماندهی هش تراکنش های متعدد گذشته تشکیل می شود و برای

دو دلیل برای عدم استفاده از این روش وجود دارد: استخراج از طریق پردازنده‌ها (CPU)، بسیار کند پیش می‌رود. ممکن است ماهها برای کسب سود از استخراج از طریق پردازنده‌ها تلاش کنید و حتی کوچک‌ترین درآمدی از آن نداشته باشد! دومین دلیل هم این است که معمولاً ارزشش را ندارد! چون پول زیادی برای مصرف برق و سیستم خنک‌کننده محیط پرداخت می‌کنید و در عوض آن، درآمد بسیار کمتری خواهد داشت. اگر بتوانید منطقه‌ای برای خود انتخاب کنید که نیازی به سیستم خنک‌کننده نداشته باشد و هزینه مصرف برق کمتری از شما دریافت شود، شاید بتوانید سود قابل قبولی داشته باشد. ولی باز هم فکر می‌کنید که ارزشش را دارد؟

حتماً می‌پرسید پس چرا مردم هنوز از این روش استفاده می‌کنند؟ دلیلش خیلی ساده و واضح است: چون همه افراد قادر به تهیه یک کامپیوتر خانگی هستند یا در خانه‌هایشان وجود دارد. تنها چیزی که برای استخراج از طریق CPU نیاز دارید، یک کامپیوتر و چند برنامه قابل اجرا است. با لپ‌تاپ هم می‌توان این کار را انجام داد، ولی ما شدیداً توصیه می‌کنیم که این کار را تحت هیچ شرایطی انجام ندهید. لپ‌تاپ شما بعد از گذشت ۲ ساعت خواهد سوت! چون این روش از استخراج ارز دیجیتال بسیار آسان و در دسترس است، افراد زیادی را برای ماینینگ از این طریق جذب خودش می‌کند. برخی از افرادی که می‌خواهند استخراج ارز دیجیتال انجام دهند به جزئیات آن توجهی نمی‌کنند؛ فقط می‌خواهند هر طور که شده، این فرایند را شروع کنند و به هر روشنی که هست، از این طریق درآمد داشته باشند.

استخراج از طریق جی‌بی‌پی | GPU Mining

احتمالاً مشهورترین و محبوب‌ترین روش استخراج ارز دیجیتال، استخراج از طریق GPU باشد. اگر در گوگل، عبارت «استخراج ارز دیجیتال» را جست‌وجو کنید، یکی از اولین نتایجی که در آن خواهید دید، همین ریگ‌های استخراج GPU است. مثلاً ماینرهای ابری برای خدماتشان از ریگ‌های GPU استفاده می‌کنند. همان‌طور که می‌دانید، این افراد در زمینه ارزهای دیجیتال، بسیار حرفه‌ای عمل می‌کنند و هر کدام از آن‌ها، صدھا یا هزاران ریگ استخراج برای آن دارند.

استخراج از طریق GPU خیلی مشهور است، چون هم نسبتاً ارزان است و هم کارآمد. البته خود ریگ استخراج به اندازه کافی از خجالت هزینه‌ها درمی‌آید! ولی اگر از بابت سرعت هش آن و توان عمومی اش بخواهیم این روش را بررسی کنیم، نسبت به بقیه روش‌ها بسیار بهتر است. ریگ‌های GPU از کارت گرافیک برای

پول و سرمایه خود را به آن می‌سپارید اطمینان حاصل کنید. برای کلود ماینینگ، دو انتخاب داریم: رایگان و هزینه دار. خیلی از افراد معمولاً روش رایگان آن را ترجیح می‌دهند؛ ولی این را باید بدانید که در این روش، سودی که به حساب کیف پولتان واریز می‌شود، بسیار اندک است و شرایط ضمنی بیشتری نسبت به روش هزینه دار برای دریافت سود استخراج خود دارید.

استخراج ابری هزینه دار ارز دیجیتال، معمولاً به این شکل کار می‌کند: یک هاست (میریان) آنلاین برای این کار پیدا می‌کنید. طرح‌های پیشنهادی این هاست‌ها را چک می‌کنید که معمولاً ۴ تا ۵ طرح که از ارزان‌ترین تا گران‌ترین آن دسته‌بندی شده، وجود دارد. برخی از این هاست‌ها، به شما این اختیار را می‌دهند تا طرح پیشنهادی دلخواه خودتان را پیاده‌سازی کنید.

به محض این که تصمیم خودتان را برای تهیه طرح پیشنهادی موردنظرتان بگیرید، تراکنش (هزینه طرح) را انجام می‌دهید. سپس باید آدرس کیف پول ارز دیجیتال خود را وارد کنید و به همین ترتیب، اولین قدم‌های استخراج ارز دیجیتال به شیوه ابری را برداشته‌اید. هر کدام از این طرح‌های پیشنهادی، هزینه‌های متفاوت و مدت‌زمان متفاوتی را می‌طلبند. طرح‌های استانداردی که وجود دارند، معمولاً حدود ۵۰۰۰ تا ۵۰۰۰۰ دلار هزینه‌شان هست و برای ۲ سال تا بی‌نهایت هم مدت زمانشان است.

روشی که برای شما مناسب‌تر است به برخی جزئیات کلیدی بستگی دارد: آیا می‌خواهید در استخراج ارز دیجیتال سرمایه‌گذاری کنید؟ اگر جوابتان بله است، چقدر؟ آیا می‌خواهید صاحب ریگ استخراج شوید؟ آیا اصلاً می‌خواهید که با ریگ استخراج این کار را انجام دهید؟ این سوال‌ها و خیلی از سوال‌های مشابه دیگر، تعیین‌کننده تصمیم نهایی شما هستند

در مورد درآمد ماینینگ ارز دیجیتال به روش ابری هم باید گفت که معمولاً انتظار می‌رود در نیمسال اول به موفقیت خوبی برسید و بعد از آن سود خوبی دستان را بگیرد. البته این را نمی‌توان به یقین گفت؛ چون قیمت ارزهای دیجیتال مختلف همیشه در حال نوسان است و برخی مواقع هم ممکن است چهار سقوط شوند. البته نمی‌توان از نوسان قیمت دلار در ایران هم چشم‌پوشی کرد!

استخراج با کمک سی‌پی‌یو | CPU Mining

در روش استخراج با کمک CPU، از پردازنده‌ها برای ماینینگ ارز دیجیتال استفاده می‌شود. در سال‌های ابتدایی ظهور ارزهای دیجیتال، این روش بسیار فرآگیر بود. ولی با گذشت زمان، دیگر کمتر کسی به سمت چنین روشی برای استخراج ارز دیجیتال می‌رود.



بستگی دارد: آیا می خواهید در استخراج ارز دیجیتال سرمایه‌گذاری کنید؟ اگر جوابتان بله است، چقدر؟ آیا می خواهید صاحب ریگ استخراج شوید؟ آیا اصلاً می خواهید که با ریگ استخراج این کار را انجام دهید؟ این سوال‌ها و خیلی از سوال‌های مشابه دیگر، تعیین‌کننده تصمیم نهایی شما هستند.

در کل، ۲ انتخابی که مردم در سطح جهانی، رغبت و علاقه بیشتری به آن نشان می‌دهند، GPU و استخراج ابری است. استخراج از طریق CPU، کند و خسته‌کننده است، ولی ها می‌توانند در کمترین زمان، بهترین عملکرد را داشته باشند.

کدام ارز دیجیتال را برای استخراج انتخاب کنیم؟

مشهورترین و متداول‌ترین ارزهای دیجیتالی که برای استخراج انتخاب می‌شوند، بیت‌کوین، اتریوم و دش هستند. خاطرтан بماند که بیت‌کوین خیلی محبوب است و افراد و کمپانی‌های زیادی با تجهیزات غول‌آسایی مشغول استخراج آن هستند. ممکن است شما خیلی کند پیش بروید و درآمد کمی از آن کسب کنید. سعی کنید از کوین‌های دیگر که کمتر از بیت‌کوین مشهور شده‌اند، مثل اتریوم و بقیه آلت‌کوین‌ها، برای استخراج استفاده کنید. در این صورت، می‌توانید زودتر و بهتر جواب بگیرید.

در حال حاضر، ارزهای دیجیتال در حال رقم زدن انقلاب اقتصادی جدیدی در دنیا هستند. چه استخراج این ارزها را برای کسب درآمد انتخاب کنید و چه راههای دیگر کسب درآمد از ارزهای دیجیتال، در هر صورت شما برنده خواهید بود. ولی قبل از این که قدمی بردارید، همه جوانب را در نظر بگیرید و هوشمندانه انتخاب کنید. نوسانات ارزهای دیجیتال و قیمت دلار در ایران را بسنجید و معقولانه در مورد سرمایه‌گذاری در استخراج تصمیم بگیرید.

منبع: رده

استخراج ارز دیجیتال استفاده می‌کنند. هر ریگ استاندارد استخراج GPU، از یک پردازنده، مادربرد، خنک‌کننده و چارچوب ریگ و ۲ تا ۸ عدد کارت گرافیک تشکیل می‌شود.

قیمت متداول یک ریگ استخراج استاندارد GPU، حدود ۳۰۰۰ دلار است. قطعاً پول زیادی است! اما خوبی اش این است که خیلی زودتر از بقیه موارد جواب می‌دهد.

استخراج از طریق ای‌سیک | ASIC Mining

اگر قبل از خواندن این مطلب در اینترنت جست‌وجوی فارسی کرده باشید یا با افراد متخصص دنیای کریپتو صحبت کرده باشید، احتمالاً نام ای‌سیک‌ها برای شما آشناست. ای‌سیک‌ها دستگاه‌های مخصوصی هستند که معمولاً فقط وظيفة انجام یک کار را دارند؛ در اینجا هم فقط وظيفة استخراج ارز دیجیتال بر دوشان است! دستگاه استخراج ارز دیجیتال ای‌سیک خیلی بهتر و به صرفه‌تر از GPU‌ها و CPU‌ها هستند. چون مقدار بسیار زیادی از ارز دیجیتال را در زمان کمتری، تولید و استخراج می‌کنند. لابد می‌پرسید اگر این دستگاه‌های استخراج ارز دیجیتال بسیار عالی هستند، چرا زودتر از این در مطلبمان به آن اشاره‌های نکردیم؟

دلیلش این است که بر سر این دستگاه‌ها، جنجال زیادی به پاشده؛ وقتی که شرکت سازنده ای‌سیک برای اولین بار از این محصول رونمایی کرد، جامعه کریپتویی (خارج از ایران) به شدت با آن مخالفت کردند. خیلی از افراد خواستار ممنوعیت این دستگاه‌ها شدند! دلیلش هم این بود که دستگاه استخراج ارز دیجیتال ASIC بسیار قدرتمند و حرفه‌ای بود و از ماینرهایی که از GPU و CPU برای ماینینگ ارز دیجیتال استفاده می‌کردند، هم از لحظه درآمدی و هم از لحظه سرعت هش، جلو می‌زد. همچنین ASIC‌ها اقتصاد کریپتویی را از این رو به آن رو کردند. تصور کنید که بخش اعظمی از ارزهای دیجیتال، متعلق به افرادی شود که تجهیزات عظیمی از ASIC‌ها را دارد، چه بلایی بر سر جامعه کریپتویی می‌آید؟

لازم به ذکر است که سریع‌ترین و کارآمدترین روش استخراج ارز دیجیتال، استفاده از ASIC‌ها است. متداول‌ترین روش استخراج ارز دیجیتال در ایران هم استفاده از ASIC‌هاست.

سودآورترین روش استخراج ارز دیجیتال

حالا که انواع روش استخراج ارز دیجیتال را می‌دانید، بهتر است در مورد این که کدام‌یک بهتر است تصمیم بگیرید. تصمیم‌گیری نهایی با خود شماست. ما در این مطلب راهنمایی تان می‌کنیم تا بتوانید بهتر تصمیم بگیرید.

روشی که برای شما مناسب‌تر است به برخی جزئیات کلیدی



۴ روش از بهترین و مطمئن‌ترین انواع بیومتریک

Biometrics به نوعی از معیار امنیت دیجیتال اشاره دارد. از ویژگی‌های فیزیکی منحصر به فرد شما استفاده می‌کند - اثر انگشت، ویژگی‌های چهره، الگوهای صوتی - و از آنها برای شناسایی به جای کلمه عبور و شماره پین استفاده می‌کند. استفاده از بیومتریک انقلابی در حوزه امنیت ایجاد کرده است و گزینه‌های زیادی در دسترس هستند، اما ایمن‌ترین انواع فناوری بیومتریک که می‌توانید استفاده کنید کدامند؟

بیومتریک چیست؟

Biometrics به نوعی از معیار امنیت دیجیتال اشاره دارد. از ویژگی‌های فیزیکی منحصر به فرد شما استفاده می‌کند - اثر انگشت، ویژگی‌های چهره، الگوهای صوتی - و از آنها برای شناسایی به جای کلمه عبور و شماره پین استفاده می‌کند. اینها بسیار امن‌ترند، زیرا این موارد مختص شماست و باید قبول کنیم، احتمال اینکه شما الگوی صوتی خود را از دست دهید خیلی کمتر از برگهای است که تمام گذرواژه‌های خود را روی آن نوشته‌ای!

تشخیص عنیبه

تشخیص عنیبه به دائما در میان برترین سیستم‌های امنیتی بیومتریک قابل اعتماد قرار گرفته است این فناوری با استفاده از یک اسکنر مادون‌قرمز، یک تصویر دقیق از عنیبه شما را که منحصر به شما است، تهیه کرده و از آن برای شناسایی استفاده می‌کند. این سیستم سریع‌ترین و دقیق‌ترین سیستم شناسایی است که در حال حاضر برای استفاده گسترده موجود است. از آنجاکه احتیاج

امنیت سایبری چیزی است که همه باید جدی بگیرند. فناوری هر روز خودش را از لبه‌های تیز عبور می‌دهد و رقابت برای حفظ امنیتمنان نیز به طور خیره‌کننده‌ای پیش رفته است. همان‌طور که باید، امروزه بیشتر زندگی ما به صورت آنلاین سپری می‌شود. از معاشرت تا بانکداری و از تحصیل تا ارائه خدمات، همه چیز در بزرگراه اطلاعاتی که اینترنت است، اتفاق می‌افتد.

هر کسی که مقداری در مورد اینترنت بداند، می‌داند که نامن است. با این وجود، همه چیز از تلفن‌های ما گرفته تا تلویزیون ما به آن متصل شده است. ما باید از دستگاه‌هاییمان محافظت کنیم و به وسیله حریم خصوصی، هویت و خودمان را در برابر افراد متجاوز محافظت کنیم.

خوشبختانه راههایی وجود دارد. استفاده از بیومتریک انقلابی در حوزه امنیت ایجاد کرده است و گزینه‌های زیادی در دسترس هستند، اما ایمن‌ترین انواع فناوری بیومتریک که می‌توانید استفاده کنید کدامند؟ در این مقاله، به همه آن‌ها می‌پردازیم. اول از همه، بیومتریک چیست؟

که ممکن است بخواهد در این شرایط فعلی از آن اجتناب کنید. با رعایت بهداشت و استفاده از دستکش دیگر این فناوری عمل نمی‌کند.

به هیچ نوع لمس کردن ندارد، مردم آن را از نظر رعایت بهداشت -بهویژه در این برده از زمان، دوست دارند! عیب اصلی این است که گران است، اما امنیت اضافه ارزش این هزینه را دارد.

رگ انگشت و کف دست

این جفت فناوری که بیومتریک عروقی نیز نامیده می‌شود، با اسکن الگوی رگ‌های زیرپوست شما سروکار دارد. سپس این الگوها رمزگذاری می‌شوند و از آنجاکه هر کسی الگوی مشخصی از رگ‌ها را در دست و انگشتان خود دارد، باعث می‌شود که کرک آن تقریباً غیرممکن باشد.

برخلاف اثر انگشت که به سطح پوست متکی است، اسکن وریدی با قسمت‌های داخلی سروکار دارد و در نتیجه می‌تواند از آنها با دستکش و سایر وسایل محافظتی استفاده کنید و از آن با رعایت نکات بهداشتی استفاده کنید.

با این حال، مانند اسکن عنیبه، این فناوری گران است. علاوه بر این، عوامل محیطی نظیر دمای کم می‌توانند اثر بخشی آنها را مختل کنند. علاوه بر این، این فناوری برای شناسایی کودک ایده‌آل نیست زیرا سیستم عروقی کودکان تا رسیدن به بلوغ دائم در حال تکامل است.

نتیجه‌گیری

آنچه در این لیست مشخص است، هر کدام از انواع امنیت بیومتریک به طور کامل عاری از خطای نیست. هر کدام مزایا و معایب خود را دارند و این بستگی به شما دارد که تصمیم‌گیری کنید با کدامیک از این مزایا و معایب زندگی راحت‌تری خواهید داشت. با سرعتی که در آن تکنولوژی در حال تحول است، طولی نمی‌کشد که این روش‌ها نیز عقب بمانند؛ بنابراین، مهم نیست که چه چیزی را انتخاب می‌کنید، جستجوی آنچه را که در افق آینده مشاهده می‌کنید را متوقف نکنید. شما لیاقت بهترین‌ها را دارید!

منبع: ایتنا

تشخیص چهره

فناوری تشخیص چهره انقلابی بود. این فناوری به لمس یا صدا احتیاج ندارد و این ویژگی را برای افراد معلول که ممکن است با مشکلاتی رویرو شوند فراهم می‌کند. با این وجود اشکالاتی هم دارد.

ارائه کل صورت به اسکنر می‌تواند ناراحت‌کننده باشد. برخلاف اسکنر عنیبه چشم که فوق العاده کوچک است، اسکنر چهره به تمام صورت شما احتیاج دارد. می‌توان دقیق بررسی این فناوری را حس کرد و اگر آن را روی تلفن خود داشته باشد، می‌تواند تلفن را فعال کند حتی اگر شما به طور تصادفی صورت خود را به شکلی خاص تکان دهید.

علاوه بر این، اگر نورپردازی مناسب نداشته باشد می‌تواند عملکرد نامناسبی داشته باشد.

اثر انگشت اولتراسونیک

فناوری اثر انگشت کلاسیک است. اگرچه تشخیص چهره تقریباً اثر انگشت را بی‌ربط می‌کند، اما اسکن اولتراسونیک به این روش قدیمی انرژی تازه‌ای داده است. با استفاده از امواج فرا صوت برای ایجاد یک نقشه سه‌بعدی از اثر انگشت، حسگر بسیار قابل اعتمادتر می‌شود.

این فناوری موفق صوت نه تنها الگوهای اثر انگشت شما را ترسیم می‌کند، بلکه بر جستگی‌ها، خطوط و هرگونه ناهنجاری که ممکن است در چاپ شما داشته باشد را نشان می‌دهد. این به شما کمک می‌کند تا چاپ‌های شما از جعل‌های سه‌بعدی که نمی‌توانند جزئیات جزئی را ایجاد کنند، تمایز شوند.

به یاد داشته باشید که در این روش لمس ضرورت دارد، چیزی



مارادرشیکه‌های اجتماعی دنبال کنید



امنیت اطلاعات در

جهت ارسال مقاله، گزارش و خبر:

تلفن و اتساب: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵
شماره مستقیم سردبیر: ۰۹۲۱۲۷۸۹۴۰۶

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

ماهنشانه
اقتصاد اجیتال

۷۰

دی ماه ۱۳۹۹ - شماره ۱۱۸ (دوره جدید ۵)



کلاهبرداری در حوزه فین‌تک؛ چگونه قربانی نشویم؟

در این مقاله با انواع رایج کلاهبرداری‌ها در حوزه ارزهای دیجیتال به صورت جامع آشنا می‌شوید و نحوه شناسایی و اجتناب از هریک را یاد می‌گیرید. ما رایج‌ترین شکل‌های کلاهبرداری در این حوزه را بررسی کردہ‌ایم.

بازارهای دیگر نیز چندان تمایلی به سرمایه‌گذاری روی صنعت ارزهای دیجیتال ندارند.

متأسفانه در کشورهایی مانند ایران، این کلاهبرداری‌ها بسیار بیشتر به چشم می‌خورند. در حقیقت وعده سودهای نجومی از طرف طرح‌های کلاهبرداری و وضعیت بد اقتصادی دست به دست هم داده‌اند و تعداد زیادی از مردم ایران را به دام خود کشانده‌اند. همچنین از آنجاکه تراکنش‌های ارزهای دیجیتال ناشناس است یا نیمه ناشناس استند و به سهولت انجام می‌شوند، پیگیری قضایی این جرائم بسیار دشوار است و این امر موجب تقویت کلاهبرداران شده است.

در این مقاله با انواع رایج کلاهبرداری‌ها در حوزه ارزهای دیجیتال به صورت جامع آشنا می‌شوید و نحوه شناسایی و اجتناب از هریک را یاد می‌گیرید. ما رایج‌ترین شکل‌های کلاهبرداری در این حوزه را بررسی کردہ‌ایم، اما ممکن است روش‌های خاص دیگری هم به کار گرفته شوند که البته بازهم رنگ و بوی انواع رایج را دارند.

روند رشد بلاکچین و فضای ارزهای دیجیتال بسیار جذاب است. نوآوری‌های فنی و الگوهای جدید معاملاتی که به سرعت در حال پیشرفت و تکامل هستند و همچنان جمعیت کثیری را به خود جذب می‌کنند. با این حال، این فضا مورد سوءاستفاده و کلاهبرداری بسیاری نیز قرار گرفته است. طی چند سال اخیر، بسیاری افراد به‌واسطه ارزهای دیجیتال مختلف میلیونر شده‌اند و سپس، برای افراد دیگری که قصد دارند در آینده روی این فناوری سرمایه‌گذاری کنند، کسب‌وکارهای سودآوری به وجود آورده‌اند. اما، این رشد ارزش و پذیرش ارزهای دیجیتال توسط کسب‌وکارهای مختلف، پیامدهایی نیز به همراه داشته است. در حالی که افرادی با نیت‌های خوب به دنبال سرمایه‌گذاری و احتمالاً سودآوری هستند و قصد دارند بخشی از دنیای آتی پول را شکل دهند، افرادی نیز با سوءنیت قصد فریب سرمایه‌گذاران بازار را دارند.

سرمایه‌گذاران بالقوه اغلب به دلیل افزایش مداوم تعداد موارد سرقت و کلاهبرداری ارزهای دیجیتال، از سرمایه‌گذاری در این صنعت رویه رشد اجتناب می‌کنند. سرمایه‌گذاران کارکشته‌ی

طرح‌های پانزی، هرمی و شبکه‌ای

مشهورترین طرح کلاهبرداری پانزی در صنعت ارزهای دیجیتال، پروژه بیت‌کانکت (Bitconnect) بود که به شکل شگفت‌انگیزی توانست به ارزش بازار ۲ میلیارد دلار بررسد و به بزرگ‌ترین کلاهبرداری در دنیای ارزهای دیجیتال تا آن زمان تبدیل شود. این پروژه در سال ۲۰۱۸ نابود شد.

طرح بیت‌کانکت در پایان فعالیت خود، ارزشی معادل با ۲ میلیارد دلار داشت و قیمت هر واحد از آن معادل با ۴۵۰ دلار بود. در کمتر از ۲۴ ساعت از اعلام رسمی کلاهبرداری، قیمت این کوین تا ۶ دلار تنزل پیدا کرد و ارزش بازار آن به ۴۰ میلیون دلار رسید. کمی بعد این پروژه از تمام صرافی‌ها حذف شد.

در طرح پانزی و هرمی سود اصلی به سطح بالا می‌رسد و تعداد زیادی از پایین‌دستی‌ها سرمایه‌ی خود را از دست می‌دهند. بیت‌کانکت بسیار محبوب بود و بازاریابی بسیار منظمی داشت. این ویژگی‌ها را می‌توان در طرح‌های هرمی (Pyramid) موفق مشاهده کرد.

اساس کار یک طرح پانزی یکسان است، اما ممکن است با نقاط یک شرکت معتبر و فعالیتی به جز سرمایه‌گذاری مستقیم ظاهر شوند. به عنوان مثال، اغلب پروژه‌های استخراج ابری پانزی هستند که در ادامه درباره آنها می‌خوانید. همچنین بیشتر طرح‌های با عنوانی «هوش مصنوعی»، «قرارداد هوشمند» («معامله در بورس‌های خارجی») و ... که در آنها سود غیرمنطقی و تضمینی ارائه شود، در حقیقت پانزی هستند.

به‌طورکلی، در بازاریابی‌های شبکه‌ای و چند سطحی (MultiLevel) یا شما با یک طرح کاملاً کلاهبرداری (سارق پول) طرف هستید و یا در بهترین حالت مأمور فروش قطعی محصولات بی‌ارزش با چندباربر قیمت واقعی خواهید بود.

شیوه‌ی کلاهبرداری از طریق طرح‌های پانزی، هرمی و چند‌سطحی

تبیغاتی دروغین مربوط به یک سرمایه‌گذاری یا فعالیتی با سود نجومی به سرعت پخش می‌شود. سرمایه‌گذاران تازه‌کار عاشق این دروغ‌ها می‌شوند و روی این پروژه‌های جعلی سرمایه‌گذاری می‌کنند. به افراد گفته می‌شود برای سود بیشتر دوستان و نزدیکان خود را هم وارد سیستم کنند.

در ابتدا برای جلب اعتماد، سود افراد قدیمی از سرمایه افراد جدید پرداخت می‌شود تا افراد بیشتری جذب شوند. سپس، کلاهبردارها غیب می‌شوند تا بخش زیادی از پول‌ها را برای خود بردارند و درصد کمی به هم‌دستان خود (شرکت‌های وابسته)

طرح پانزی (Ponzi) نوعی کلاهبرداری در سرمایه‌گذاری است که با وعده‌ی پرداخت بازدهی مشخص به سرمایه‌گذاران موجود از محل کسب درآمد از طریق سرمایه‌گذاران جدید، افراد را فریب می‌دهد.

بدون اغراق طرح‌های پانزی و هرمی بزرگ‌ترین بخش از کلاهبرداری‌های این حوزه را به خود اختصاص می‌دهند و پایه اصلی بسیاری از شکل‌های کلاهبرداری همین ترفند پانزی است. در این طرح، کلاهبردار افراد ناآگاه را ترغیب می‌کند تا برای سرمایه‌گذاری در یک یا چند پروژه بسیار پرسود، پول‌های خود را در اختیار او قرار دهند. سود این طرح‌ها آن‌چنان بالاست که افراد زیادی گول می‌خورند. این در حالی است که پول سرمایه‌گذاران در هیچ کجا سرمایه‌گذاری نمی‌شود و فقط با نوعی بازی با پول، از سرمایه‌ی افراد جدید، سود افراد قدیمی پرداخت می‌شود تا اعتماد به سیستم جلب شود و افراد بیشتری وارد شوند. در نهایت و زمانی که پول کافی برای کلاهبردار جذب شد و دیگر افراد زیادی وارد نشند، طرح از هم فرومی‌پاشد و کلاهبردار فرار می‌کند. برای درک بهتر طرح پانزی به مثال زیر توجه کنید (اسامی و اعداد و ارقام فرضی هستند):

چنگیز یک کلاهبردار است که قصد انجام ترفند پانزی را دارد. او یک شرکت یا سایت جعلی تأسیس می‌کند و در آن به مردم وعده می‌دهد که اگر هر کدام از آنها مثلاً ۱ میلیون تومان پول پرداخت کنند، او با آن پول‌ها در بازار بورس نیویورک، ارزهای دیجیتال یا هر جای دیگری سرمایه‌گذاری می‌کند و ماهی ۲۰۰ هزار تومان (۲۰ درصد) سود تضمینی به سرمایه‌گذاران پرداخت می‌کند.

اما در حقیقت هیچ‌گونه سرمایه‌گذاری در کار نیست و فقط بازی با پول انجام می‌شود.

پس از مدتی تبلیغات و جذب سرمایه‌گذاران اولیه، حالا چنگیز میلیون‌ها تومان پول جمع‌آوری کرده است. برای این‌که طرح ادامه پیدا کند و پول بیشتری جذب شود، چنگیز از پول سرمایه‌گذاران جدید، سود سرمایه‌گذاران اولیه را پرداخت می‌کند. همین مورد باعث می‌شود تا مشتریان قدیمی که در ابتدا سود دریافت کرده‌اند، این طرح را به دوستان و آشنایان خود معرفی کنند و سرمایه‌گذاران جدیدتری پا به عرصه بگذارند.

پس از این‌که پول خوبی جمع‌آوری شد یا وقتی که دیگر سرمایه‌گذار جدیدی پیدا نشد، چنگیز با پول‌ها فرار می‌کند و طرح از هم فرومی‌پاشد.

خرید تجهیزات ماینینگ و انجام استخراج می‌شود، در حالی که در حقیقت هیچ استخراجی در کار نیست.

اگر این پرسش برای شما مطرح شده است که در ربات‌های تلگرامی نیاز به پرداخت پول نیست، باید بدانید که در این ربات‌ها پس از رسیدن سرمایه شما به کف برداشت، فقط در صورتی اجازه برداشت پیدا می‌کنید که شما یا زیرمجموعه شما از ربات خرید انجام داده باشد.

هر فردی که اندکی به دنیای ارزهای دیجیتال علاقه‌مند باشد احتمالاً چیزهایی در مورد «استخراج» شنیده است. اگر شما یکی از تازه‌واردان به دنیای ارزهای دیجیتال باشید، با احتمال زیاد با نحوی دقیق عملکرد استخراج آشنا نیستید؛ بنابراین، کلاهبرداران سعی می‌کنند برنامه‌های استخراج خود را تحت عنوان فرصت‌های سخاوتمندانه کسب درآمد معرفی کنند.

شیوه‌ی کلاهبرداری از طریق استخراج ابری

کلاهبرداران از کاربران می‌پرسند که آیا چیزی در مورد استخراج می‌دانند.

صرف نظر از پاسخ کاربران، کلاهبردارها اعلام می‌کنند که فرصتی برای استخراج وجود دارد که از طریق آن فرد می‌تواند تعداد بسیار زیادی بیت‌کوین کسب کند.

آنها در وب‌سایت خود ماشین حسابی قرار می‌دهند که افراد می‌توانند سرمایه اولیه خود را در آن وارد کنند و سود دریافتی را بینند. افراد زیادی وقتی می‌بینند که با دادن ۱۰ میلیون تومان، ماهیانه ۲ میلیون تومان سود می‌گیرند، و سوشه می‌شوند.

از طریق روش پانزی در ابتدا سود پرداخت می‌شود، اما زمانی که پول زیادی جمع‌آوری شد، واریزها به تأخیر می‌افتد و حساب کاربران با بهانه‌های مختلف مسدود می‌شود.

در نهایت کلاهبردار اگر خوش‌شانس باشد فرار می‌کند و فقط عده‌ای مال‌باخته باقی می‌مانند.

نحوی شناسایی و اجتناب از کلاهبرداری استخراج ابری

معمولًا با این عناوین تبلیغات می‌کنند: «استخراج ابری»، «استخراج بدون دستگاه»، «درآمد میلیونی از استخراج بیت‌کوین»، «اجاره دستگاه استخراج».

اشاره به نام وب‌سایت‌ها در خبرگزاری‌ها و سایت‌های معتبر، نشانه سالم بودن آنها نیست. هر کس می‌تواند با هزینه‌ای اندک، نوشته تبلیغاتی (رپرتاژ آگهی) در سطح اینترنت منتشر کند. وب‌سایت موردنظر را خوب بررسی کنید. استخراج یک فعالیت

بدهند.

در طرح‌های هرمی یک یا چند محصول بی‌کیفیت هم وجود دارد که افراد مجبور هستند آنها را با قیمت‌ها بالا به فروش برسانند. چنین پلتفرم‌هایی به‌سادگی قابل تشخیص هستند. آنها افراد ساده‌لوح را با پیشنهاد بازگشت سریع سرمایه اغفال می‌کنند و این افراد تنها پس از قربانی شدن متوجه واقعیت می‌شوند.

نحوی شناسایی و اجتناب از طرح‌های پانزی و هرمی

همیشه منطقی تصمیم بگیرید و اگر فکر می‌کنید هدف و وعده ارائه‌شده‌ی پروژه بیش از اندازه غیرواقعی است، به‌احتمال زیاد همین طور است.

قبل از هر چیز از خود بپرسید که چرا قرار است چنین سودی به شما پرداخت شود، درحالی که یک فرد باهوش که می‌شناسید برای کسب درآمد از شرکت خود به آب و آتش می‌زند؟ چرا بقیه به سراغ این کار نرفته‌اند؟

اکثر طرح‌های پانزی اطلاعات مالکین خود را فاش نمی‌کنند. آنها اطلاعات را از دسترس سرمایه‌گذاران دورنگه می‌دارند. افراد غالباً کورکرانه وارد طرح می‌شوند و سرمایه‌گذاری می‌کنند، اما هنگامی که اوضاع از هم می‌پاشد، هیچ‌کس پاسخگو نیست.

باید اطلاعاتی در مورد مالکیت و سابقه‌ی پلتفرم در اختیار داشته باشید. پاسخ پرسش‌هایی همچون هویت مدیر پلتفرم، آدرس دفتر مرکزی یا زمان آغاز به کار آن را پیدا کنید. وضعیت حقوقی پلتفرم را بررسی کنید. آیا تیم سازنده برای مدیریت پلتفرم مجوز قانونی از سوی مقامات مربوطه دارد؟ اگر مشکلی پیش بیاید، آیا می‌توانید از آنها شکایت کنید؟ در تالارهای گفت‌وگو و وب‌سایت‌های مختلف این طرح‌ها را بررسی کنید.

استخراج ابری و ربات‌های تلگرامی استخراج

«استخراج ارزهای دیجیتال بدون دستگاه»، «درآمد میلیونی با استخراج بیت‌کوین»، «اجاره دستگاه استخراج» و «کسب بیت‌کوین رایگان در ربات تلگرام»؛ اگر این عناوین را در تبلیغات دیدید، مراقب باشید.

محبوبیت روزافزون استخراج ابری (Cloud Mining)، به دلیل هزینه‌ی بالای برق و تجهیزات استخراج ارزهای دیجیتال راه را برای کلاهبرداران باز کرده است.

بیشتر طرح‌های استخراج ابری یا ربات‌های تلگرامی در حقیقت طرح پانزی هستند. سرمایه‌گذاران فکر می‌کنند پول آنها صرف

را تبلیغ می‌کنند. آنها برای ترغیب افراد بیشتر از عبارت‌هایی مانند «کارمزد صفر» و «بدون احراز هویت» استفاده می‌کنند. برای کاربران ایرانی ممکن است از عبارت «بدون تحریم» هم استفاده شود.

زمانی که قربانی ارزهای دیجیتال خود را به صرافی یا کیف پول واریز می‌کند، دیگر برداشت از آن امکان‌پذیر نیست و این به معنای سرفت سرمایه است.

گاهی اوقات کلاهبرداران حتی موفق می‌شوند نرم‌افزار تقلیبی خود را در فروشگاه‌های نرم‌افزار مانند گوگل پلی اضافه کنند.

نحوه شناسایی و اجتناب از صرافی‌ها و کیف پول‌های تقلیبی تبلیغ این صرافی‌ها و نرم‌افزارها اغلب به صورت کاذب (پاپ‌آپ، گروه‌ها و کانال‌های نامعتبر) انجام می‌شود. مواردی مانند بازدید، تعداد نصب، امتیاز کاربران و ... را در نظر داشته باشید.

تغییرات مشکوک و غیرواقعی حجم معاملاتی را در نظر داشته باشید، خصوصاً اگر صرافی به تازگی شروع به کار کرده باشد.

صفحات جعلی و فیشینگ

این نوع از کلاهبرداری احتیاج به توجه بیشتری دارد. شناسایی حملات فیشینگ (Phishing) یا همان صفحات و پیام‌های جعلی که خود را به عنوان صفحات و پیام‌های معتبر جا می‌زنند، اندکی دشوارتر است.

کلاهبرداران در این نوع حمله، آدرس وب‌سایتی را به اشتراک می‌گذارند که دقیقاً مشابه وب‌سایت اصلی یا وب‌سایت جدیدی است که اطلاعات محروم‌انه شما را ضبط و سپس از آنها برای هک‌کردن سایر حساب‌ها استفاده می‌کند.

وب‌سایت‌هایی که به‌دقت و از روی پروژه‌های قانونی، همچون صرافی‌ها یا عرضه‌های اولیه کوین، کلون (clone) شده‌اند، به‌منظور سرفت دارایی‌ها و اطلاعات شخصی به کار می‌روند. کلونینگ (cloning) به کپی‌برداری دقیق از یک وب‌سایت مشخص و اعمال آن به وب‌سایتی دیگر گفته می‌شود، به صورتی که در نگاه اول نتوان دو وب‌سایت را از هم تمیز داد.

همیشه آدرس URL وب‌سایت را دوباره بررسی کنید و وب‌سایت‌هایی را که مرتب‌آز آنها بازدید می‌کنید، نشانه‌گذاری (bookmark) کنید. وب‌سایت‌های کلون شده از حروفی مشابه با URL اصلی استفاده می‌کنند تا در نگاه اول مشابه وب‌سایت اصلی به نظر برسند. به عنوان مثال، وب‌سایت‌های کلون شده ممکن است حروف انگلیسی همچون m را با n یا ۰ را با ۵ جایگزین کنند.

منبع: مشرق

دارای ریسک است و سود تصمیمی نمی‌دهد. وب‌سایت‌های معتبر (۹۹ درصد وب‌سایت‌های کلودماینینگ معتبر نیستند) فقط هش ریت (قدرت پردازش) می‌فروشن، نه پنل سرمایه‌گذاری.

از خود بپرسید آیا محل مزرعه‌ی (فارم) استخراج آنها مشخص است؟ فراموش نکنید که اغلب کلاهبرداری‌های استخراج ابری به دروغ از فارم خود ویدئو منتشر می‌کنند. از صحبت ویدئو اطمینان حاصل کنید.

صرافی‌ها و کیف پول‌های تقلیبی

دنیای ارزهای دیجیتال پر از صرافی‌های متفاوت است که یک‌شبیه به وجود می‌آیند و ناپدید می‌شوند. در مورد استفاده از این صرافی‌ها باید به شدت جانب احتیاط را رعایت کنید، زیرا ممکن است ارزهای دیجیتال یا پول نقدتان را به سرفت ببرند.

گاهی نیز هنگامی که پولی به حساب خود در صرافی واریز می‌کنید، برخی از این صرافی‌های نامطمئن، کارمزدهای هنگفت از شما می‌گیرند یا برداشت پول را بسیار دشوار می‌کنند.

برخی از این قبیل صرافی‌ها، پلتفرم خود را برای معامله‌گران تازه‌کار جذاب جلوه می‌دهند و هیچ هزینه‌ای به عنوان کارمزد تراکنش و معاملات دریافت نمی‌کنند.

در عوض، آنها از طریق دریافت کارمزد برای فهرست‌کردن هر توکنی (از جمله عرضه‌های اولیه کوین تقلیبی) در پلتفرم خود کسب درآمد می‌کنند، بدون اینکه نقدهایی لازم برای معامله‌گران را به منظور خرید و فروش آزادانه توکن ایجاد کنند. این توکن‌ها معمولاً در این صرافی‌ها مسدود می‌شوند و معامله‌گران با «توکن‌های بی‌ارزش» خود درگیر می‌شوند، بدون اینکه بتوانند آنها را بفروشند و نقد کنند.

همچنین ممکن است برای ذخیره‌ی ارزهای دیجیتال خود گرفتار یک نرم‌افزار کیف پول جعلی شوید که از نام یک کیف پول معتبر استفاده می‌کند. به عنوان نمونه، چندی پیش یک نرم‌افزار تقلیبی با نام لجر لایو (نرم‌افزار رسمی کیف پول سخت‌افزاری لجر) در گوگل پلی دیده شد. نکته جالب اینجاست که به دلیل تحریم‌ها، بسیاری از کاربران ایرانی پس جست‌وجوی عبارت «Ledger Live» در گوگل پلی قادر به مشاهده نرم‌افزار اصلی نبودند و به جای آن نرم‌افزار تقلیبی نمایش داده می‌شد.

تفاوت برنامه‌ی حقیقی (بالا) و جعلی (پایین) در گوگل پلی شیوه‌ی کلاهبرداری از طریق صرافی‌ها و کیف پول‌های تقلیبی کلاهبرداران یک وب‌سایت یا نرم‌افزار با عنوان صرافی یا کیف پول می‌سازند و در شبکه‌های اجتماعی و گروه‌های گفت‌وگو آن



لیست ۱۰ ابزار برتر امنیت سایبری که باید در سال ۲۰۲۱ در نظر داشته باشید

در عصر دیجیتال، هر کسبوکار و فردی برای محافظت از خود در برابر حملات سایبری به ابزارهای امنیتی سایبری مناسب نیاز دارد. اما، با افزایش حملات سایبری و شکل‌های مختلف، محافظت در برابر همه آنها از اهمیت بیشتری برخوردار است.

برخی از ابزارهای نرم‌افزاری امنیت سایبری همچنین خدماتی مانند اسکن نامه‌های الکترونیکی را برای اطمینان از در دسترس نبودن پیوندهای یا پیوست‌های وب مخرب ارائه می‌دهند. برخی از برنامه‌های آنتی‌ویروس مدرن همچنین می‌توانند اقدامات محافظتی مختلفی را انجام دهند که شامل قرنطینه‌سازی و ازبین‌بردن تهدیدات احتمالی است.

۳- خدمات PKI

سرвис نرم‌افزار PKI اغلب با SSL یا TLS در ارتباط است، ارتباطات سرور را رمزگذاری می‌کند. این سرویس مسئول HTTPS و قفل در نوارهای آدرس مرورگر است. SSL هم برای سایتهاي عمومي امنيتي و هم برای شبکه‌هاي داخلی بسیار مهم است.

این موضوع می‌تواند بسیاری از نقاط ضعف امنیت سایبری را حل کند و می‌تواند برای امکان تأیید اعتبار و کنترل دسترسی چندعاملی، ایجاد امضای دیجیتال سازگار و قابل اعتماد، رمزگذاری ارتباطات ایمیل و احراز هویت فرستنده، امضای دیجیتالی و محافظت از کد، و در آخر ایجاد هویت و اعتماد به اکوسیستم‌های اینترنت اشیا مورداستفاده قرار گیرد.

۱- دیوار آتش (firewall)

امروزه، جنایتکاران اینترنتی با تقویت قدرت دفاعی، پیچیده‌تر شده‌اند. این باعث شده است که دیوار آتش یکی از مهم‌ترین ابزارهای امنیت سایبری باشد، هرچند کمی منسخ شده است. دسترسی غیرمجاز به سیستم شما را مسدود کرده و ترافیک شبکه را کنترل می‌کند. در صورت وجود تلاش برای اتصال، تصمیم می‌گیرد که آیا آن را آزادانه در رایانه یا شبکه منتقل کنید. هنوز محدودیت‌هایی وجود دارد مانند اینکه هکرهای ماهر آموخته‌اند داده‌ها و برنامه‌هایی را ایجاد کنند که می‌توانند فایروال‌ها را به عنوان برنامه‌های دستگاه‌های قابل اعتماد فریب دهند. این به آنها امکان می‌دهد بدون هیچ مشکلی از آن عبور کنند. با این حال، آنها می‌توانند حملات مخربی که از پیچیدگی کمتری برخوردار هستند را به کسبوکار شما شناسایی کنند.

۲- نرم‌افزار ضدویروس (Antivirus)

اگر شغلی را اداره می‌کنید، داشتن یک فایروال قوی و به روز و نرم‌افزار آنتی‌ویروس برای امنیت سیستم شما بسیار مهم است. نرم‌افزار آنتی‌ویروس در صورت بروز هرگونه ویروس و بدافزار به سیستم هشدار می‌دهد.

۴-ابزارهای نظارت بر امنیت شبکه (Network Security Monitoring Tools)

قفل کردن دستگاه‌های ازدست رفته، خنثی سازی اشتباهات کارمندان با حفاظت از انتقال پرونده و موارد دیگر.

۵-ابزار اسکن آسیب‌پذیری وب (Web Vulnerability Scanning tools)

ابزارهای امنیت سایبری اسکن آسیب‌پذیری وب، برنامه‌های امنیتی خودکار هستند که می‌توانند با خزیدن در کل وبسایت، تجزیه و تحلیل عمیق هر پرونده و نمایش ساختار وبسایت، آسیب‌پذیری‌های برنامه‌های وب را تشخیص دهند. با راه اندازی یک سری حملات وب، یک حسابرسی خودکار برای آسیب‌پذیری‌های امنیتی انجام می‌دهد و می‌تواند برای سرور و ب، سرور پروکسی، سرور برنامه وب و سایر سرویس‌های وب مورد استفاده قرار گیرد. این می‌تواند با کاهش هزینه‌های انطباق، کاهش تقلب، صرفه‌جویی در هزینه فرآیندهای دستی شناسایی نقص نرم‌افزار، محافظت از کاربر، هزینه‌های اخطار نقض، حسابرسی و حمله امنیت شبکه و بسیاری دیگر به مشاغل کمک کند.

۶-ابزارهای بی‌سیم دفاع شبکه (Network Defence Wireless Tools)

ابزارهای امنیت سایبری بی‌سیم دفاع شبکه می‌توانند امنیت را بیشتر افزایش دهند زیرا برای محافظت از قابلیت استفاده و یکپارچگی داده‌ها و همچنین شبکه طراحی شده‌اند. امنیت موثر شبکه دسترسی به شبکه را از طریق فناوری‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مدیریت می‌کند. انواع تهدیدات را شناسایی کرده و از ورود آنها به یک شبکه تجاری جلوگیری می‌کند. دیجیتالی شدن تجارت به این معنی است که خدمات به مشتریان و کارمندان باید در شبکه آن محافظت شود. یک ابزار بی‌سیم دفاعی شبکه به مشاغل کمک می‌کند تا اطلاعات اختصاصی را از حملات محافظت کند.

۷-بسته‌های شنود (Packet Sniffers)

مانیتورینگ بسته می‌تواند ابزاری حیاتی برای امنیت سایبری برای تجارت باشد زیرا می‌تواند به آنها در شناسایی برنامه‌هایی که ترافیک غیرمعمول ایجاد می‌کنند، جمع‌آوری داده‌ها برای تجزیه و تحلیل امنیت، بر جسته سازی نقاط اوج و دره‌ها در تقاضای شبکه و رفع اشکال در ترافیک برنامه‌ها، کمک کند. این یک نرم‌افزار عالی امنیت سایبری برای تشخیص مشکلات شبکه و اشکال زدایی از برنامه‌های اینترنتی است زیرا می‌تواند عیوب‌یابی در موارد عجیب و غریب شبکه را ساده کند.

ابزارهای نظارت بر امنیت شبکه یا ابزارهای نظارت بر امنیت سایبری می‌توانند به مشاغل کمک کنند تا تهدیدات خارج از شبکه را شناسایی کنند. همچنین می‌تواند برای شناسایی تهدیدات ناشی از داخل شبکه مورد استفاده قرار گیرد.

در گزارش امنیت ایتل، Grand Theft Data، آنها نشان دادند که تا ۴۳٪ از کل نقض امنیت، توسط عوامل داخلی انجام می‌شود. علی‌رغم غیرعمدی بودن نیمی از آنها، از دستدادن داده‌ها و هزینه‌های مالی متحمل شده برای تجارت به دلیل نقض داخلی می‌تواند قابل توجه باشد. دلیل این امر این است که مرتكب در چنین مواردی می‌داند کجا را جستجو کند.

ابزارهای نظارت بر امنیت شبکه می‌توانند با تجزیه و تحلیل داده‌های تاریخی از بسیاری از سرقت‌های خودی جلوگیری کنند، تا دسترسی به اشتراک فایل غیرمعمول یا مشکوک را شناسایی کنند، سپس می‌توان هشدارها را برای هشدار درباره فعالیت خاص شبکه توسط تجزیه و تحلیل ترافیک و موتور IDS از شبکه‌های پیش‌فرض یا ابر تنظیم کرد. از آنچاکه می‌تواند به مشاغل کمک کند از نقض غیرعمد برای اهداف سوء جلوگیری کنند، موثر است.

۸-نرم‌افزار رمزگذاری (Encryption Software)

ابزار امنیت سایبری مجهر به نرم‌افزار رمزگذاری، رمزگذاری و رمزگشایی جریان داده‌ها را در حالت استراحت یا در حال انتقال امکان‌پذیر می‌سازد تا توسط کاربران غیرمجاز امن و قابل مشاهده نباشد. این داده‌ها و پرونده‌ها را با کار با بیش از یک الگوریتم رمزگذاری، رمزگذاری می‌کند تا از مشاهده اطلاعات توسط کاربران غیرمجاز محافظت کند.

برای رمزگشایی هر بسته داده یا پرونده از فرم رمزگذاری شده آن، یک کلید لازم است. این کلید توسط خود ابزارهای نرم‌افزار امنیت سایبری تولید می‌شود و بین فرستنده و گیرنده داده/پرونده به اشتراک گذاشته می‌شود؛ بنابراین از به خطر انداختن محتوای اصلی جلوگیری می‌شود. مشاغل می‌توانند از رمزگذاری، برای رمزگذاری مهم پرونده، رمزگذاری ایمیل، رمزگذاری دیسک و رمزگذاری شبکه استفاده کنند.

علاوه بر این، رمزگذاری می‌تواند از تجارت برای خنثی‌سازی هکرهای محافظت کند، از درایوهای خارجی محافظت کند، از هارد دیسک‌های داخلی ایمن محافظت کند، فضای ذخیره‌سازی ابری را ایمن تر، پنهان کردن ترافیک اینترنت، محافظت از ایمیل،

نتیجه‌گیری:

در عصر دیجیتال، هر کسب و کار و فردی برای محافظت از خود در برابر حملات سایبری به ابزارهای امنیتی سایبری مناسب نیاز دارد. اما، با افزایش حملات سایبری و شکل‌های مختلف، محافظت در برابر همه آنها از اهمیت بیشتری برخوردار است. چند ابزار ساده در بازار موجود است که می‌تواند به شما کمک کند بیشتر جنبه‌های امنیت سایبری را پوشش دهد. برخی از آنها شامل ابزارهای نظارت بر امنیت سایبری، ابزارهای ممیزی امنیت شبکه و ابزارهای حمله، ابزارهای تجزیه و تحلیل و ابزارهای شناسایی امنیت سایبری هستند. ابزارهای متعدد به شما کمک می‌کنند تا در صورت حملات سایبری تجارت خود را از انواع مختلف ایمن نگه دارید.

این ابزارها از اطلاعات شخصی شما محافظت می‌کنند، هزینه‌های نقض داده‌ها و سخت افزارهای سرفت شده را کاهش می‌دهند. از دیگر مزایای این ابزارها می‌توان به حفظ حریم خصوصی بیشتر و امنیت بیشتر اشاره کرد.

در این پیست و بلاغ، ما ۱۰ ابزار برتر امنیت سایبری را برای مشاغل شما به اشتراک گذاشته‌ایم. این ابزارها باید دارای ابزارهای امنیت سایبری باشند که به شما کمک می‌کند زیرساخت IT خود را ایمن کرده و از حملات سایبری جلوگیری کنند.

سرانجام، این نرم افزارهای امنیت سایبری نیاز به نگهداری و ارتقا دارند تا به طور مداوم از درجه امنیت بالایی برخوردار باشند.

منبع: پلیس فتا؛ techresearchonline

۹- خدمات شناسایی مدیریت شده

(Managed Detection Services)

سرویس‌های کشف شده مدیریت شده، تهدیدات سایبری را تجزیه و تحلیل و شناسایی فعال، اصلاح و در نهایت از بین می‌برند. تحلیل گران این هشدارها را برای تعیین نیاز به اقدامی تغییر می‌دهند و پشتیبانی فوری را برای حل این مسئله ارائه می‌دهند. آنها همچنین با اتخاذ رویکردی پیشگیرانه در شناسایی تهدید، منبعی را برای جلوگیری از وقوع مجدد آنها تعیین می‌کنند تا به مشاغل کمک کند تا وضعیت کلی اقدامات امنیتی سایبری خود را تعیین کنند.

۱۰- قست نفوذ (Penetration Testing)

آزمایش نفوذ با استفاده از ابزارهای امنیت سایبری و تکنیک‌هایی که در دسترس هکرهای مخرب است، با نفوذ به شبکه‌ها، به نقاط ضعف در شبکه تجاری قبل از حمله کننده‌ها، کمک می‌کند. این آزمون توانایی آزمایش ایمن مقاومت سیستم در برابر هکهای خارجی را با مدل‌سازی اقدامات یک متجاوز بالقوه و بهره‌برداری از آسیب‌پذیری‌ها فراهم می‌کند. این می‌تواند ناشی از اشتباهات کد، تنظیمات نامن، اشکالات نرم‌افزار، خطاهای پیکربندی سرویس و نقاط ضعف عملیاتی باشد.

آزمایش و هک شدن به رو شی ایمن و کنترل شده انجام می‌شود و سناریوی حمله واقعی را شبیه‌سازی می‌کند. شرکت در این آزمون به مشاغل کمک خواهد کرد تا در هزینه‌های بازسازی و کاهش خرابی شبکه، اقدامات امنیتی کارآمد و مطابقت با مقررات امنیتی را کاهش دهد.

پایگاه خبری و اطلاع رسانی

elececo
اقتصاد الکترونیکی
www.elececo.ir

مارادر شبکه‌های اجتماعی دنیاگردید



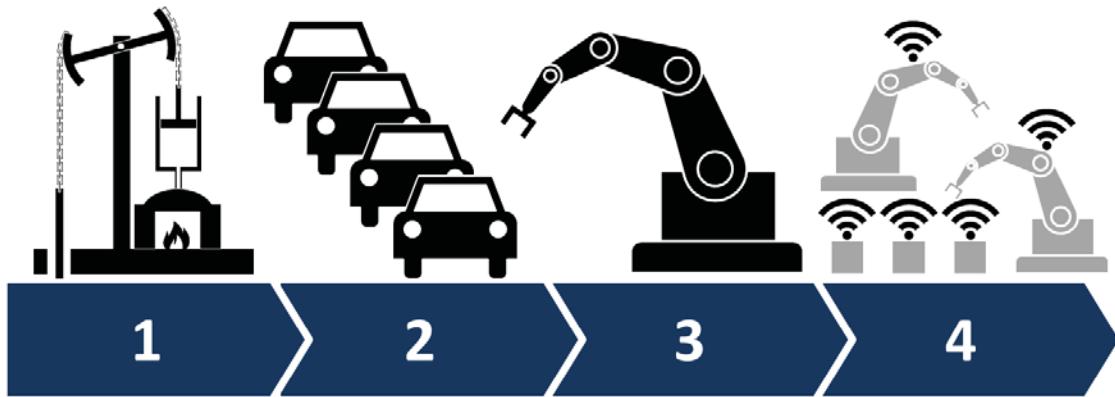
به روزترین مقالات و گزارش‌ها و آخرین اخبار
امنیت اطلاعات

ماهنه
اقتصاد دیجیتال
www.DigitEco.ir

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

تلگرام و اتساب: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵
شماره مستقیم سردیبو: ۰۹۲۱۲۷۸۹۴۰۶

جهت ارسال مقاله، گزارش و خبر:



انقلاب صنعتی چهارم در هشت صنعت ایران

نامزدهای پیوستن به انقلاب دیجیتال در ایران مشخص شدند. سیاست‌گذار با اعلام نام هشت صنعت، از بنگاه‌های فعال در صنایع نساجی، پتروشیمی، پوشاسک، خودرو، فولاد، لوازم خانگی، صنعت برق و صنعت الکترونیک به عنوان مهم‌ترین واحدهای مدنظر وزارت صمت برای استفاده از فرصت انقلاب چهارم صنعتی یاد کرد. بر این مبنای اسناد سیاستی وزارت صمت با تمرکز روی شش راهبرد، کشور را برای پیوستن به موج انقلاب روباتیک آماده می‌کند تا در کنار رشد تولید، افزایش صادرات را از مسیر عرضه محصولات به روز و پیشرفت محقق سازد.

این نهاد نسبت به الزامات تغییر چارچوب تولید صنعتی در کشور است. در این زمینه پرسش مهمی که وجود دارد اقدامات فوری و قاطع برای استفاده از فرصت‌های تازه است. در این راستا پرسش از سیاست‌های وزارت‌خانه در خصوص پیوستن صنایع کوچک، متوسط و بزرگ به این موج انقلاب اهمیت بالایی دارد. برآورده وزارت‌خانه از چالش‌ها و فرصت‌های ایران در این زمینه و اینکه کدام صنایع و شاخه‌ها به طور خاص، توانایی جذب چنین رویکرده‌یا پیوستن به این وضعیت را دارند، موضوعات مهم دیگری هستند که در ادامه به آنها پرداخته می‌شود.

سعید زرنای، معاونت طرح و برنامه وزارت صمت در گفت‌وگویی سعی کرد تا تصویری روشن از آنچه در وزارت صمت درباره موج چهارم انقلاب صنعتی وجود دارد را ارائه کند. برزین جعفرتاش، پژوهشگر جوان حوزه سیاست‌گذاری صنعتی نیز نگاهی متفاوت به انقلاب صنعتی چهارم داشته و شیوه صحیح سیاست‌گذاری برای تحقق اهداف کلان صنعتی در این دوره از تحولات را مطرح کرد.

نگاه وزارت صمت به انقلاب چهارم صنعتی

از آنچاکه در بین ۴۴ شرکت پیشرو جهان در زمینه تولید صنعتی روباتیک و دیجیتالی، نام شرکت‌هایی از خاورمیانه نظیر پتکیم و فورد اوتوسان ترکیه، یونیلور امارات متحده عربی و آرامکو عربستان سعودی به چشم می‌خورد، دسترسی به سطوح بالای

از آنجاکه تحولات بزرگ در بسیاری از صنایع تا سال ۲۰۲۵ حجم بالایی از استغال و درآمد را در اقصی نقاط جهان خلق می‌کند، وزارت صمت راهبردی را برای جهش صنعتی کشور از مجرای شرکت‌های بزرگ تولیدی در پیش گرفته است. روندی که طی آن شرکت‌های تولیدی ضمن استفاده از فناوری‌های نظیر هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، روباتیک، یادگیری ماشینی و واقعیت‌های افزوده سهام مناسبی از بازار محصولات فناور جهان را به دست می‌آورند.

در موج جدید انقلاب صنعتی چهارم، بنگاه‌ها قرار است با کمک هوش مصنوعی، روبات‌ها و فناوری‌های مبتنی بر اینترنت، شکل تازه‌ای از تولید صنعتی را در کارخانه‌های خود اجرا کنند. این اتفاقی است که احتمالاً خیلی زود خود را به اقتصاد ایران نیز تحمیل می‌کند.

برآورده موسساتی نظیر «مکنزی»، «موسسه اقتصادی آکسفورد» و «مجتمع جهانی اقتصاد»، گویای سهم اندک کشورهایی نظیر ایران از انقلاب صنعتی چهارم است. این سهم اندک در صورتی ارتقا پیدا می‌کند که جهت‌گیری کلی کشورهایی نظیر ایران در زمینه استقبال از تکنولوژی‌های روباتیک، هوش مصنوعی و دیجیتال در سطح صنعت تغییر کند. این روندی است که تا افق ۲۰۲۵ جهان صنعتی را فراگرفته و درآمدی نزدیک به $\frac{3}{7}$ تریلیون دلار را از همین محل نصیب شرکت‌ها و صنایع پیشرو در این زمینه خواهد کرد. گفت و گو با مقامات وزارت نشان‌دهنده تمایل و شناخت

هشت صنعت اولویت دار ایران در عصر روباتیک

وی با اذعان به وجود فاصله کشور با نقطه مطلوب بر شناخت پیچیدگی های این تحول جدید صنعتی تاکید کرد و افزود: «انقلاب صنعتی چهارم از درهم تنیدگی سه حوزه تغییر در حال جریان است. این انقلاب همچون سایر انقلاب ها تاثیراتی را در حوزه های مختلف به همراه خواهد داشت. اما سه حوزه اصلی که بیشترین تاثیر را از این جریان خواهند گرفت، اقتصاد، کسب و کار و دولت ها هستند».

زنندی پیش بینی کرد: «با بهره گیری از تکنولوژی های انقلاب صنعتی چهارم، هزینه حمل و نقل کاهش بیاید، زنجیره عرضه ملی و جهانی محصولات موثرتر شود، سطح درآمد ها افزایش یافته و کیفیت زندگی مردم بهبود یابد. این ارتقا در سطح یک کشور باقی نمی ماند و به خاطر کاهش هزینه کسب و کار، به ظهور بازار های جدید و رشد اقتصادی جهانی منجر می شود».

معاون طرح و برنامه وزارت صمت در بخش دیگری از گفت و گوی خود با اشاره به تبعات انقلاب روباتیک در صنعت و تاثیر این جهش عظیم بر کشورها و افراد افزود: «دنبال نتیجه این انقلاب صنعتی شاهد یک نابرابری انسانی در بخش نیروی انسانی شرکت ها و صنایع خواهد بود چرا که نیروی کاری که تا پیش از این متنکی به نیروی یدی و تجربه خود بود، با فناوری های نو و هوش مصنوعی جایگزین خواهد شد».

به بیان ساده تر شاید بزرگ ترین فرصلت این دوره که می تواند خود نوعی از تهدید باشد، جایگزین شدن استعداد با نیروی یدی است. این عامل باعث می شود که جامعه به دو بخش تبدیل شود: افراد با استعداد و مسلط به دانش روز با درآمد بالا و افرادی که مهارت، دانش و درآمد پایینی دارند. شکافی اجتماعی که حتی ممکن است منجر به ایجاد تنش در سطح جامعه شود. بسیاری از تحلیلگران اقتصادی همین عامل را توجیه کننده نگرانی برخی از کارگرها و کارمندان از درآمد خود و نارضایتی طبقه متوسط از وضعیت شغلی خود می دانند.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به صنایع منتخب و اولویت دار برای پیشگام شدن در مسیر انقلاب صنعتی چهارم گفت: «صناعی نظری نساجی، پتروشیمی، پوشک، خودرو، فولاد، لوازم خانگی، صنعت برق و صنعت الکترونیک از جمله شاخه های مهمی هستند که به دلیل پتانسیل های ساختاری و ضرورت های غیرقابل اجتنابی که پیش روی آنهاست در مسیر انقلاب صنعتی چهارم قرار دارند. هدف وزارت صنعت، معدن و تجارت هم که در اسناد سیاستی نمود یافته، تمرکز روی این صنایع منتخب و اولویت دار است که در سرفصلی مستقل تحت عنوان «رویکردهای انقلاب صنعتی چهارم» به آنها پرداخته شده است».

تولید که با استانداردهای انقلاب صنعتی چهارم همسو باشد، دور از دسترس نیست. اما باید دید جنس اقدامات دولت و سیاست های وزارت توانی نظیر صمت به شکلی هست که ضمن افزایش سطح رقابت پذیری، تولید کیفی مبتنی بر استانداردهای جدید نیز در کشور انجام گیرد؟

از خلال گفت و گو با معاون وزیر صمت می توان به آشنایی مناسب وزارت توانی با این موضوع پی برد. البته زنندی در این گفت و گو نکاتی را یاد آور شده که هنوز در مرحله تدوین قرار دارد. زنندی ضمن اشاره به آشنایی وزارت صنعت، معدن و تجارت با تحولاتی که از آنها تحت عنوان «انقلاب روباتیک» یاد می شود، می گوید: وزارت صمت به منظور تدوین سیاست های صنعتی، در گام نخست از سال ۱۳۹۸ به شناسایی و معرفی صنایع پیشran و اولویت دار اقدام کرد که یکی از مهم ترین شاخص ها، اولویت بندی صنایع طبق مدلی است که طی آن بنگاه هایی که در «به کار گیری فناوری های نوظهور در توسعه تولید محصولات بر اساس رویکرد آینده نگاری» دارای اولویت هستند، شناسایی شدند.

در ادامه فرآیند تدوین سیاست صنعتی، بسته های سیاستی صنایع اولویت دار با نگاه تکمیل زنجیره های ارزش در دستور کار قرار گرفت که این بسته در حال تدوین است و یکی از مهم ترین بند های سیاستی بسته های مربوطه، موضوع فناوری و رویکردهای انقلاب صنعتی چهارم در صنایع پیشran کشور است. کیفیت و کمیت این سیاست ها برای صنایع مختلف متغیر است.

زنندی اهم سیاست های وزارت صنعت، معدن و تجارت برای پیوستن کشور به انقلاب صنعتی چهارم را شش مورد اعلام کرد و افزود: «حمایت از فرآیندهای تولید صنعتی»، «حمایت از به کار گیری یادگیری ماشین در فرآیندهای تولید صنعتی»، «حمایت از به کار گیری و استفاده از فناوری های دیجیتال انقلاب صنعتی چهارم در تکمیل زنجیره های ارزش صنایع منتخب و اولویت دار»، «حمایت از فرآیند کردن و به کار گیری و پیاده سازی هوش مصنوعی و اینترنت اشیا در فرآیندهای تولیدات کل زنجیره های ارزش صنایع منتخب و پیشran در قالب شبکه و پلتفرم های یکپارچه به منظور یکسان سازی و تسريع در تصمیم گیری تولید، کاهش هزینه ها، فرآیندهای تولید و تسريع در عرضه محصولات به بازار های هدف»، «ایجاد بسترهای لازم برای خلق و تشکیل کارخانه های هوشمند در صنایع منتخب که تمام اجزای آن به یکدیگر متصل شده و داده های تولید شده تو سط اجزا در یک پلتفرم مشترک جمع آوری و پردازش شوند»، «حمایت از اجرای برنامه های تجاری سازی محصولات مرتبط با فناوری های نوظهور در صنایع» و «حمایت از تولید محصولات با انرژی تجدید پذیر به ویژه برقی» از مهم ترین مواردی هستند که در این زمینه مدنظر دولت و وزارت توانی هستند.

چگونه از فرصت انقلاب صنعتی استفاده کنیم؟

سعید زرندی در پاسخ به سوالی در خصوص نحوه استفاده از فرصت‌های جهانی انقلاب دیجیتالی برای آن دسته از شرکت‌های ایرانی که می‌خواهند در جهان پیشرو باشند، گفت: «این سوالی نیست که وزارت صنعت، معدن و تجارت به تنهایی بخواهد پاسخگوی آن باشد، اگر بخواهیم الگوی جدیدی برای توسعه صنعتی در جهت تولید محصولات رقابتی و صادراتی داشته باشیم و به سمت آن برویم، نیاز به یک چراغ راهنمای قطب‌نما و یک مسیر داریم و مجموعه آنچه در قالب انقلاب صنعتی چهارم می‌شناشیم، می‌تواند این چراغ راهنمای قطب‌نما را برای ما فراهم آورد. معتقدم این انقلاب به ایجاد هماهنگی بین سیاست‌گذاران و تولیدکنندگان کمک می‌کند.»

وی سیاست مدنظر وزارت صمت برای هدایت شرکت‌های پیشرو به سمت تولید صادرات محور را در عصر انقلاب صنعتی چهارم یک بسته چهاربخش نامید و عنوان کرد: هماهنگی‌ها میان بخش‌های دولتی، عمومی و خصوصی باید حداقل در چهار حوزه اتفاق بیفتد تا بتوان به اهداف مدنظر دست یافت. اولین حوزه، شناسایی صنایعی است که باید روی آنها سرمایه‌گذاری کرد؛ یعنی به نحوی کمک کند تا سرمایه‌گذاری‌ها هدف‌گیری شده صورت گیرد.

به عبارت دیگر روی محصولات و فناوری‌هایی سرمایه‌گذاری شود که مورد توجه این بازارهای است و به ما کمک کند تا به این بازارها ورود پیدا کنیم. حوزه دوم این است که زیرساخت‌ها را به نحو متنخبی توسعه دهیم. برای مثال در رابطه با فضای انقلاب چهارم صنعتی، سرمایه‌گذاری روی سدها و آسفالت‌جاده‌های بسیار کم رفت‌وآمد مهمن‌تر است یا روی شبکه‌های متصل به هم و مراکز لجستیکی؟

زرندی سومین حوزه مهم در این چارچوب را بحث «تریبیت نیروی انسانی» عنوان کرد و ضمن طرح سوالاتی در این زمینه گفت: «آیا همچنان باید به گسترش رشته‌ها و زمینه‌های متعدد سنتی در تربیت نیروی انسانی ادامه بدهیم؟ نیروهایی که اکنون با نرخ‌های ۲۵ و ۲۸ درصدی در بیکاری آنها مواجه هستیم! باید تربیت نیروی انسانی به نحو هدفمندتری انجام گیرد تا بتواند در خدمت جهش و رسیدن به تحولات فناورانه و اجتماعی ناشی از انقلاب صنعتی چهارم باشد. به همین نحو آنچه تحت عنوان R&D چه در دانشگاه‌ها و چه در بنگاه‌های تولیدی و خدماتی و... صورت می‌گیرد یا مباحث مرتبط با انتقال تکنولوژی باید به نحو هماهنگی در رابطه با نیروی متخصص و سرمایه‌گذاری‌های موردنظر باشد تا پیش‌برد آنها را تسريع کند.»

معاون وزیر صمت چهارمین حوزه مهم برای پیوستن به موج

چهارم انقلاب صنعتی را مدرنسازی تشکیلات، ساختارهای سازمانی و توانمندی‌های مدیریتی دانست و خاطرنشان کرد: این هم حوزه‌ای است که اگر بخواهیم همچنان مدیران آینده را با نگرش‌های سنتی معتقد به سلسله‌مراتب و روابط عمودی تربیت کنیم و فکر کنیم سازمان‌های موجود و ساختارها و رویه‌های فعلی می‌توانند ما را برای این انقلاب آماده کنند راه را به شدت به خط رفته‌ایم؛ بنابراین باید رویکرد کاملاً متفاوت و تحول‌گرایانه‌ای را در پیش‌بگیریم و مدیران را به نحوی انتخاب و توانمند کنیم که از پس این تحول سازمانی و تشکیلاتی برآیند.

به هر حال باید اذعان کرد که رویکردهای جاری در توسعه صنعتی و فناوری کشور که مجموعه‌ای از تصمیمات سرمایه‌گذاری، توسعه زیرساخت‌ها، تربیت نیروی انسانی و نوعی از تشکیلات و ساختارهای سازمانی آن را بهبیش می‌برد، ما را برای تولید محصولات و خدمات موردنیاز برای انقلاب صنعتی چهارم و ورود به بازارهای سازمان‌یافته آتی تجهیز نمی‌کند و ضروری است که این رویکردها دستخوش تحول جدی شوند.

شرکت‌های پیشرو برای ورود به بازار جهانی تولید روباتیک

زرندی در پایان گزینه‌های کشور برای حضور در جمع شرکت‌های پیشرو جهان در فضای انقلاب دیجیتال را فولاد مبارکه اصفهان، شرکت‌های خودروسازی ایران‌خودرو و سایپا، شرکت ملی صنایع مس ایران، شرکت‌های بزرگ ماشین‌سازی و نمونه‌هایی از این دست عنوان کرد و افود: «در حال برنامه‌ریزی برای طراحی و پیاده‌سازی برنامه‌های اختصاصی از طریق تعیین سیاست‌های مشخص برای نیل به اهداف متصوره در مسیر حرکت به سمت انقلاب صنعتی چهارم در صنایع مذکور هستیم. بدیهی است با توجه به پیشانی صنایع مذکور، بسیاری از صنایع کوچک و متوسط در پس این صنایع حرکت کرده و مسیر تحول و انقلاب صنعتی چهارم را در کشور رقم خواهند زد. با همین استدلال وزارت صنعت، معدن و تجارت تمرکز خود را روی صنایع منتخب و پیشان قرار داده تا به‌نوعی این صنایع تابلوی راهنمایی و تعیین‌کننده مسیر برای صنایع کوچک و متوسط باشند.»

اما بزرین جعفرتاش، پژوهشگر سیاست‌گذاری صنعتی در این زمینه نگاه متفاوتی دارد. این تحصیل‌کرده دانشگاه تهران ضمن مرور تاریخچه انقلاب دیجیتالی، معتقد است باید در پیوستن به موج چهارم انقلاب صنعتی، اهمیت تولید کارخانه‌ای را نادیده گرفت. جعفرتاش افروز: انقلاب فناوری که از سال ۲۰۰۰ شروع شد، ترند مهمی است که امروزه در حوزه سیاست‌گذاری صنعتی موردن تأکید بسیاری از کشورها است و بسیاری از سیاست‌گذاران صنعتی کشورهای درحال توسعه و حتی کشورهای توسعه‌یافته را

که منجر به صنعت زدایی از اقتصاد ایران در دو دهه ۸۰ و ۹۰ خورشیدی شد، درباره سیاست‌گذاری صنعتی در ایران نکاتی را عنوان کرد و گفت: به دو دلیل سرکوب ارزی و سیاست اقتصادی تمرکز بر توسعه بنگاه‌های کوچک و خدمات محور، ایران از سال‌های میانی دهه ۸۰ به مشکل صنعت زدایی دچار شد و این روند تا امروز هم ادامه دارد. بی‌تفاوتی ما به تولیدات کارخانه‌ای شاهد این مدعاست. یعنی تمام رانت‌های تحقیق و توسعه حمایتی در کشور به شرکت‌های خدمات محور، استارت آپ‌ها و بنگاه‌های دانش‌بنیان اختصاص‌داده شده است. این در حالی است که همه این شرکت‌ها بدون وجود یک بخش صنعتی گستره اساساً نمی‌توانند فواید مدنظر سیاست‌گذار را محقق کنند. این یک انحراف بزرگ است که در کشورهای مختلفی رخداده. این کشورها عموماً فکر می‌کنند بدون صنعتی شدن می‌توانند به یک اقتصاد خدمات محور یا دانش‌بنیان تبدیل شوند.

جهت‌گیری سیاست‌گذار در قبال انقلاب روباتیک چه باشد؟

جعفرتاش در بخش پایانی گفت و گو برای استفاده درست از فرصت انقلاب صنعتی چهارم، چند پیشنهاد به سیاست‌گذار ارائه کرد و افزود: پیشنهاد من این است که توسعه تولید محصولات کارخانه‌ای کلاسیک بخصوص بخش نساجی اعم از پارچه، پوشک، کفش و لباس و همچنین لوازم خانگی به اولویت سیاست‌گذار بدل شود. با توسعه این صنایع و در مقیاس رفتن آنها، استارت آپ‌های طراحی و بازاریابی و توزیع و همچنین شرکت‌های دانش‌بنیان مشتری خود را پیدا می‌کنند. در حقیقت یادگیری ماشینی و انقلاب روباتیک نتیجه رشد و توسعه بخش تولیدی و صنعتی کشور است، نه عامل آن. در عین حال تصور می‌کنم این هیجان ناشی از یادگیری ماشینی و انقلاب روباتیک نباید باعث شود تا ما از توجه به محصولات کارخانه‌ای غافل شویم. ما اگر در سیاست‌گذاری صنعتی، اولویت را به تولیدات صنعتی بدheim، به احتمال زیاد قطعاً صنایع نوین و دانش‌بنیان نیز به مرور ایجاد خواهد شد.

از آنجاکه چرخه عمر محصولات دانشی عموماً کوتاه است، به نظر می‌رسد اکوسیستم نوآوری که در کشور ایجاد شده توانایی یادگیری و انتقال دانش موردنیاز صنایع را دارد. البته اگر بازار کافی برای آنها وجود داشته باشد، این موضوع را محقق می‌کنند. در این مرحله سازمان‌دهی درست برای توسعه و تحول تولید صنایع با فناوری ساده و متوسط اولویت اصلی است و باید باشد و اگر محقق نشود، به باور من پرش به اقتصاد خدمات محور دانش‌بنیان بدون صنعتی شدن به مرحله بالاتر ممکن نخواهد بود.

منبع: دنیای اقتصاد

گمراه کرد. این روند البته ریشه در اتفاقات ابتدای دهه ۹۰ و ظهور یکباره شرکت‌های حوزه فناوری اطلاعات و رشد چشمگیر سهام آنها دارد. این اتفاقات مجموعاً وضعیتی را به وجود آورد که به ظاهر زمینه عبور از جهان صنعتی و ورود به عصر اقتصاد دانشی و خدمات محور را فراهم کرد. از منظر سیاست‌گذاری صنعتی نیز این تحول هم منشاً فواید مثبت بوده و هم مضراتی را در پی دارد. جنبه مثبت این موضوع به تکنولوژی‌هایی نظیر یادگیری ماشینی، هوش مصنوعی، روباتیک و فناوری اطلاعات مربوط است که باعث تحول در ساختار تولید و افزایش بهره‌وری شد و حجم اقتصاد را طی سالیان اخیر به شدت افزایش داد و بر اقتصادهای ملی هم اثرگذار بود.

وی معتقد است: «جنبه منفی موضوع اما به کاهش اهمیت تولید صنعتی در نقشه نظر سیاست‌گذار، به خصوص در کشورهای در حال توسعه برمی‌گردد. اغلب دیده می‌شود در کشورهایی مانند کشور خودمان که زیرساخت صنعتی و طرفیت تولید مناسب ندارند، تمایل به سمت توسعه جهت‌گیری به سمت انقلاب دیجیتالی از طریق ایجاد اقتصاد پساصنعتی خدمات محور و دانش‌بنیان وجود دارد، هرچند بدون صنعتی شدن، توفیق در بخش خدماتی و دانش‌بنیان بعيد به نظر می‌رسد.»

جعفرتاش در نقد این شیوه از سیاست‌گذاری عنوان کرد: حرف کسانی که پیرو این سبک از سیاست‌گذاری صنعتی هستند، این است که خدمات نیازی به زیرساخت‌های کلان اعم از جاده و ریل و کارخانه ندارد. همین‌که تعدادی جوان در فضایی اشتراکی، کسب‌وکاری راه‌اندازی کنند و اصطلاحاً از طریق کد زدن، به ثروت‌های کلان برسند، کافی است. اما این قبیل کشورها در سیاست‌گذاری خود به یک نکته خاص توجه نمی‌کنند.

اینکه وقتی فضای کشور از تولید و کارخانه خالی یا صنعت در آن کم رنگ شد، بخش خدمات اعم از دانش‌بنیان‌ها و استارت آپ‌ها هم بازاری برای ارائه خدمات خود نخواهند داشت و کل پروسه اقتصاد اعم از دیجیتالی و خدماتی و ... از رونق افتاده و اقتصاد زمین‌گیر می‌شود. برای مثال در ایالات متحده دیدیم که فرآیند صنعتی‌زدایی و ازدست‌دادن مشاغل کارخانه‌ای یکی از عوامل پیروزی دونالد ترامپ شد. کسی که با وعده بازگرداندن صنایع آمریکایی به داخل کشور به قدرت رسید. این وضعیتی است که در آمریکا نیز نمود پیدا کرد و به ظهور ترامپ منجر شد که در یک دوره زمانی کوتاه، حمایت از صنایع داخلی دوباره روی صنایع خودرو یا لوازم خانگی نقش داشت و این کشور بر واردات اقلام مشابه تعریفه بست.

این پژوهشگر با یادآوری برخی اشتباہات سیاست‌گذار



هوش دیجیتال (Digital Quotient)

■ یاسر بهشتی؛ پژوهشگر اداره پژوهش خبری

دنیا به هوش دیجیتالی نیاز دارد و مرتبط شدن روزافزون زندگی‌ها به هم، سلامت و شکوفایی جوامع را به آن وابسته کرده است.

ردپاهای دیجیتال و همدلی دیجیتال هستند. نتایج تحقیقات حاکی است نمره هوش دیجیتال به طور مستقیم با توانایی‌های روان‌شناسی و شناختی همبستگی دارد. این مفهوم شامل سه سطح شهروندی دیجیتالی، خلاقیت دیجیتالی و کارآفرینی دیجیتالی است. از عواقب آشکار پایین بودن DQ عبارت است از مقاومت نکردن در برابر دستکاری‌های آنلاین و ازبین رفتن حریم شخصی. این چالشی نیست که هر خانواده‌ای به تنها بای با آن دست‌وپنجه نرم کند، بلکه مشکلی است که جامعه باید به صورت جمعی به آن بپردازد.

هوش دیجیتال Digital Quotient

هوش دیجیتال (DQ) عبارت است از: «مجموعی از توانایی‌های اجتماعی، احساسی و شناختی که به افراد امکان می‌دهند با چالش‌های این حوزه مواجه شوند و با نیازهای زندگی دیجیتال سازگاری پیدا کنند». مدیریت مصرف دیجیتال، مدیریت خشونت‌های سایبری، مدیریت امنیت سایبری، مدیریت حفاظت از حریم خصوصی، تفکر انتقادی،

هوش دیجیتال که عبارت است از: «مجموعی از توانایی‌های اجتماعی، احساسی و شناختی که به افراد امکان می‌دهند با چالش‌های این حوزه مواجه شوند و با نیازهای زندگی دیجیتال سازگاری پیدا کنند»، اکتسابی است و عنصر اساسی توسعه مهارت‌ها برای نیروی کار آینده محسوب می‌شود.

دنیا به هوش دیجیتال (DQ) نیاز دارد و مرتبط شدن روزافزون زندگی‌ها به هم، سلامت و شکوفایی جوامع را به آن وابسته کرده است و همه قشرهای جامعه باید آموزش‌های شهروندی دیجیتال را آغاز کنند.

نمره DQ یک عدد ترکیبی و مشتق شده از سطوح مؤلفه‌های اندازه‌گیری شده طبق ۸ محور مؤلفه‌های شهروندی دیجیتال است که به صورت معکوس با خطرات سایبری و به صورت مستقیم با توانایی‌های فردی رابطه معنادار دارد.

محورهای هشتگانه مذکور شامل هویت شهروند دیجیتال، مدیریت مصرف دیجیتال، مدیریت خشونت‌های سایبری، مدیریت امنیت سایبری، مدیریت حفاظت از حریم خصوصی، تفکر انتقادی،

فناوری هوشمند

۳. مدیریت خشونت‌های سایبری: توانایی تشخیص موقعیت‌های سوءاستفاده از فضای مجازی و مهار کردن هوشیارانه آن موقعیت.

۴. مدیریت امنیت سایبری: توانایی محافظت از اطلاعات شخصی با ایجاد رمزهای عبور قوی و مدیریت حملات سایبری مختلف است.

۵. مدیریت حفاظت از حریم خصوصی: توانایی در اختیار داشتن تمام اطلاعات شخصی آنلاین به اشتراک گذاشته شده برای محافظت از حریم خصوصی خود و افراد دیگر.

۶. تفکر انتقادی: توانایی تشخیص بین اطلاعات درست و نادرست، محتواهای مفید و مضر و مخاطبان آنلاین قابل اعتماد و مشکوک.

۷. ردپاهای دیجیتال: توانایی درک ماهیت ردپاهای دیجیتال و پیامدهای واقعی زندگی و مدیریت آنها با مستویت پذیری کامل.
۸. همدلی دیجیتال: توانایی نشان‌دادن همدلی به نیازها و احساسات خود و دیگران به صورت آنلاین.

تلاش‌های جهانی

موسسه DQ در اکتبر ۲۰۱۶ و طی یک پروژه کارگاهی در مجمع جهانی اقتصاد تشکیل شد. هدف این موسسه ایجاد ائتلافی جهانی از ذی‌نفعان بیان شده است تا بدین‌وسیله هوش دیجیتال به کودکان آموزش داده شود و شکاف‌های موجود در سیستم‌های آموزشی که فاقد منابع یا تخصص لازم برای ارائه این مهارت‌های مهم به شهروندان خود هستند پر شود.

آموزش هوش دیجیتال

نیاز به آموزش مهارت‌های دیجیتالی در کودکان، امروزه بسیار محسوس است.

کودکان به عنوان بخش بزرگی از شهروندان دیجیتال، نیازمند آموزش مهارت‌هایی هستند که زندگی در عصر دیجیتال را به آنها می‌آموزد.

اولین فاز یا مرحله آموزشی بر گسترش مؤلفه‌های شهروندی دیجیتال برای کودکان ۸ تا ۱۲ ساله تمرکز دارد، چون این مرحله برای آمده شدن کودکان که به طور فعال با ابزار و رسانه‌های دیجیتال کار می‌کنند، ضروری است. این سن، سن بحرانی است، چون که در این سن با دنبال کردن محتواهای اجتماعی آسیب‌پذیرتر می‌شوند و، چون تازه شروع به فهم و تمیز صحیح و غلط کرده و در حال ساختن احساساتشان نسبت به دنیای اطراف هستند بیشتر در معرض آسیب قرار دارند.

این نوع هوش، برخلاف ضربه هوشی (IQ)، اکتسابی است و باید توانایی آن ایجاد شود چراکه عنصر اساسی توسعه مهارت‌ها برای نیروی کار آینده محسوب می‌شود.

ارزیابی هوش دیجیتال

نموده DQ یک عدد ترکیبی است که از سطوح مؤلفه‌های اندازه‌گیری شده طبق ۸ محور مؤلفه‌های شهروندی دیجیتال مشتق شده است.

بر اساس تحقیقات انجام شده این نموده به صورت معکوس با خطرات سایبری و به صورت مستقیم با توانایی‌های فردی رابطه معنادار دارد مثل:

- به اشتراک گذاشتن اطلاعات شخصی
- ارتباط با افراد غریب به صورت آنلاین
- اعتیاد به بازی
- رفتارهای زورگویانه

در معرض محتواهای وحشیانه قرار گرفتن نتایج تحقیقات حاکی است نموده هوش دیجیتال به طور مستقیم با توانایی‌های روان‌شناسی، شناختی و رشد اجتماعی با امنیت رفتارهای آنلاین همبستگی دارد.

سطح ۱: شهروندی دیجیتال

توانایی استفاده از تکنولوژی و رسانه‌های دیجیتال به صورت ایمن، متعهدانه و موثر.

سطح ۲: خلاقیت دیجیتالی

توانایی تبدیل شدن به بخشی از اکوسیستم دیجیتال با خلق مشترک محتواهای جدید و تبدیل ایده‌ها به واقعیت با استفاده از ابزارهای دیجیتال.

سطح ۳: کارآفرینی دیجیتالی

توانایی استفاده از رسانه‌ها و فناوری‌های دیجیتال برای حل چالش‌های جهانی و یا خلق فرصت‌های جدید.

حوزه‌های شهروندی دیجیتال:

چارچوب مهارت و توانایی‌های هوش دیجیتال در سطح شهروندی دیجیتال، به هشت حوزه به هم پیوسته تقسیم می‌شود:

۱. هویت شهروند دیجیتال: توانایی ایجاد و مدیریت یک هویت سالم آنلاین و آفلاین به صورت کامل.

۲. مدیریت زمان صفحات دیجیتال: توانایی مدیریت زمان صفحات دیجیتالی، چند وظیفه‌ای بودن و میزان تعامل فرد در بازی‌های آنلاین و رسانه‌های اجتماعی با به کارگیری خود کنترلی.

چیزی که کمتر مشهود است، اما برای جامعه حیاتی است، ارتباط بین هوش دیجیتالی و گسترش اطلاعات غلط دیجیتالی است که به آن اخبار جعلی هم می‌گویند. افزایش ظرفیت خروجی این اطلاعات غلط به هوش دیجیتالی پایین کاربرانی که این اطلاعات را به اشتراک می‌گذارند مربوط می‌شود. بدون تشخیص دقیق اطلاعات دیجیتال و مهارت‌های تفکر نقادانه که باید در سینین پایین در انسان نقش بیندد، احتمال اینکه افراد اطلاعات غلط را بدون دانستن عواقب آن به اشتراک بگذارند، بیشتر می‌شود.

از دیگر عواقب آشکار DQ پایین عبارت است از مقاومت نکردن در برابر دستکاری‌های آنلاین و ازبین‌رفتن حریم شخصی. این چالشی نیست که هر خانواده‌ای به تنها‌یابی با آن دست‌وپنجه نرم کند، بلکه مشکلی است که جامعه باید به صورت جمعی به آن پردازد.

کلام آخر

آموزش شهروندی دیجیتال باید شامل فرصت‌هایی برای ارزیابی و بازخورد باشد. ابزارهای ارزیابی باید جامع و سازگار باشند تا بتوانند نه تنها مهارت‌های سخت و فنون حرفه‌ای، بلکه مهارت‌های نرم هوش دیجیتالی را نیز ارزیابی کنند. چنین ارزیابی‌هایی می‌توانند درک بهتری از نقاط قوت و ضعف کودکان را به آن‌ها ارائه دهند و یاری‌شان کنند تا مسیرشان را به سمت موفقیت پیدا کنند. کودکان در دنیای دیجیتال امروز غوطه‌ور شده‌اند و بر آن‌چه که قرار است آینده دنیا باشد، تأثیرگذار خواهند بود.

نکته بسیار مهم این است که همه قشرهای جامعه باید آموزش‌های شهروندی دیجیتال را آغاز کنند. هر کسی از هر موقعیتی که در آن قرار دارد. دنیا به هوش دیجیتالی نیاز دارد و مرتبط شدن روزافزون زندگی‌ها به هم، سلامت و شکوفایی جوامع را به آن وابسته کرده است.

آنچه مشهود است عدم تناسب در توجه به این سطوح سه‌گانه است به طوری که بیشترین توجه به مقوله هوش، به‌سوی خلاقیت دیجیتال است و مدارس به طور روزافزون تلاش می‌کنند تا کودکان را در معرض مسائلی مانند سواد رسانه‌ای، برنامه‌نویسی و حتی روباتیک قرار دهند.

واقعیت این است شکاف به وجود آمده بین والدین و کودکان در عصر گوشی‌های هوشمند و رسانه‌های اجتماعی چنان چشمگیر شده که می‌توان گفت هنوز راهکار قطعی برای نحوه آموزش کودکان این عصر معرفی نشده است.

از طرفی، متولدین نسل Z اغلب در معرض خطرات سایبری مانند اعتیاد به فناوری، تهدید اینترنتی و ... هستند و آمادگی شدیدی در جذب هنجارهای سمی رفتاری دارند.

آسیب‌های ناشی از ضعف در آموزش هوش دیجیتال

در کل باید گفت سیستم‌های آموزشی در سراسر دنیا به خوبی تجهیز نشده‌اند تا استانداردها و دستورالعمل‌های مشخصی را برای زندگی آنلاین یک نوجوان تعیین کنند و ظرفیت‌سازی هوش دیجیتالی را درون مدارس آن‌ها یکپارچه‌سازی کنند. در نتیجه، کودکان و والدین در این امور به حال خود گذاشته می‌شوند و حمایت چندانی از این موضوع صورت نمی‌گیرد که عواقب این ماجرا بسیار مخرب است.

مطالعه‌ای که اخیراً در مورد ۳۸ هزار کودک ۸ تا ۱۲ سال در ۲۹ کشور مختلف انجام شده، به این نتیجه رسیده که بیش از نیمی از این کودکان در معرض حداقل یک تهدید مرتبط با اینترنت هستند. این تهدیدها عبارت است از: کاهش همدلی دیجیتال (که منجر به افزایش اضطراب و فشارهای اجتماعی در میان همسن و سالان می‌شود)، استفاده بیش از حد از صفحات دیجیتال، اعتیاد دیجیتال، خشونت‌های سایبری، هک اطلاعات هویتی و سوء مدیریت حریم خصوصی آنلاین. نکته هشداردهنده‌تر این است که جوانان در کشورهای نوظهور ۱/۳ برابر بیشتر از همسن و سالان خود در کشورهای توسعه‌یافته از نظر دیجیتالی، در معرض این تهدیدها هستند.

این واقعیت که یک کودک می‌تواند با دست خودش، در هر زمان و مکانی به دنیای آنلاین دسترسی داشته باشد، نه فقط برای والدین و سازمان‌های جامعه مدنی، بلکه برای آموزش‌دهندگان، قانون‌گذاران، دولت‌ها، رسانه‌ها و حتی پلتفرم‌های مصرف‌کننده و برندهای، باید بالاترین نگرانی موجود باشد.



دانشجویی و انتشاریه
elececo.ir@gmail.com

جست ارسال مقاله، گزارش و خبر:
تلفن و ایمیل: ۰۹۰۷۴۴۶-۰۹۵۵
شماره مسند: ۰۹۰۷۷۸۹۴۰-۰۶

بلاکچین را بیشتر بشناسیم

که هریک از ما اثر انگشت داریم تا بتوانیم از یکدیگر متمایز شویم، هر بلوک کد منحصر به فردی به نام «hash» (را ذخیره می‌کند) که به ما امکان می‌دهد آن را از هر بلوک دیگر تشخیص دهیم. به این ترتیب بلوک‌های مربوط به دو معامله با جزئیات یکسان، به دلیل کدهای منحصر به فرد آنها، از هم قابل تفکیک هستند.

بلاکچین چگونه کار می‌کند؟

برای درک کارکرد بلاکچین به تراکنش‌های بیت‌کوین می‌پردازیم. بلاکچین تمامی اطلاعات و جزئیات تک‌تک تراکنش‌های صورت گرفته با این ارز دیجیتال را در خود ذخیره می‌کند و اگر یک کاربر بخواهد یک بیت‌کوین را بیش از دو بار معامله (یعنی کلاهبرداری کند) مانع آن می‌شود.

هر بلوک زمانی که داده‌های جدید را ذخیره می‌کند به بلاکچین اضافه می‌شود و این گونه با زنجیره‌ای از چندین بلوک که بهم وصل شده‌اند عنوان کلی بلاکچین پدید می‌آید برای اینکه یک بلوک به بلاکچین اضافه شود، باید چهار اتفاق رخ دهد:

• یک معامله باید انجام شود.

• پس از خرید، معامله شما باید تأیید شود. این کار را شبکه رایانه‌ها که بیش از هزاران رایانه هستند و در سراسر جهان گسترده‌اند انجام می‌دهند. این شبکه از طریق رایانه بررسی می‌کند که معامله مطابق سفارش شما انجام شده باشد.

• جای ذخیره هر معامله باید در دل یک بلوک باشد. پس از تأیید درستی معامله شما، اطلاعات در یک بلوک اختصاصی ثبت می‌شود. در آنجا، اطلاعات معامله شما در کنار بی‌شمار تراکنش مشابه قرار می‌گیرد.

• به هر بلوک باید هش (کد) داده شود: پس از تأیید همه معاملات یک بلوک، باید به آن بلوک یک کد شناسایی منحصر به فرد به نام هش داده شود. پس از گرفتن هش اختصاصی، آن بلوک به بلاکچین اضافه می‌شود.

بلاکچین نوع خاصی از پایگاه داده است. تفاوت آن با یک پایگاه داده معمولی در نحوه ذخیره اطلاعات است. بلاکچین‌ها داده‌ها را در بلوکی ذخیره می‌کنند که سپس به هم متصل می‌شوند. با ورود اطلاعات جدید، آنها وارد یک بلوک جدید می‌شوند. هنگامی که بلوک از داده‌ها پر شد، بلوک جدید به بلوک قبلی متصل می‌شود. به این ترتیب، داده‌ها به ترتیب زمانی با هم زنجیر شوند.

انواع مختلفی از اطلاعات را می‌توان در زنجیره بلوکی ذخیره کرد. اما بیشترین استفاده آن تاکنون در فایل‌های کامپیوتری اطلاعات مربوط به معاملات بوده است. در مورد بیت‌کوین، از بلاکچین به صورت غیر مرکز استفاده می‌شود به طوری که هیچ شخص یا گروه واحدی بر آن کنترل ندارد، بلکه همه کاربران به طور جمیعی کنترل آن را در اختیار دارند و از آن محافظت می‌کنند.

بلاکچین‌های غیر مرکز غیرقابل تغییر هستند، به این معنی که داده‌های وارد شده غیرقابل برگشت هستند. برای بیت‌کوین، این بدان معناست که معاملات به طور دائمی ثبت می‌شوند و برای همه قابل مشاهده هستند. این تدابیر، شفافیت معاملات بیت‌کوین و جلوگیری از هرگونه کلاهبرداری را تضمین می‌کند.

ساختمن بلاکچین به زبان ساده

هر یک از بلوک‌های موجود در بلاکچین از قسمت‌های دیجیتالی اطلاعات که شامل سه بخش است تشکیل شده‌اند:

• اطلاعات مربوط به تراکنش‌های شما: به عنوان مثال تاریخ، زمان و مبلغ آخرین خرید بیت‌کوین شما.

• اطلاعات شرکت کنندگان در معاملات: استفاده از امضای دیجیتال به جای نام واقعی شما، خرید شما بدون هیچ‌گونه اطلاعات شناسایی با استفاده از یک "امضای دیجیتال" منحصر به فرد ثبت می‌شود.

• هر بلوک اطلاعات متمایزی با دیگر بلوک‌ها دارد: همان‌طور

اهمیت بلاک چین چیست؟

فناوری بلاک چین و کاربردهایش بی نظیر و نامحدود است تقریباً می‌تواند در هر چیزی که تراکنش پذیر باشد از جمله نقل و انتقال پول، کالا یا املاک کاربرد داشته باشد.

بلاک چین بزرگترین مانع کلاهبرداران است، زیرا هر نوع معامله صورت گرفته با تمام جزئیات آن در دفتر کل ثبت شده و همه طرفین معامله می‌توانند به این جزئیات دسترسی داشته باشند.

بلاک چین در دسترس چه کسانی است؟

هر کسی در هر جای دنیا که به اینترنت دسترسی دارد می‌تواند از آن در تراکنش‌های خود استفاده کند.

با این وجود پژوهش‌های بسیاری که صورت گرفته نشانگر افزایش استفاده از این فناوری در آینده است و بانک‌ها، موسسات مالی، شرکت‌های بیمه و شرکت‌های فناوری از آن به طور روزافزون برای کاهش هزینه‌ها، کاهش خطاهای سیستمی و افزایش کیفیت رائے خدمات خود استفاده می‌کنند.

هنگامی که شما با هر رایانه‌ای که به شبکه بلاک چین متصل می‌شود یک کپی یا نسخه بهروزرسانی شده از بلاک چین دارید، بنابراین هزاران یا میلیون‌ها در مورد بیت‌کوین نسخه از همان بلاک چین در دسترس کاربران قرار دارد و به نوعی محتويات بلاک چین برای همه قابل مشاهده است.

این حجم از گستردگی اطلاعات بلاک چین در شبکه‌ای از رایانه‌ها دستکاری اطلاعات را دشوارتر می‌کند، زیرا یک هکر نیاز به دستکاری هر نسخه از بلاک چین در شبکه دارد که با این همه نسخه موجود تقریباً غیرممکن است.

از سوی دیگر، با نگاهی به بلاک چین بیت‌کوین، خواهید دید که شناسایی کاربران عملاً غیرممکن است، زیرا اگرچه تراکنش‌های ثبت شده در بلاک چین کاملاً ناشناس نیستند، اما اطلاعات شخصی کاربران تنها محدود به امضای دیجیتال یا نام کاربری آنها است. بالای وجود سوالی که در اینجا پیش می‌آید بلاک چین چگونه می‌تواند امنیت کاربران را تأمین می‌کند و به آن اعتماد کرد؟

بلاک چین چگونه امنیت شبکه را تأمین می‌کند؟

روش‌های بلاک چین برای ایجاد امنیت و اعتماد کاربران: بلاک‌های جدید همیشه به شکل خطی و به ترتیب زمانی اضافه می‌شوند؛ بنابراین بلاک‌های جدید همیشه به پایان بلاک چین اضافه می‌شوند. هر بلاک در زنجیره دارای موقعیتی است به نام ارتفاع (height).

پس از اضافه شدن یک بلاک به انتهای بلاک چین دیگر کار تمام است و برگرداندن و دستکاری بلاک برای تغییر محتوای آن

بسیار دشوار خواهد بود، زیرا هر بلاک با هش اختصاصی خود و همچنین هش مربوط به بلاک قبل از آن علامت گذاری شده است. کدهای هش از طریق یک عملکرد ریاضی ایجاد می‌شوند که اطلاعات دیجیتال را به رشتۀ ای از اعداد و حروف تبدیل می‌کنند. در صورتی که این اطلاعات به هر طریق دستکاری و ویرایش شود، کد هش نیز تغییر خواهد کرد.

فرض کنیم یک هکر سعی کند اطلاعات تراکنش شما را دستکاری کند تا مجبور شوید بهای خرید خود را دوباره پردازید. همین که اطلاعات معامله شما ویرایش شود هش بلاک تغییر می‌کند؛ بلاک بعدی در زنجیره هنوز حاوی هش قدیمی است و قاعده‌تا هکر باید آن را هم به روزرسانی کند؛ و سپس بلاک بعدی تا آخر.

به این ترتیب است، محاسبه مجدد همه این هش‌ها به قدرت محاسباتی عظیم و غیرقابل تصویری نیاز دارد. به عبارت دیگر، پس از اضافه شدن یک بلاک به بلاک چین، ویرایش آن بسیار دشوار و حذف آن غیرممکن خواهد بود.

بلاک چین چه مشکلات و محدودیت‌هایی دارد؟

اصطلاحات تخصصی: فناوری بلاک چین به دلیل نوظهوری دارای مجموعه واژگانی کاملاً جدید است. خوشبختانه در طول این چند سال تلاش‌های متعددی در زمینه ارائه واژه‌نامه‌ها، تعاریف و فهرست‌های کامل و آسان انجام شده است.

گستردگی شبکه: باید شبکه‌ای بزرگ از کاربران وجود داشته باشد که بلاک چین‌ها به سود کامل برسند و همچنان بر سر این که آیا این گستردگی ایراد مهمنی برای برخی از پژوهش‌های مجاز بلاک چین‌ها هست یا نه بحث وجود دارد.

هزینه تراکنش‌ها، سرعت شبکه: تبادلات بیت‌کوین که در چند سال اول حضورش تقریباً رایگان اعلام شد، اکنون هزینه‌های قابل توجهی دارد.

نقص امنیتی غیرقابل اجتناب: در بیت‌کوین و سایر بلاک چین‌ها یک نقص امنیتی قابل توجه وجود دارد: اگر بیش از نیمی از رایانه‌هایی که به عنوان گره در شبکه فعالیت می‌کنند دروغ بگویند (دقت داشته باشید بیش از نیمی از رایانه‌ها)، دروغ به حقیقت تبدیل می‌شود. این نقص "حمله ۵۱ درصد" نامیده می‌شود و ساتوشی ناکاموتو در زمان راه‌اندازی بیت‌کوین به آن اشاره کرد. به همین دلیل استخراج بیت‌کوین توسط جمع به دقت مورد نظر قرار می‌گیرد تا اطمینان حاصل شود که هیچ‌کس ناآگاهانه چنین نفوذی را در شبکه فراهم نمی‌آورد.

منبع: بازار نیوز

تفاوت بلاکچین و پایگاه داده (دیتابیس) سنتی چیست؟

فناوری بلاکچین که در سال ۲۰۰۸ هم‌زمان با ظهور بیت‌کوین به جمع فناوری‌های پرسرعت دیجیتالی پیوست، خیلی زود به عنوان ابزاری برای ذخیره و مدیریت داده، جای خود را در فضای اینترنت و ارتباطات باز کرد. اما ذخیره داده‌ها در شبکه بلاکچین چه تفاوتی با ذخیره داده‌ها روی پایگاه داده سنتی دارد؟ شان ری (Shaan Ray)، مشاور و متخصص در زمینه بلاکچین، طی مقاله‌ای که در وبسایت مدیوم منتشر کرده است، تفاوت‌های بنیادین بلاکچین و پایگاه داده سنتی را بررسی کرده و نحوه طراحی و عملکرد هر کدام از این پایگاه‌های داده را توضیح می‌دهد.

را بررسی کرده و می‌توانند این داده‌ها را وارد پایگاه داده مبتنی بر بلاکچین کنند. برای اینکه داده جدیدی به بلاکچین اضافه شود، اکثریت نودها باید به اتفاق نظر برسند. این سازوکار اجماع، تضمین‌کننده امنیت شبکه است و دستکاری داده‌ها را دشوار می‌کند. در بلاکچین بیت‌کوین، اجماع و توافق آراء با استفاده از روش اثبات کار (Proof of Work) یا همان استخراج به دست می‌آید. این روش شامل حل کردن معماهای پیچیده هشینگ (hashing) می‌شود که در ضمن این فرایند، داده‌ها به صورت رمزگاری شده به یکدیگر متصل شده و تغییر یا حذف آنها عملاً غیرممکن می‌شود. همچنین برخی دیگر از بلاکچین‌ها، همچون اتریوم از روش اثبات سهام (Proof of stake) به عنوان مکانیسم اجماع خود استفاده می‌کنند.



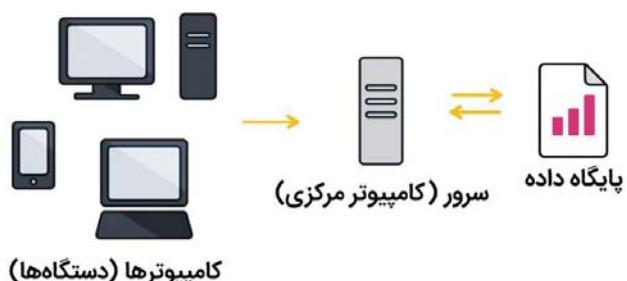
یکپارچگی و شفافیت

اصلی‌ترین چیزی که فناوری بلاکچین را از فناوری پایگاه داده سنتی متمایز می‌کند، قابلیت اعتمادسنجی عمومی داده‌ها است که از طریق یکپارچگی و شفافیت شبکه امکان‌پذیر شده است.

یکپارچگی به این معناست که هر کاربر می‌تواند مطمئن باشد که داده‌هایی که بازیابی می‌کند، از زمان ثبت تاکنون، دست‌نخورده و بدون تغییر باقی‌مانده‌اند. شفافیت بلاکچین نیز باعث می‌شود تمام کاربران بتوانند بر نحوه پیوستن بلاک‌ها به بلاکچین در طول زمان نظارت داشته باشند.

پایگاه داده سنتی
پایگاه‌های داده سنتی از معماری شبکه کلاینت – سرور (Client-server) استفاده می‌کنند. در این معماری، کاربر (که تحت عنوان کلاینت یا همان مشتری شناخته می‌شود) در صورت کسب مجوز می‌تواند داده‌هایی را که در یک سرور (کامپیوتر) مرکز ذخیره شده‌اند تغییر داده و اصلاح کند. در این‌ین، کنترل پایگاه داده در دست مرجعی تعیین‌شده باقی می‌ماند که هویت و اعتبار مشتری را نیز پیش از دسترسی به پایگاه داده راستی آزمایی می‌کند. این مرجع تعیین‌شده، وظیفه مدیریت پایگاه داده را برعهده دارد؛ بنابراین، در صورتی که امنیت مرجع به خطر بیفتد، احتمال تغییر یا حتی حذف داده‌ها وجود خواهد داشت.

برای درک بهتر این مفهوم می‌توان وبسایت ویکی‌پدیا را مثال زد. در ویکی‌پدیا، این دانشنامه جامع، هر فرد با داشتن حساب کاربری می‌تواند مقالات جدید اضافه کند یا مقاله‌ای را برای بهبود ویرایش کند. با این حال، کنترل نهایی داده‌های ویکی‌پدیا در دست یک نهاد مرکزی است.



پایگاه‌های داده بلاکچینی

پایگاه‌های داده بلاکچینی از چندین نод (node) یا کامپیوتر تشکیل شده‌اند. نودهای شبکه کامپیوترهایی هستند که در مدیریت پایگاه داده بلاکچین مشارکت می‌کنند: تمام نودها، داده‌های جدید

همیشه در بلاکچین ذخیره می‌شود. وقتی علی ۲۰۰,۰۰۰ بیت‌کوین خرج کند، این تراکنش روی بلاکچین ثبت شده و موجودی او را به ۸۰۰,۰۰۰ بیت‌کوین می‌رساند. با این حال، از آنجاکه داده‌ها فقط به بلاکچین اضافه می‌شوند و تغییری در داده‌های قدیمی ایجاد نمی‌شود، رقم موجودی علی که پیش از این تراکنش ۱ میلیون بیت‌کوین بود، به صورت دائمی در بلاکچین باقی می‌ماند و هر فردی که بخواهد بر داده‌های قدیمی نظارت داشته باشد، به این سوابق دسترسی خواهد داشت. به همین دلیل، بلاکچین یک دفتر کل تغییرناپذیر و توزیع شده است.

کنترل غیرمت مرکز، اصلی ترین تفاوت بلاکچین و پایگاه داده سنتی

کنترل غیرمت مرکز، خطرها و آسیب‌های مربوط به کنترل مرکز را برطرف می‌کند. هر فردی که به یک پایگاه داده مت مرکز دسترسی کافی داشته باشد، می‌تواند داده‌های موجود در آن را خدشه دار کند یا به طور کامل آنها را از بین ببرد؛ بنابراین، کاربران پایگاه داده مت مرکز باید به زیرساخت‌های امنیتی مدیریت و حاکمیت پایگاه داده کاملاً اعتماد داشته باشند.

فناوری بلاکچین به منظور رفع این مشکل، با استفاده از ذخیره‌سازی غیرمت مرکز داده، امنیت را در ساختار خود نهادینه کرده است.

با این‌همه، فناوری بلاکچین برای ثبت انواع خاصی از داده و پایگاه داده سنتی برای انواع دیگری از داده‌ها مناسب هستند. هر سازمانی، پیش از انتخاب پایگاه داده موردنظر خود، باید کاملاً از نیازها و انتظارات خود آگاه باشد و هدف مطلوب خود را با توجه نقاط ضعف و قوت هر کدام از انواع پایگاه داده ارزیابی کند.

کراد در مقابل خواندن و نوشتن

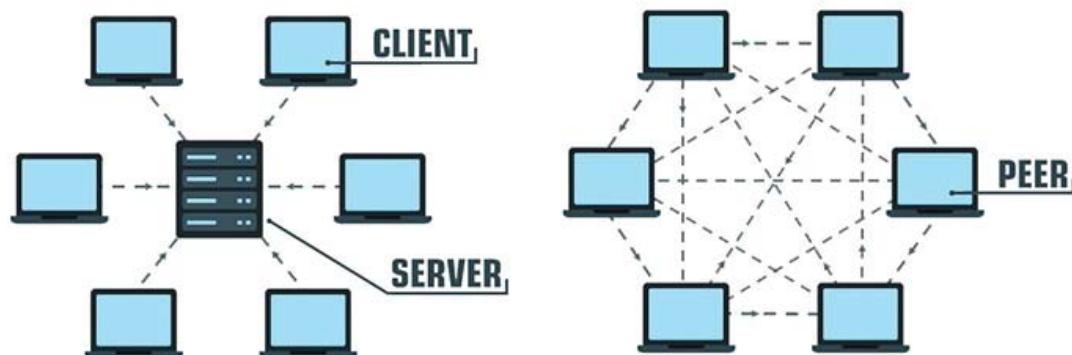
در یک پایگاه داده سنتی، کلاینت می‌تواند چهار عملکرد مختلف را روی داده‌ها اجرا کند: ایجاد، خواندن، بروزرسانی و حذف. این چهار عملکرد اساسی کراد (CRUD) نامیده می‌شوند؛ واژه‌ای که از حروف ابتدایی چهار واژه انگلیسی ایجاد (Create)، خواندن (Read)، بروزرسانی (Update) و حذف (Delete) تشکیل شده است.

با این حال، ساختار بلاکچین به گونه‌ای طراحی شده است که فقط قابلیت اضافه کردن داده را به کاربر می‌دهد. درواقع، کاربر بلاکچین فقط می‌تواند داده‌های بیشتری را در قالب بلاک‌ها به بلاکچین اضافه کند. تمام داده‌های قبلی به طور دائمی ذخیره شده‌اند و قابل تغییر نیستند؛ بنابراین، تنها عملیات قابل اجرا در مورد داده‌های بلاکچین، «خواندن» و «نوشتن» است. عملیات خواندن به معنی درخواست و بازیابی داده‌ها از بلاکچین و عملیات نوشتن به معنی اضافه کردن داده‌های بیشتر به بلاکچین است.

اعتبار سنجی و نوشتن

بلاکچین امکان انجام دو عملیات اساسی را در ارتباط با تراکنش‌ها فراهم می‌کند: اعتبار سنجی یک تراکنش و نوشتن یک تراکنش جدید. تراکنش، عملیاتی است که وضعیت داده‌های موجود در بلاکچین را به وضعیت جدید تغییر می‌دهد. به بیان دیگر تراکنش‌ها موجب حذف یا تغییر داده‌های قبلی نمی‌شوند؛ بلکه وضعیت آنها را تغییر می‌دهند. مثلاً یک تراکنش جدید می‌تواند وضعیت یک تراکنش ورودی درگذشته را از وضعیت «خرج نشده» به «خرج شده» تغییر دهد.

برای درک بهتر این موضوع، یک تراکنش عملی را تصور کنید. به عنوان مثال اگر در بلاکچین ثبت شده باشد که کیف پول بیت‌کوین علی حاوی ۱ میلیون بیت‌کوین است، این رقم برای



▲ سیستم همتا به همتا (سمت راست) در مقابل سیستم مت مرکز (سمت چپ)

در سال ۲۰۲۱ از اینترنت اشیا چه انتظاری می‌توان داشت؟

وابستگی افراد به اینترنت به و فناوری‌های مربوط به آن با گذر زمان، بهویژه در دوران همه‌گیری بیماری کرونا، افزایش پیدا کرده است.

شیوع بیماری کرونا در سراسر جهان باعث شده است تاجران و کارمندان برای رسیدن به اهداف شخصی و کاری خود، از تکنولوژی بهره ببرند. در سال ۲۰۲۱ میلادی، تقاضا برای اپلیکیشن‌های جدید اینترنت اشیا، فناوری‌ها و راه حل‌ها افزایش پیدا خواهد کرد؛ بنابراین چه انتظاری می‌توان از روندهای روبرو شد اینترنت اشیا داشت؟

داده‌های موقعیت مکانی به این معنا است که چگونه بسیاری از کسب و کارهای امروزی، محصولات یا خدمات خود را دریابی می‌کنند و چگونه افراد با موارد ذکر شده ارتباط برقرار می‌کنند. با استفاده از فناوری مکان‌یابی داده‌ها، به پایگاه‌های داده‌های دستی برای مدیریت زنجیره‌های عرضه نیاز نیست. استفاده از فناوری جدید منجر به تقویت خدمات ذی‌نفعان صنعت و همچنین صرفه‌جویی در هزینه‌ها می‌شود.

تعییرات از راه دور با استفاده از اینترنت اشیا

تولیدکنندگان، توزیع کنندگان، ادارات و شرکت‌های داروسازی در سال ۲۰۲۰ به فعالیت‌های از راه دور روی آوردن و قصد دارند کارشناسانی استخدام کنند که با استفاده از اینترنت اشیا، وسائل آسیب‌دیده را از راه دور تعمیر کنند. این کار به صرفه‌جویی در هزینه‌ها و زمان کمک شایانی می‌کند. در سال ۲۰۲۱ میلادی، شرکت‌های خدمات میدانی و تولیدکنندگان تجهیزات اصلی صنعتی قصد دارند با بهره‌مند شدن از اپلیکیشن‌های اینترنت اشیا، تقاضای مشتریان را در سریع‌ترین حالت ممکن برطرف کنند.

انجام‌دادن مراقبت‌های بهداشتی از طریق اینترنت اشیا

شیوع بیماری کرونا در سراسر دنیا باعث شده است افراد در منزل و به‌دوراز اجتماعات باشند، اما مبتلایان به بیماری‌های مختلف برای مدیریت بیماری و کنترل سلامت خود به مراقبت‌های بهداشتی نیاز دارند. انتظار می‌رود در سال آینده از گجت‌های پوشیدنی و سنسورها برای ردیابی بیماری‌های مزمن و سرطان استفاده شود. از آنجایی که با استفاده از این روش در هزینه‌ها صرفه‌جویی می‌شود، افراد زیادی از فناوری جدید استقبال خواهند کرد.

منبع: اینما

صرفه‌جویی در انرژی و هزینه‌ها

با توجه به اینکه تعداد زیادی از کارمندان در سال آینده مجبور هستند به صورت دورکاری به وظایف خود عمل کنند، انتظار می‌رود برخی کارفرمایان نیز به‌منظور صرفه‌جویی در هزینه‌های مربوط به محیط کار و انرژی، از اپلیکیشن‌های اینترنت اشیا استفاده کنند تا دفتر کار خود را به محیطی هوشمند تبدیل کنند؛ بنابراین آن‌ها می‌توانند از راه دور، روش‌نایابی و انرژی مورداستفاده در محیط کار را کنترل کنند.

استفاده از اینترنت اشیا در محیط کار

ویروس کرونا طرز تفکر سازمان‌های بسیاری را در مورد نحوه انتقال این بیماری تغییر داده است، بنابراین انتظار می‌رود اینترنت اشیا رفتارهای مختلف را کنترل کند تا دستورالعمل‌های بهداشتی و ایمنی به‌منظور پیشگیری از بروز بیماری کرونا کاملاً رعایت شود. به عنوان مثال برای مطمئن شدن از اینکه کارمندان دستان خود را می‌شویند، می‌توان از حسگرها یا برق‌سپهای RFID استفاده کرد. علاوه بر این از طریق بینایی رایانه‌ای نیز می‌توان تشخیص داد که آیا فرد ماسک زده است یا خیر. در آینده نزدیک با استفاده از اینترنت اشیا و حسگرهای خاص طراحی شده می‌توان تشخیص داد که آیا افراد در وسائل حمل و نقل عمومی اقدامات کلیدی را برای پیشگیری از بیماری کرونا رعایت می‌کنند. البته قوانین مربوط به حریم خصوصی نیز باید در نظر گرفته شود.

مکان‌یابی داده‌ها در اپلیکیشن‌های اینترنت اشیا

با توجه به شیوع بیماری کرونا، مکان‌یابی داده‌ها در اپلیکیشن‌های اینترنت اشیا بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است. تحلیل

سیستم‌های فیزیکی در آینده هوشمند و متصل به شبکه خواهد بود

با افزایش پیشرفت‌های تکنولوژیکی انتظار می‌رود در سال‌های آینده، سیستم‌های فیزیکی سایبری مانند شهرهای هوشمند، ربات‌های مشارکتی، وسایل نقلیه خودران یا سیستم‌های حمل و نقل بسیار هوشمند، الکتریکی و متصل به شبکه باشند.

خودران، سیستم‌های حمل و نقل هوشمند و غیره، صرفاً نسخه‌های جدیدتری از سیستم‌هایی که امروز در حال توسعه و استفاده هستیم، نیستند. بلکه انتظار می‌رود این سیستم‌ها ویژگی‌های متفاوتی نسبت به سیستم‌های امروزی نشان دهند. این ویژگی‌های جدید چالش‌های جدیدی به همراه می‌آورد که تحقیقات و آموزش مهندسی ما برای آنها طراحی نشده است.

سه ویژگی این سیستم‌ها که با سیستم‌های امروزی تحقیقات مهندسی و آموزش ما متفاوت است عبارت‌اند از: هوشمندی، اتصال به شبکه و الکتریکی بودن. علاوه بر فرصت‌هایی که این ویژگی‌ها فراهم می‌کنند، چالش‌های جدیدی نیز وجود دارد که تحقیقات و آموزش مهندسی ما، آماده مقابله با آنها نیست.

در واقع اصطلاح «سیستم‌های فیزیکی سایبری» در حدود سال ۲۰۰۶ توسط هلن گیل در بنیاد ملی علوم (NSF) ابداع شد. در سال ۲۰۰۷، سمپوزیوم IEEE Real-Time Systems سیستم‌های فیزیکی سایبری را به عنوان یک بخش ویژه به سمپوزیوم اضافه کرد و در همان سال، شورای مشاوران رئیس جمهور ایالات متحده در بخش علوم و فناوری CPS را به عنوان اولویت اصلی اعلام کرد. در سال ۲۰۰۸، اولین هفته CPS برگزار شد که اکنون به عنوان یکی از رویدادهای برتر CPS شناخته می‌شود و پنج کنفرانس برتر تحقیق CPS را در آن گرد هم آورد. در سال ۲۰۰۹، بنیاد ملی علوم برنامه CPS را آغاز کرد و در سال ۲۰۱۰ IEEE و ACM از همایش CPS حمایت کردند، پس از آن کنفرانسها درباره CPS به سرعت افزایش یافت.

در سال ۲۰۱۳، کمیسیون اروپا کارگاهی با عنوان «سیستم‌های سایبری-فیزیکی: ارتقا ظرفیت نوآوری اروپا» را برای شناسایی چالش‌های صنعتی، علمی، فناوری و اقتصادی-اجتماعی، نقاط قوت اروپا، ذی‌نفعان و اولویت‌های نوآوری در حوزه CPS ترتیب داد. ابتکارات صنعتی نسل ۴.۰ آلمان به عنوان نتیجه مستقیم طرح CPS ایالات متحده آغاز شد. پس از آن، تعداد بیشتری از پروژه‌های اقدام، هماهنگی و پشتیبانی در اروپا راهاندازی شدند. این مطالعات، PS، را به عنوان اصلی ترین و توانمندترین بخش فناوری و متتحول کننده رهبری اقتصادی در سیستم‌های جاسازی شده و فناوری‌های اطلاعاتی

سیستم‌های فیزیکی سایبری آینده (CPS) مانند شهرهای هوشمند، ربات‌های مشارکتی، وسایل نقلیه خودران یا سیستم‌های حمل و نقل انتظار می‌رود بسیار هوشمند، الکتریکی و متصل به شبکه باشند. سوال محوری این مطالعه در مورد چگونگی تأثیر این ویژگی‌های جدید بر آموزش و تحقیقات مربوط به CPS در سال ۲۰۳۰ است، تاریخی که توسط سازمان ملل متحد برای دستیابی به دستور کار توسعه پایدار مشخص شده است.

بر همین اساس طبق اعلام مرکز ملی فضای مجازی، چهار سناریو در نظر گرفته شده است. سناریوهای بدست آمده عبارت‌اند از: «سناریوی ترمیناتور» که یک آینده بادارمان شهری رانشان می‌دهد که در آن تنها سود بیشتر نیروی محرک پیشرفت فناوری است و اهداف توسعه پایدار محقق نمی‌شوند. در مقابل، سناریوی «غول آهنین» نمایانگر اجرای موفقیت‌آمیز اهداف توسعه پایدار است که در آن توسعه فناوری نیروی تحقق این اهداف است. سناریوی موسوم به «پیشرفت آهسته»، آینده‌ای را نشان می‌دهد که پیشرفت‌های تدریجی فناوری در آن وجود دارد، اما هنوز توسعه پایدار به مسئله‌ای جدی تبدیل نشده است. سناریوی «انسان‌گرایی» آینده‌ای را نشان می‌دهد که در آن توسعه فناوری کند اتفاق می‌افتد و در عین حال اهداف توسعه پایدار با موفقیت اجرا می‌شوند.

جرالد دیویس - رئیس اجرایی سناریوهای انرژی جهانی - در شورای جهانی انرژی بیان می‌کند: «سناریوها داستان‌هایی درباره آینده هستند، اما هدف از آنها تصمیم‌گیری بهتر در زمان حال است.» بنابراین هدف از ساخت سناریو تجزیه و تحلیل آینده به صورت معقول و منطقی به جای تمرکز بر پیش‌بینی‌های کوتاه‌مدت است. آنچه که مسلم است CPS فقط شامل سیستم‌های نرم‌افزاری، فناوری ارتباطات، سنسورها، محرک‌ها و فناوری‌های جاسازی شده نیست، بلکه به عنوان نیروی محركه تحول دیجیتال پذیرفته می‌شود.

افزایش استفاده از این سیستم‌ها و مشارکت آنها در دیجیتالی شدن و نوآوری آشکار است، اما هنوز سوالاتی در مورد چگونگی طراحی، پیاده‌سازی و استفاده از این سیستم‌ها و مقابله با چالش‌هایی که ویژگی‌های جدید این سیستم‌ها به همراه دارد، وجود دارد و CPS های آینده، مانند شهرهای هوشمند، ربات‌های مشترک، وسایل نقلیه

CPS جدید را بدون دستکاری به همه چیز متصل کرده است.

و ارتباطی، با اهمیت اجتماعی و اقتصادی معرفی کرده است.

سناریو B: غول آهنی

سناریو B جهانی را در سال ۲۰۳۰ نشان می‌دهد که در آن همه اهداف توسعه پایدار صرف نظر از توسعه سریع تکنولوژیکی در آن وجود دارد. تحولات سریع فناوری با اهداف توسعه پایدار برای جهانی محافظت شده بدون فقر که در آن بیشتر مردم از صلح و رفاه برخوردار هستند، ادغام شده‌اند. ویژگی‌های کلیدی این سناریو عبارت‌اند از: توسعه هوشمندی تنظیم شده، اتصال بالا و در نتیجه اینترنت اشیا همگانی، الکتریکی شدن بالا، داده‌های باز، سیستم‌های خودکار فیزیکی سایبری که در آن انسان و ماشین با هم کار می‌کنند، تغییر در بازار کار از غیر ماهر به کارگران ماهر بسیار زیادی که از طریق محیط‌های یادگیری مادام‌العمر، شرایط آموزش عالی مشارکتی و بین رشته‌ای آموزش دیده‌اند.

اخلاق داده‌ها نه تنها اولویت‌بندی می‌شوند بلکه سازوکارهای پشتیبانی نیز توسعه می‌یابند و در نتیجه اعتماد به فناوری‌های تازه توسعه یافته بسیار زیاد است. اهداف توسعه پایدار برای بهبود برابری، تنوع و حمایت از کاهش تغییرات آب و هوایی در اولویت قرار دارند و منابع برای دستیابی به این اهداف تأمین می‌شوند. در حالی که پیشرفت‌های فناوری هنوز از طریق مقررات لازم در حال تغییر جهان هستند، دنیای آموزش و تحقیقات توانسته از فناوری‌های نوظهور به نفع همه برای ساختن جهانی پایدار استفاده کند. این تغییرات و فرصت‌های برای اعتماد به فناوری را بهبود بخشیده است.

حتی اگر بسیاری از مشاغل ناپدید شده باشند، مشاغل جدید ظهور کردن. از طریق استراتژی‌های آموزش و پرورش و آموزش‌های مادام‌العمر، افراد به راحتی با تعاریف جدید کار سازگار می‌شوند و مهارت‌های جدید را به سرعت و به آسانی کسب می‌کنند. این بدون آموزش میان‌رشته‌ای در آموزش عالی که بسیاری از افراد را قادر به تأمین نیازهای مشاغل جدید می‌کند، امکان‌پذیر نبود. آموزش مربوط به داده‌ها تقریباً در همه رشته‌ها جاسازی شده است. علاوه بر این، پیامدهای اخلاقی و اجتماعی داده‌ها و فناوری به خوبی برای همه قابل درک است.

برای تحقیق و آموزش CPS، این بدان معنی است که مرکز به ادغام انسان و ماشین تغییر یافته است. مادر آستانه رسیدن به نقطه تکین هستیم و افراد باید به طور مداوم مهارت و درک خود را از نحوه اداره داده‌ها در یک محیط شدیداً متغیر و پیچیده بهبود بخشنده. از طریق اینترنت اشیا همگانی، دسترسی به داده‌ها بسیار زیاد و همچنین باز است. آموزش در یک محیط مشارکتی برای مقابله با چگونگی تمایز بین اعتماد در مقابل داده‌های جعلی انجام می‌گیرد. به نظر می‌رسد نتایج تحقیقات به دلیل پیشرفت سریع، مدت زمان بسیار کوتاهی دارند

سناریو A: ترمیناتور

سناریو A جهانی را در سال ۲۰۳۰ نشان می‌دهد که در آن هیچ‌یک از اهداف توسعه پایدار صرف نظر از توسعه سریع تکنولوژیکی محقق نمی‌شود. وقتی سرعت سریع تغییر با فناوری‌های غیرقانونی ترکیب شود، دنیای ۲۰۳۰ نسبت به یک دهه قبل کاملاً متفاوت به نظر می‌رسد.

ویژگی‌های کلیدی این سناریو عبارت‌اند از: توسعه اطلاعاتی برویه، اتصال بالا، نفوذ اینترنت در همه چیز، کند شدن تلاش‌ها برای الکتریکی شدن، داده‌ها در کنترل چند شرکت انحصاری قادر تمند، سیستم‌های کاملاً خودکار فیزیکی سایبری، تغییر در بازار کار از کارگران غیرمتخصص به افراد با مهارت‌های بسیار بالا، از دست دادن مکانیسم‌های یادگیری مادام‌العمر، شرایط آموزش عالی بسیار رقابتی، اخلاق داده‌ها در اولویت قرار نگرفته و در نتیجه عدم اعتماد به فناوری. در این دنیا قدرت توسط چند شرکت فناوری کنترل می‌شود. داده‌ها پیشرفت‌های مرتبط با هوشمندی را به پیش برده‌اند و راه حل‌های نوآورانه جدید در هر زمینه توسعه یافته است. با این حال، توزیع مزایای این نوآوری‌ها و پیشرفت‌ها با همه به اشتراک گذاشته نمی‌شود زیرا هیچ مکانیسم اخلاقی وجود ندارد که این نتیجه را تضمین کند. موضوعات مربوط به توزیع مزایا و عدم اولویت‌بندی اهداف توسعه پایدار منجر به کاهش اعتماد به فناوری می‌شود. تغییر در بازار کار به کارگران ماهر نیاز دارد و این منجر به افزایش نابرابری در درآمد می‌شود. با این حال، فضای آموزش عالی رقابتی و نه میان‌رشته‌ای نه تنها به این چالش‌ها پاسخ نمی‌دهد بلکه به دلیل ذهنیت سود محور از آنها چشم پوشی می‌کند.

آموزش عالی در مورد موضوعات مرتبط با CPS، برنامه‌های درسی علوم داده را به برنامه‌های خود اضافه می‌کند، با این وجود تحقیقات بسیار مهم در کنترل شرکت‌های قادر تمند است - جنبه‌های اجتماعی داده‌ها با آموزش CPS یکپارچه نیستند و توسط سازمان‌های بودجه ریز پشتیبانی نمی‌شوند. علی‌رغم توسعه قوی فناوری، فقدان اخلاق داده‌های اولویت دار و SDG، هنوز تقاضای زیادی برای تحقیق و آموزش در مورد فناوری CPS وجود دارد.

با این حال، این امر منجر به تأکید بر کاربردهای نظامی / سلاح‌های مبتنی بر هوش مصنوعی، فناوری‌های نظارت دائمی و کنترل افراد می‌شود. عدم اعتماد به این معنی است که امنیت برای موقفيت استفاده از CPS ضروری است و از این رو، تحقیقات باید روی این موارد متتمرکز شوند. علاوه بر این، دسترسی به داده‌ها تهاجمی می‌شود، زیرا از یک طرف داده‌ها از طریق اینترنت اشیا فراوان است و از طرف دیگر، داده‌ها توسط چند شرکت بزرگ کنترل می‌شوند. آیا می‌توان

شرکت قدرتمند و در عین حال افزایش حرکت به سمت ابتکارات داده باز، افزایش استفاده از سیستم‌های سایبر فیزیکی خودکار، و تغییر کند در بازار کار اشاره کرد.

گزینه‌های یادگیری مادام‌العمر از کارگران غیرمتخصص تا مهارت بالا وجود دارد اما به عنوان یک اولویت، آموزش عالی رقابتی، تحولات کند در اخلاق داده‌ها و در نتیجه اعتماد اندک به توسعه فناوری دیده می‌شود. در جهان این سناریو، افزایش استفاده از فناوری و داده‌های توکیدشده هنوز تحت کنترل چند انحصار است، با بحث‌های مداوم در مورد چگونگی مقابله با این انحصار، اما مقرراتی وجود ندارد و مناطق مختلف جهان استراتژی‌های مختلفی را برای کنار آمدن با آن تهیه کرده‌اند و پیامدهای اخلاقی و اجتماعی فناوری و استفاده از داده‌ها هنوز در اولویت قرار ندارند، با این وجود گروه‌های تحقیقاتی و برنامه‌های دانشگاهی این عوامل را بررسی می‌کنند.

مشابه دنیای امروز، الکترونیکی شدن و سایل نقلیه توسط برخی کشورها پشتیبانی می‌شود، اما نیروی محرکه آن کشورها نیست. همه اینها سرعت اجرای اهداف توسعه پایدار را کاهش می‌دهد و جهان هنوز فرصتی برابر برای همه فراهم نمی‌کند. تحقیق و آموزش CPS بر دستیابی به داده‌ها از راههای درست و در زمان‌های مناسب متمرکز است. اکنون جنبشی برای افزایش گشودگی و اجازه تسلط شرکت‌های بزرگ بر بازار وجود ندارد.

به لطف پیشرفت نسبتاً کنده فناوری، امکاناتی در ایجاد مجموعه‌های جدیدی از مقررات، توافق‌نامه‌ها، روش‌های بهترین شیوه‌ها/استانداردها، مقررات (برای اجتناب از مشکلات و عوارض جانبی با فناوری‌های جدید) وجود دارد. دانشجویان به دنبال فهم این هستند که چگونه اتوماسیون می‌توانند از توسعه پایدار پشتیبانی کنند، که علی‌رغم عدم موفقیت در دستیابی به SDG و دستور کار ۲۰۳۰، یک موضوع بسیار مهم در جامعه است. هنوز هم در یافتن راههای جدید عزم وجود دارد – سوال این است که چگونه؟ این یکی از مسائلی است که جامعه پژوهشی در این جهان سعی در حل آن دارد.

این مطالعه نشان می‌دهد که چگونه عدم قطعیت‌ها و روند فعلی ممکن است آینده‌های متفاوتی را برای آموزش و تحقیقات CPS ایجاد کند. حتی اگر سناریوهای ارائه شده در این مطالعه تنها چند مورد از بسیاری از آینده‌های احتمالی باشد، برای کمک به محققان، مریان و موسسات برای ایده‌پردازی، تجسس و درک آینده بسیار ارزشمند هستند. این مطالعه نشان می‌دهد که پیشرفت‌های تکنولوژیکی همچنان در حال افزایش است و همگام بودن با سرعت این تحول برای همه چالش‌برانگیز است.

منبع: ایسنا

و محققان باید با موضوعات و بودجه‌های جدید بسیار به روز باشند.

سناریو C: انسان‌گرایی

سناریو C دنیایی را در سال ۲۰۳۰ نشان می‌دهد که در آن اهداف توسعه پایدار محقق می‌شوند اما پیشرفت‌های تکنولوژیکی تدریجی است. پیشرفت‌های فنی یک نیروی محرک نیستند و پیوندی نسبتاً ضعیف با اهداف توسعه پایدار دارند. ازویژگی‌های کلیدی این سناریو می‌توان به تحریک دنیا از فناوری مصنوعی، استفاده مداوم از اینترنت اشیا، الکترونیکی شدن موفقیت آمیز، استفاده نکردن از داده‌ها، اتوماسیون کند، افزایش مشاغل کارگران ماهر پایه، یادگیری مادام‌العمر متتمرکز بر پایداری، و استفاده اولویت‌دار از داده‌ها، درک اخلاق، آموزش عالی مشترک و اعتماد نسبی به فناوری‌های جدید اشاره کرد.

در این جهان، پیشرفت فناوری که زمانی به عنوان یک فرست تلقی می‌شد، اتلاف وقت، انرژی و پول محسوب می‌شود. نیازهای نسل آینده، دستیابی به اهداف توسعه پایدار و تأثیرات غیرمنتظره چندین فناوری، از جمله افزایش کاربردهای هوش مصنوعی، استراتژی‌های متفاوت برای شیوه‌های سنتی کار، یادگیری و زندگی است. از آنجا که اعتماد به فناوری کاهش یافته است، بودجه تحقیقات مربوط به CPS در حال کاهش است. آموزش CPS به‌آرامی از روش‌های داده‌محور دور می‌شود، اما جنبه‌های اخلاقی داده‌ها و پیامدهای اجتماعی تغییرات

سریع فناوری هنوز مورد توجه بسیاری از محققان است.

انججار حباب هوش مصنوعی به این معنی بود که محققان باید دوباره به آزمایشگاه‌های خود برگردند تا روش‌هایی را برای ادغام CPS با روش‌های جدید کار امتحان کنند. دانشجویان به تأیید جدیدی درباره آینده احتمالی CPS احتیاج دارند، زیرا اعتماد به داده‌ها مجددًا زیر سوال رفته است. توجه بسیاری به توسعه پایدار معطوف است و تا حدی به نظر می‌رسد که توسعه CPS سهم بیشتری در این امر داشته باشد؛ بنابراین، اگرچه CPS و توسعه فناوری بخش‌های اساسی جامعه هستند، اما توجه به آن‌ها نسبتاً کم است. محققان به‌هر حال بودجه کار خود را پیدا می‌کنند، اما منابع زیادی وجود ندارد.

سناریو D: پیشرفت کند

سناریو D نشان‌دهنده جهانی در سال ۲۰۳۰ است که در آن پیشرفت‌های فناوری و اهداف توسعه پایدار به‌آرامی در حال پیشرفت هستند. در این سناریو، جهان و اروپا هنوز به دنبال دستیابی به اهداف توسعه پایدار هستند که هنوز به آنها نرسیده‌اند، درحالی که پیشرفت فناوری از سال ۲۰۱۹ توسعه زیادی به خود ندیده است. از ویژگی‌های کلیدی این سناریو می‌توان به تلاش اندک برای تنظیم مقررات توسعه اطلاعات، افزایش اتصال به شبکه، پیشرفت آهسته تلاش‌ها برای الکترونیکی شدن، کنترل عمده داده‌ها در انحصار چند

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



Tosesabz



Tosesabz



Tosesabz