

ماهnamه

اقتصاد دیجیتال

www.digiteco.ir

شماره پیاپی ۱۲۶ (دوره جدید، شماره ۱۳)، مهر ماه ۱۴۰۰،
قیمت: نسخه چاپی ۴۰۰۰۰ 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 (فین‌تک) و
- ارز دیجیتال
- فناوری هوشمند
- * هوش مصنوعی
- * بلاکچین
- * اینترنت اشیا

پایگاه خبری

فنا و تکنولوژی

fanahoosh.ir



رسانه تخصصی انقلاب صنعتی چهارم

Fanahoosh



www.fanahoosh.ir



fanahoosh

ما را در شبکه های دنیا کنید



جهت انتقال مستقیم به صفحه
ماهنشا "اقتصاد دیجیتال" از
کد QR فوق استفاده نمایید.

جهت دانلود شمارهای پیشین ماهنشا "اقتصاد دیجیتال"
به سایت **Elececo.ir** رجوع نمایید و بر روی قسمت
ماهنشا اقتصاد دیجیتال کلیک کنید و بر روی تیتر هر شماره
که تمایل دارید کلیک نمایید.

elececo
اقتصاد الکترونیکی



ماهنشا اقتصاد دیجیتال - کسب و کار دیجیتال - فناوری مالی (فین‌تک) - دولت الکترونیک - امنیت اطلاعات - اپلیکیشن و نرم افزار

ماهنشا "اقتصاد دیجیتال" شماره ۳، آبان‌ماه ۱۴۰۰

محظوظ اخلاقی ماهنشا اقتصاد دیجیتال

ماهنشا "اقتصاد دیجیتال" شماره ۴، آذرماه ۱۴۰۰

ماهنشا "اقتصاد دیجیتال" شماره ۵، دی‌ماه ۱۴۰۰

ماهنشا "اقتصاد دیجیتال" شماره ۱، مرداد و شهریور ۱۴۰۰

ماهنشا "اقتصاد دیجیتال" شماره ۶، مهرماه ۱۴۰۰



ماهنشا "اقتصاد دیجیتال" شماره ۳،
آبان‌ماه ۱۴۰۰
۱۳۹۹



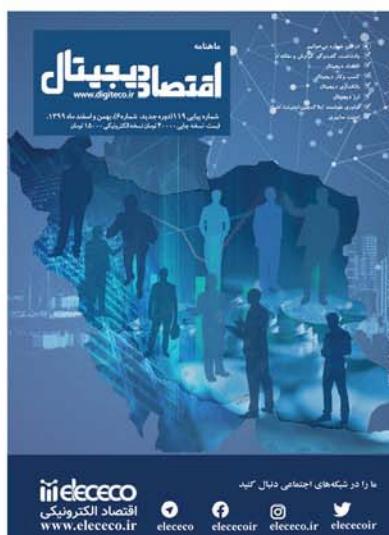
ماهنشا "اقتصاد دیجیتال" شماره ۴، آذرماه ۱۴۰۰
۱۳۹۹
۷ اسفند ۱۴۰۰



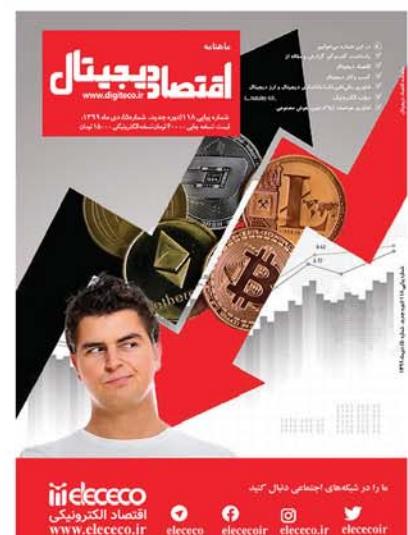
ماهنشا "اقتصاد دیجیتال" شماره ۵،
دی‌ماه ۱۴۰۰
۱۳۹۹
۱۷ اسفند ۱۴۰۰



ماهنشا "اقتصاد دیجیتال" شماره ۶،
مهرماه ۱۴۰۰
۱۳۹۹
۱۷ فروردین ۱۴۰۱
۰۳



ماهنشا
اقتصاد دیجیتال
www.digitco.ir
ماهنشا
شماره ۳، آبان‌ماه ۱۴۰۰
۱۳۹۹
۱۳۹۹



ماهنشا
اقتصاد دیجیتال
www.digitco.ir
ماهنشا
شماره ۵، دی‌ماه ۱۴۰۰
۱۳۹۹
۷ اسفند ۱۴۰۰



ماهنشا
اقتصاد دیجیتال
www.digitco.ir
ماهنشا
شماره ۶، مهرماه ۱۴۰۰
۱۳۹۹
۱۷ فروردین ۱۴۰۱
۰۳

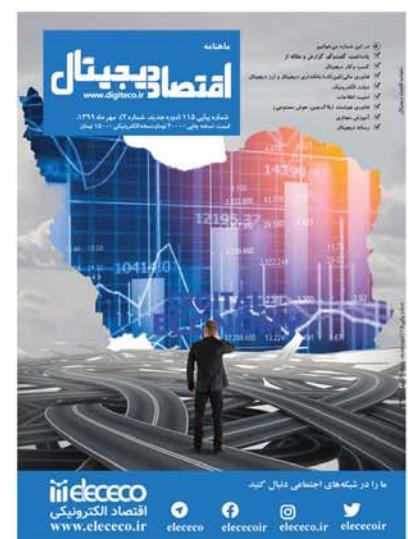
شماره ۶، بهمن و اسفندماه ۱۴۰۰

شماره ۵، دی‌ماه ۱۴۰۰

شماره ۴، آذرماه ۱۴۰۰



ماهنشا
اقتصاد دیجیتال
www.digitco.ir
ماهنشا
شماره ۳، آبان‌ماه ۱۴۰۰
۱۳۹۹
۱۳۹۹



شماره ۲، مهرماه ۱۴۰۰



شماره ۱، مرداد و شهریور ۱۴۰۰

شناختن نشریه:

دفتر نشریه

تهران- خیابان آزادی، خیابان دکتر هوشیار، بن بست بزدی، پلاک ۷، واحد ۷
 تلفن: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵
 تلگرام و واتس‌آپ: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵
 ایمیل: Elececo.ir@gmail.com

چاپ علوی: خیابان جمهوری- خیابان سی تیر- پلاک ۵
 ۷۷۵۱۰۸۳۱

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: ۰۹۶۵۲۱۲۸۳

موبایل مستقیم: ۰۹۲۱۲۷۸۹۴۰۶

تلگرام و واتس‌آپ: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵

ایمیل: Elececo.ir@gmail.com

۴.....اقتصاد دیجیتال.....

۴.....	■ تأثیر اقتصاد دیجیتال بر تولید و رشد اقتصادی کشورها چیست؟
۵.....	■ اهداف اقتصاد دیجیتال با ایجاد محدودیت ممکن نیست
۷.....	■ ارزش‌های فناوری اطلاعات لازمه اقتصاد دیجیتال
۹.....	■ کرونا، سرعت کسب‌وکارهای مجازی را زیاد و اقتصاد دیجیتال را چاق کرد
۱۱.....	■ اتصال یک تریلیون شیء به اینترنت تا سال ۲۰۳۰
۱۳.....	■ کمبود پنهانی باشد عامل اختلالات اینترنتی؟!
۱۵.....	■ چین در مسیر پر پیچ و خم برای تبدیل شدن به ابرقدرت اقتصادی؛ در تلاش برای تبدیل شدن به قطب اقتصاد دیجیتال دنیا
۱۶.....	■ برنامه قطر برای رهبری کشورهای عربی در اقتصاد دیجیتال
۱۷.....	■ دولت الکترونیکی.....

فهرست



■ شبکه‌های اجتماعی چطور مارا فریب می‌دهند؟	۳۰
■ راهکارهای رهایی از شدوبن (Shadow-Ban) در بازاریابی شبکه‌های اجتماعی	۳۳
نویسنده: استیسی مک لاکلان	
■ آمازون با طراحی "استراتژی تجربه مشتریان"، فروش خود را افزایش داد	۳۷
مترجم: علی آل علی	
■ پنج اولویت مهم مدیران عامل در آینده سازمان‌ها	۴۱
مترجم: مریم رضایی	
■ جدیدترین آمارهای درباره محتواهای بصری	۴۵
نویسنده: آدام کانل	

■ فناوری مالی (فین‌تک)

■ ریسک توسعه فین‌تک‌ها؛ چرا بانک‌ها با فین‌تک‌ها مخالف‌اند؟	۴۹
■ پنج ویژگی بانکداری متمرکز دیجیتال در عصر جدید	۵۰
■ ریال دیجیتال دردی از اقتصاد دوام نمی‌کند	۵۲
میناسادات حسینی	
■ متقاوس؛ زندگی دلخواه از نوع مجازی	۵۳
بهاره رضایی	
■ چگونه بر روی نسل بعدی اینترنت (وب ۳.۰) سرمایه‌گذاری کنیم؟	۵۹
فاطمه نديمی	

■ آموزش ساخت NFT؛ چگونه توکن غیرمتّل خود را بفروشیم؟	۶۲
محمد آذرنيوار	
■ معامله توکن لوریچ دار (Leveraged Token)	۶۹
محمد آذرنيوار	

■ ارز دیجیتال

■ خوب و بد رمزارزها در اقتصاد جهان	۷۳
گفت و گو از: مریم سلیمی	
■ کدام یک گمراه‌کننده‌تر است: ارزهای دیجیتال یا ارزهای فیات؟	۷۷
محمدامین علی‌باری	

■ رمزارز و چالش‌ها	۸۰
■ پژوهشکده پولی و بانکی؛ ضرورت قانون‌گذاری رمزارزها	۸۲
■ گری اسکیل ویژگی‌های شبکه کارданو را بررسی می‌کند	۸۶
بیتا نادری	
■ بیت‌کوین چیست؟	۸۸

■ فناوری هوشمند

■ کارمندان هوش مصنوعی را رقیب خود می‌دانند؟	۹۱
■ تحولات بنیادی در عصر داده‌های بزرگ	۹۳
مترجم: امیرعلی رمدانی	
■ عملکرد اینترنت اشیا (IoT)؛ از مزایا تا معایب و مضرات	۹۵
■ کاهش ترافیک و تصادفات شهری با هوش مصنوعی	۹۸
محمد کرباسی	
■ ربات‌های هوشمند همه کارخانه جدید نیسان!	۹۹

* مطالب نشریه لزوماً نظر نشریه اقتصاد دیجیتال نیست

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

* نقل مطلب با ذکر منبع بلامانع است



تأثیر اقتصاد دیجیتال بر تولید و رشد اقتصادی کشورها چیست؟

بررسی‌ها نشان می‌دهد میزان رشد اقتصاد دیجیتال هرساله حدود ۱۰ درصد است که این مقدار از رشد سالیانه اقتصاد کل دنیا بیشتر است.

امروزه اینترنت و فناوری‌های دیجیتال تأثیر زیادی بر بخش‌های مختلف یک اقتصاد مانند سلامت، آموزش و خدمات دولتی دارند. میزان رشد اقتصاد دیجیتال هرساله حدود ۱۰ درصد است که این مقدار از رشد سالیانه اقتصاد کل دنیا بیشتر است. در بازارهای نوظهور اقتصاد مبتنی بر اینترنت هرساله بین ۲۵ تا ۱۲ درصد رشد می‌کند که این امر تأثیرات زیادی بر اوضاع اجتماعی، اقتصادی و سیاسی دارد.

تأثیر دیجیتالی شدن در مناطق و سازمان‌های مختلف متفاوت است. اقتصادهای توسعه‌یافته از بالاترین رشد اقتصادی برخوردارند و نسبت به اقتصادی نوظهور تمایل زیادی به ایجاد مشاغل در این حوزه ندارند. در مقابل تأثیر دیجیتال‌سازی بر اقتصادهای نوظهور به‌گونه‌ای بوده که عمله تلاش‌شان در زمینه ایجاد مشاغل جدید در حوزه دیجیتال انجام می‌شود. یکی از مهم‌ترین دلایل تمايز تأثیر فناوری‌های دیجیتال در کشورهای مختلف، تفاوت ساختار اقتصادی اقتصادهای توسعه‌یافته و نوظهور است. دیجیتال‌سازی در کشورهای توسعه‌یافته تأثیر بسزایی بر رشد اقتصادی داشته و سبب ارتقای بهره‌وری آنها می‌شود و موجب می‌گردد که مشاغل بامهارت‌های پایین و ارزش افزوده کم در این کشورها حذف و به بازارهای نوظهور با نیروی کار ارزان منتقل شوند.

تأثیر اقتصاد دیجیتال بر تولید و رشد اقتصادی موضوع بحث بسیاری از محافل رسمی و غیررسمی در سراسر دنیا است و در حال حاضر مدارک و شواهد نشان‌دهنده تأثیر مثبت بخش دیجیتال اقتصاد، بر اقتصاد تمامی کشورهای دنیا است. برای مثال انتشار سریع فناوری‌های دیجیتال به رشد بهره‌وری ایالات متحده از سال ۱۹۹۵ منجر شده است و یا اینکه بیش از نیمی از بهره‌وری در اروپا حاصل سرمایه‌گذاری در بخش دیجیتال است.

همچنین در سال ۲۰۱۶ سهم اقتصاد دیجیتال از اقتصاد کل کشور چین به ۳.۴ تریلیون دلار رسیده است که این مقدار تقریباً ۳۰ درصد از تولید ناخالص داخلی این کشور است. همچنین در ایالات متحده میزان سرمایه ایجاد شده توسط اقتصاد دیجیتال در سال ۲۰۱۶ به میزان ۱.۲ تریلیون دلار بوده که ۶.۵ درصد از تولید ناخالص داخلی این کشور را به خود اختصاص داده است. در این کشور فناوری‌های مختلف دیجیتال سهم‌های مختلفی در تولید ناخالص داخلی داشته‌اند که تجارت الکترونیک و رسانه دیجیتال با ۰.۷ درصد، خدمات پشتیبانی با ۱.۹ درصد، ارتباطات از راه دور ۱.۷، نرم‌افزار ۱.۴ درصد و سخت‌افزار ۰.۷ درصد را شامل می‌شود.

تأثیر افزایش نفوذ اینترنت بر رشد تولید ناخالص داخلی کشورها

گزارش‌های مختلفی به بررسی تأثیر فناوری‌های دیجیتال بر اقتصاد کشورها پرداخته‌اند. برای مثال در سال ۲۰۰۹ مطالعات انجام شده بیانگر این مطلب است که با افزایش ۱۰ درصدی نفوذ فناوری‌های دیجیتال مانند اینترنت و فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات بر برخی کشورهای اروپایی و کشورهای عضو سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، میزان تولید ناخالص داخلی آنها به میزان ۰.۶ درصد افزایش یافته است. همچنین طبق گزارش‌های تهیه شده از کشورهای در حال توسعه، بانفوذ پهنانی باند در کشورهای آمریکای لاتین و حوزه کارائیب میزان تولید ناخالص داخلی آنها به میزان ۳.۲ درصد افزایش یافته است.

همچنین مطالعه روی ۱۲۰ کشور توسعه‌یافته و در حال توسعه در دوره ۱۹۸۰-۲۰۰۶ نشان می‌دهد بهازای افزایش ۱۰ درصدی نفوذ پهنانی باند و اینترنت، تولید ناخالص داخلی این کشورها ۱.۲۱ تا ۱.۳۸ افزایش داشته است.

بنابراین با توجه به پیشرفت روزافزون بخش دیجیتال اقتصاد دنیا، با استفاده از فناوری‌ها و نوآوری‌های جدید، اقتصاد کشورها پویا گشته و مدام در حال تغییر و تحول هستند. همچنین فاصله بین کشورهای دنیا از لحاظ بهره‌مندی از فناوری‌های دیجیتال، بر رشد جهانی و اهمیت بخش دیجیتال اقتصاد اثرگذار است.

منبع: تسنیم



اهداف اقتصاد دیجیتال با ایجاد محدودیت ممکن نیست

با توسعه شبکه‌های ارتباطی و صنعت فناوری اطلاعات فرصت‌های بی‌شمار اقتصادی و بستر لازم برای توسعه اقتصاد دیجیتال فراهم می‌شود. شبکه‌های ارتباطی و صنعت فناوری اطلاعات زیرساخت توسعه اقتصاد دیجیتال در کشور است. بررسی ساده در فضای مجازی نشان می‌دهد کشورهای صاحب‌نام در حوزه‌های مختلف فناوری تا چه میزان درآمد ناخالص ملی خود را تنها با عرضه سرویس‌های دیجیتال در سراسر دنیا افزایش داده‌اند.

اختصاص دهیم در نهایت چیزی نصیبمان نخواهد شد. استفاده از فناوری انسان را به سمت دنیایی با فرصت‌های بی‌شمار می‌برد و جوانان باستعداد می‌توانند در این دنیا ایده‌های خود را با ابزارهای مختلف به مرحله عمل برسانند. از همین رو گسترش دسترسی به شبکه ارتباطات بین‌المللی در جهان از اهمیت بالایی برخوردار است. همواره در کشورهایی با تمدن کهن اختلاف دیدگاه بهمنظر استفاده از فناوری‌های مدرن بین کهن‌سالان و جوانان وجود داشته است ولی حوادث بزرگی نظری بروز بیماری کرونا نشان داد فناوری تا چه میزان می‌تواند در زندگی روزانه عموم مردم تأثیرگذار باشد. بدون شک اکنون آن دسته از افراد که بیشترین مخالفت را درباره استفاده از فناوری‌های نو داشته‌اند نیز درک بیشتری از کاربرد ابزارهای دیجیتال پیدا کرده‌اند.

بنابراین کرونا و توسعه روزافزون فناوری انقلاب بزرگی در زندگی روزمره مردم ایجاد کرد و حالا کاربران دستگاه‌های هوشمند در اقصی نقاط جهان می‌دانند و جسد فناوری تا چه میزان در انجام فعالیت‌های روزانه تأثیرگذار است. در حقیقت اکنون حصارها و دیوارهای بین زندگی سنتی و زیست مدرن به طور کامل برداشته شده است؛ لذا می‌توان نتیجه گرفت اگر شبکه‌های ارتباطی کشور در چند سال گذشته توسعه‌نیافرته بود قطعاً در مدت شیوع بیماری کرونا محتمل آسیب‌های سنگینی می‌شدیم.

ایجاد محدودیت با دسترسی اینترنت متفاوت است

■ تکمیل پروژه شبکه ملی اطلاعات چه تأثیری به صنعت فناوری

در همین خصوص با امیرهوشنگ حیدری، مدیرگروه مطالعات آینده، علم و فناوری مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور گفت‌و‌گو کردیم. در ادامه مژروح این گفت‌و‌گو را مشاهده می‌کنید:

اگر زیرساخت‌های ارتباطی توسعه‌نیافرته بود در دوران کرونامتحمل آسیب‌های سنگینی می‌شدیم

■ توسعه زیرساخت‌های ارتباطی کشور به‌ویژه در لایه دسترسی به اینترنت در چند سال گذشته تا چه حد زمینه ارتقای جایگاه علمی و فناوری کشور و صنعت فناوری اطلاعات بومی را در غرب آسیا فراهم کرده است؟

□ حیدری: با وجود همه مشکلات ناشی از تحریم‌های ظالمانه و دیدگاه منفی برخی از مسئولان نسبت به استفاده از فناوری‌های نوین، مردم ایران همانند ساکنان سایر کشورهای جهان به این نتیجه رسیده‌اند که به کارگیری فناوری دستیابی به اهداف بلندمدت و کوتاه‌مدت را تسهیل می‌کند. به نظر بنده اکنون در شرایطی قرار داریم که چه بخواهیم و چه نخواهیم به سمت دروازه‌های فناوری پیش می‌رویم. این دروازه همان محل و رود به تمدن فناوری است و دریچه‌ای ژرف از مزایای بهره‌گیری از فناوری در تمامی ابعاد زندگی را به روی افسار مختلف جامعه باز می‌کند.

شبکه ملی اطلاعات زمانی به بالندگی می‌رسد که ارتقای سرویس‌های آن هماهنگ با شبکه اینترنت بین‌المللی باشد. اگر تمام وقت و منابع مالی کشور را بدون در نظر اهمیت ارتباطات بین‌المللی به تکمیل شبکه بومی

گسترش دهیم. اکنون وقتی از سواد صحبت می‌کنیم منظور سواد دیجیتال است و افرادی که تنها به دنبال زندگی سنتی هستند و ابزارهای دیجیتال را کنار می‌گذارند با مشکلات زیادی مواجه می‌شوند. به عبارت دیگر بدون سواد دیجیتال در شهرهای هوشمند نمی‌توان به زندگی ادامه داد. چنین فردی از سوی جامعه نیز مورد استقبال قرار نمی‌گیرد و به نوعی مجبور به ترک اطرافیان خود می‌شود.

مسئولان در بحث ارتقای سرویس‌های الکترونیکی وظایف ویژه‌ای دارند و آن دسته از سیاست‌مدارانی که در حوزه دیپلماسی کار می‌کنند می‌توانند نقش بسزایی در ارتقای آگاهی عمومی و گسترش ارتباطات بین‌المللی داشته باشند. دیپلماسی فناوری فرصت‌های ارزشمندی را برای کسب و کارهای ایترنوتی ایجاد خواهد کرد. خوشبختانه رئیس جمهور و وزرا در دولت سیزدهم به موضوع دیپلماسی فناوری و توسعه اقتصاد دیجیتال اهتمام ویژه‌ای دارند و امیدوارم روزبه روز بستری فراهم شود که استفاده همه از فناوری‌های نوین ارتقا یابد. انتظار داریم در آینده نزدیک عدالت به واسطه دسترسی به فناوری محقق شود و هرجا کمبودی در این حوزه وجود داشت مردم از مسئولان سهم خواهی کنند.

نایاب هیچ فرستی را برای تحقیق اهداف تعیین شده در سند معماری شبکه ملی اطلاعات از دست داد

■ بر اساس سند معماری شبکه ملی اطلاعات ایران تا چند سال آینده باید به هاب ارتباطی غرب آسیا تبدیل شود. آیا صرفاً با اتکا به ظرفیت‌های داخلی می‌توان این هدف را محقق ساخت؟

□ حیدری: قطعاً ظرفیت تبدیل شدن به هاب ارتباطی در کشور وجود دارد. البته این ظرفیت هم اکنون بالقوه است و برای تبدیل کردن آن به ظرفیت بالفعل باید بسترسازی صورت گیرد. بسترسازی لایه‌های مختلفی دارد قطعاً ایران در تمامی حوزه‌های فناوری پیش‌گام نیست ولی می‌توان با اعتمادسازی کشورهای غرب آسیا و حتی فرانسه‌ای را مقاعد ساخت ایران را به عنوان هاب ارتباطی منطقه بشناسند؛ بنابراین از همین حالا باید برای اعتمادسازی بین همسایگان گام برداریم. هیچ کشوری در دنیا به تنها در حوزه فناوری توسعه‌نیافته است و نمی‌توان تمامی اهداف را بدون ارتباط بین‌المللی محقق ساخت. تقویت زیرساخت‌های بومی هم‌زمان با تعاملات بین‌المللی مسیر دستیابی به هاب ارتباطی را تسهیل می‌کند. استفاده از روش دیپلماسی فناوری در ارتباط با همسایگان زمینه جلب نظر و استقبال آن‌ها از فناوری‌های ایرانی را فراهم می‌کند.

از دست دادن هر فرستی برای تحقیق اهداف تعیین شده در سند معماری شبکه ملی اطلاعات آسیب‌های جدی به کشور می‌زد و برای بسترسازی از همین امروز باید اقدام کنیم و فرسته را از دست ندهیم. اگر فرست کنونی را از دست بدھیم احتمالاً هیچ‌گاه به چشم انداز ۱۴۰۴ دست نخواهیم یافت.

منبع: آنا

اطلاعات و سایر حوزه‌های مرتبط با علم و فناوری خواهد داشت؟

□ حیدری: توسعه زیرساخت‌ها (دسترسی به اینترنت) باید هم‌زمان با تولید محتوا و راهاندازی پیش‌ازبیش پلتفرم‌های بومی صورت گیرد و تعامل لازم بین این دو حوزه وجود داشته باشد. تکمیل شبکه ملی اطلاعات نباید موجب محدودسازی دسترسی به شبکه‌های بین‌المللی شود. برخی از کشورهای دنیا که ارتباطات مجازی خود را با سایر ملت‌ها محدود کردن نتوانستند به بخش بزرگی از اهداف خود دست پیدا کنند. البته باید بین ایجاد محدودیت و زمینه‌سازی برای دسترسی این به اینترنت تفاوت قائل باشیم. شبکه ملی اطلاعات زمانی به بالندگی می‌رسد که ارتقای سرویس‌های آن هماهنگ با شبکه اینترنت بین‌المللی باشد. اگر تمام وقت و منابع مالی کشور را بدون در نظر اهمیت ارتباطات بین‌المللی به تکمیل شبکه بومی اختصاص دهیم در نهایت چیزی نصیبمان نخواهد شد. مادامی که نگاه تعاملی در این پروژه وجود داشته باشد و تمامی فناوری‌های بومی را هم‌زمان با شبکه‌های جهانی ارتقادهیم قطعاً به نتایج مثبتی دست پیدا می‌کنیم. پیش‌تر در کشور تجربه استفاده از پلتفرم‌های بومی را داشته‌ایم و پس از مدتی مشخص شد عموم کاربران اپلیکیشن خارجی را به دلیل سرویس‌های متنوع و ابزارهای پیشرفته ترجیح می‌دهند.

سیاست‌مدارانی که در حوزه دیپلماسی کار می‌کنند می‌توانند نقش به سزاوی در ارتقای آگاهی عمومی و گسترش ارتباطات بین‌المللی داشته باشند. دیپلماسی فناوری فرصت‌های ارزشمندی را برای کسب و کارهای ایترنوتی ایجاد خواهد کرد.

باید پذیریم که با وجود همه تلاش‌های ارزشمندی که در کشور صورت می‌گیرد هنوز به توانایی لازم برای تولید و ارائه فناوری‌های پیشرفته دست پیدا نکرده و مجبور هستیم از ابزارهای خارجی استفاده کنیم. قطعاً دسترسی به برخی از سامانه‌های و سرویس‌ها موجب گسترش استفاده مردم از فیلترشکن‌ها می‌شود که خطرات زیادی را چه از نظر مسائل امنیتی و چه از نظر موضوعات فرهنگی ایجاد می‌کند. هم‌زمان با تکمیل شبکه ملی اطلاعات باید شرایط حفاظت از داده‌های داخلی را فراهم کرده و پلتفرم‌های ایرانی را طراحی کنیم. در واقع باید تعادل لازم برای ارتباطات بین‌المللی و استفاده از ابزارهای بومی برقرار باشد.

توجه ویژه مسئولان دولت سیزدهم به موضوع دیپلماسی فناوری

■ در مسیر توسعه اقتصاد دیجیتال توجه به دیپلماسی فناوری و افزایش ارتباطات بین‌المللی چگونه زمینه توسعه صنعت فناوری اطلاعات را فراهم می‌کند؟

□ حیدری: امروز جهان با شتاب زیادی به سمت استفاده از ابزارهای دیجیتال پیش می‌رود و در آینده نزدیک بیشتر فعالیت‌های موجود در جامعه مرتبط با فناوری اطلاعات خواهد بود. در این مسیر باید از تجربه کشورهای صاحب‌نام در حوزه فناوری بهره ببریم و ارتباطات بین‌المللی خود را



ارزش‌های فناوری اطلاعات لازم‌های اقتصاد دیجیتال

برای ورود به عرصه جهانی اقتصاد دیجیتال باید در کنار عزم ملی ارزش‌های صنعت فناوری اطلاعات باز تعریف شود. صنعت فناوری اطلاعات به عنوان یکی از مهم‌ترین پایه‌های اقتصاد دیجیتال از ارکان مختلفی تشکیل شده است و کسب‌وکارهای فعال در این صنعت بخش بزرگی از آن را شامل می‌شوند. در واقع می‌توان گفت صنعت فناوری اطلاعات مجموعه از کسب‌وکارها با هدف مشترک هستند.

نگرفته است و در بخش واردات درست عمل ننموده‌ایم. در خصوص تجهیزات خارجی موردنیاز و مورداستفاده در بخش‌های غیر حیاتی و غیر حساس فاقد نمونه مشابه داخلی برخی موقع سخت‌گیری نموده و جلوی واردات را گرفته و چرخه تکمیلی کسب‌وکارهای داخلی را متوقف و فلوج ساخته و با نظرات سلیقه‌ای با منوعیت تrixیس این کالاهای، فعالان اقتصادی را با ضرر و زیان بسیاری روبرو نمودیم. بدون توجه به اقتصاد دیجیتال، تعامل با جهان امروز و برقراری ارتباط امری پیچیده خواهد بود. نمی‌توانیم در دنیای امروز با تحولات شگرف و غیرقابل پیش‌بینی، از علم و فناوری روز دنیا عقب بمانیم. در جای دیگر با وجود دهای تولیدکننده داخلی با عمق داشش بالا، اجازه ورود تجهیزات خارجی جهت استفاده در شبکه‌های حساس و حیاتی را داده و منوعیت واردات کالاهای خارجی دارای نمونه مشابه داخلی را نادیده گرفته و باعث رونق فعالیت کاسپیان تحریم شده‌ایم. در این خصوص می‌بایست دقت نمود. چرا که هرگونه اقدام نادرست دولت باعث کندی و کسدی کسب‌وکارها شده و هر اقدام نامتعارفی می‌تواند فاصله کشور را در شاخص‌های سهولت کسب‌وکار افزایش دهد. همان‌طور که در راهبردهای مدنظر وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات کاینده دولت سیزدهم نیز مطرح شده است، تسهیل در سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در جهت توسعه زیرساخت‌های شبکه ملی اطلاعات و بهره‌گیری از ظرفیت بخش خصوصی و شرکت‌های دانش‌بنیان برای توسعه لایه خدمات شبکه ملی اطلاعات امری کاملاً ضروری بوده و می‌تواند شاخص‌های کشورمان را چه در سهولت کسب‌وکار و چه در شاخص‌های توسعه فناوری اطلاعات و

به اعتقاد اکثریت کارشناسان در سراسر دنیا قرن ۲۱ دوره ماشین‌های هوشمند و دستگاه‌های خودکار است. تقریباً تمامی دستگاه‌های هوشمندی که در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه جهان ساخته می‌شوند از محصولات صنعت فناوری اطلاعات محسوب شده و از همین رو دولتها برای ارتقای جایگاه ملی و بین‌المللی این صنعت برنامه‌ریزی بلندمدت کرده‌اند. احتمالاً پس از بودجه نظامی بیشتری میزان سرمایه‌گذاری دولتی در اقصی نقاط دنیا به صنعت فناوری اطلاعات اختصاص دارد و همین موضوع نشان‌دهنده اهمیت به سزای این صنعت است.

باتوجه به اهمیت صنعت مخابرات به منظور دستیابی به فناوری‌های برتر و لزوم بومی‌سازی ابزارهای دیجیتال با داود ادیب، رئیس اتحادیه صادرکنندگان صنعت مخابرات ایران گفت و گو کردیم. در ادامه مژروح این گفت و گو را مشاهده می‌کنید:

■ وضعیت کنونی کسب‌وکارهای فناوری اطلاعات در کشور را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ تکمیل شبکه ملی اطلاعات چگونه می‌تواند به بهبود شرایط اقتصادی کسب‌وکارهای کمک کند؟

□ ادیب: مطابق آخرین گزارش بانک جهانی، رتبه ایران در سال ۲۰۲۰ در شاخص سهولت انجام کسب‌وکار نسبت به سال ۲۰۱۹ به میزان ۱۱ پله تضعیف شده و فاصله از شاخص پیشرو نیز ۰.۱ افزایش یافته که نشان‌دهنده تضعیف هم‌زمان امتیاز و رتبه ایران است. متأسفانه در سال‌های اخیر آن‌طوری که شایسته نام‌گذاری‌های این چند سال باشد، حمایت واقعی از شرکت‌های دانش‌بنیان صورت

حیاتی و حساس کشور از محصولات تولیدی داخلی استفاده نماییم تا امنیت زیرساخت‌ها و اقتدار کشور تأمین گردد.

ارتباطات بهبود بخشد.

■ چرا دستگاه‌های دولتی تجهیزات دارای مشابه داخلی را خریداری می‌کنند؟ طبق سند معماری شبکه ملی اطلاعات تا سال ۱۴۰۴ ایران باید به هاب ارتباطی در منطقه تبدیل شود. آیا دستیابی به چنین هدفی صرفاً با افزایش کمی و کیفی فناوری‌های بومی امکان‌پذیر است؟

ادیب: در سند معماری شبکه ملی اطلاعات به «تحقیق استقلال کشور» اشاره متعددی شده است. این عبارت یعنی استفاده از توانمندی داخلی و عدم استفاده از محصولات و خدمات خارجی و کاهش وابستگی و جلوگیری از دست‌اندازی بیگانگان در فضای مجازی، استفاده از توانمندی داخلی و عدم استفاده از محصولات و خدمات خارجی در زیرساخت‌های ارتباط و اطلاعات، تأمین نیازهای عمومی مردم و ایجاد زیست‌بوم منوط به تحقق شبکه ملی اطلاعات و مستلزم فعالیت نظاممند و فراگیر در تربیت، ساماندهی و توسعه محتوا و خدمات کاربردی فضای مجازی است.

آن چیزی که از این سند برداشت می‌شود این است مسئولان در توسعه در زیرساخت‌های حیاتی، زیرساخت‌های ارتباطی و تجهیزات زیربنایی و اصلی باید از تجهیزات و متخصصان خارجی استفاده نمایند. ولیکن با وجود طیف وسیعی از کاسپین تحریم و مدیرانی که در صدد خرید محصولات خارجی هستند و منافع و شیوه مدیریت آن‌ها با چنین موضوعاتی گره‌خورده است چگونه می‌توان تا سال ۱۴۰۴ به این اهداف رسید؟ این شبکه باید تا سال ۱۴۰۴ بیش از ۶ راهبرد و سی و هفت هدف عملیاتی را مطابق طرح کلان و معماری شبکه ملی اطلاعات محقق کند. آیا به نظر شما با وجود رویکرد عدم حکایت از محصولات ایرانی در بخش‌های بزرگی از بدنه تأمین کالا و تجهیزات وزارت‌خانه‌ها و سازمان‌های حساس و مهم این امر تحقق باید؟

کافی است به مناقصات سازمان‌ها و یا خریدهای به‌اصطلاح از جنس توسعه یا خریدهای مجوزدار نگاه کنید! علی‌رغم ده‌ها قانون درخصوص منوعیت خرید کالاهای خارجی دارای مشابه داخلی و علی‌الخصوص تجهیزاتی که در زیرساخت‌های حیاتی مورداستفاده قرار می‌گیرد کماکان این خریدها با بهانه‌های مختلف صورت می‌پذیرد و فعالان صنعت فناوری اطلاعات دل به این موضوع بسته‌اند که طرح کلان معماری شبکه ملی اطلاعات محقق گردد.

منبع: آنا

■ در مسیر توسعه اقتصاد دیجیتال استفاده از ابزارهای دیپلماسی و ارتباط با کشورهای صاحب‌نام در حوزه فناوری تا چه میزان می‌تواند باعث افزایش بازدهی صنعت فناوری اطلاعات ایران شود؟

ادیب: این موضوع با درنظر گرفتن دو رویکرد قابل بررسی است. یک بُعد، بعد فناوری است که بخش مثبت این رویکرد هست و می‌تواند در راستای بالبردن بازدهی صنعت فناوری اطلاعات باشد. البته چنین فرایندی باید با حفظ مشارکت بخش داخلی باید صورت گیرد و مورد بعدی موضوع حفظ امنیت در زیرساخت‌های حیاتی است که عدم رعایت آن بعد منفی رویکرد حاکم بر این روابط خواهد بود. این جا یک سؤال اساسی مطرح می‌شود؛ آیا می‌خواهیم به سمت اقتصاد دیجیتال برویم؟ اگر پاسخ مثبت است چگونه باید برویم؟ تعریف اقتصاد دیجیتال چیست؟ اقتصاد دیجیتال یا همان Digital economy که در سال‌های اخیر به مفهوم اقتصاد مبتنی بر فناوری‌های محاسبات دیجیتال یا انجام‌دادن فعالیت‌های اقتصادی از طریق بازارهایی مبتنی بر اینترنت و شبکه گسترشده وب در نظر گرفته شده است همان اقتصاد جدید یا اقتصاد وب است.

استفاده از ابزارهای دیپلماسی و ارتباط با کشورهای صاحب‌نام در حوزه فناوری می‌تواند باعث افزایش بازدهی صنعت فناوری اطلاعات ایران شود.

به نظر می‌رسد که برای ورود به عرصه اقتصاد دیجیتال نیازمند یک عزم ملی بزرگ در بازتعریف برخی ارزش‌ها مطابق با تحولات روز دنیا باشیم. دولتمردان می‌بایست با نگاه پدافتادی و با استفاده از دانش بومی و استفاده از تجربیات جهانی در صورت لزوم مقدمات ورود به اقتصاد دیجیتال را فراهم نمایند. چرا که بدون توجه به اقتصاد دیجیتال، تعامل با جهان امروز و برقراری ارتباط امری پیچیده خواهد بود. نمی‌توانیم در دنیای امروز با تحولات شگرف و غیرقابل پیش‌بینی، از علم و فناوری روز دنیا عقب بمانیم.

در یک کلام ورود به نهضت جهانی اقتصاد دیجیتال امری کاملاً ضروری است که اگر امروز وارد این حوزه نشویم ۱۰ سال دیگر به‌اجبار وارد این حوزه خواهیم شد و در این صورت زمان و منابع قابل توجهی را از دست داده‌یم. استفاده از ابزارهای دیپلماسی و ارتباط با کشورهای صاحب‌نام در حوزه فناوری می‌تواند باعث افزایش بازدهی صنعت فناوری اطلاعات ایران شود اما باید دو ملاحظه مهم را در نظر گرفت. نخست این که تنها از تجربیات آنها استفاده کنیم و از واردات کامل فناوری بهشت جلوگیری نماییم و دوم در بسترها



کرونا، سرعت کسب و کارهای مجازی را زیاد و اقتصاد دیجیتال را چاق کرد

گرچه بحران کرونا اقتصاد جهانی را تحت تأثیر قرار داده و تبعاتی را برای تمامی کشورها حتی اقتصادهای بزرگ در پی داشت، ولی این بحران از سوی دیگر موجب شد میزان استفاده مردم از اینترنت، حرکت به سمت کسب و کارهای مجازی و رونق اقتصاد دیجیتال شدت یابد.

موضوعی که نیویورک تایمز نیز در گزارش جدید خود بر آن تأکید و سهم اقتصاد دیجیتال از تولید جهانی را به میزان ۵۰ درصد برای سال ۲۰۲۵ پیش‌بینی کرد. ایران نیز از این قاعده مستثن نبوده و آمارها حکایت از افزایش سهم اقتصاد دیجیتال در تولید ناخالص داخلی کشور دارد، چنان که محمدجواد آذری جهرمی، وزیر ارتباطات دولت دوازدهم نیز سهم اقتصاد دیجیتال از **GDP** را برای سال ۹۲، بیش از ۲ درصد و برای سال ۹۹ نزدیک به ۵ درصد عنوان کرده بود. این آمارها در حالی است که کارشناسان پیش‌بینی می‌کنند سهم اقتصاد دیجیتال تا پایان امسال به ۷.۵ درصد نیز برسد.

سهم ۱۰ درصدی در افق ۱۴۰۴ است. بدین ترتیب به گفته وی: «تهیه سند ملی توسعه و نقشه راه و نگاشت نهادی اقتصاد دیجیتال همراه با پیوست فناوری و پیوست جذب سرمایه‌گذاری بین‌المللی، ارتقای امنیت سرمایه‌گذاری با فعالیت‌هایی همچون پیگیری تصویب قوانین و مقررات شفاف، رقابتی و حمایتی و تسهیل صدور مجوز فعالیت‌ها، تسهیل کسب و کارهای دیجیتال و تسهیل فعالیت شرکت‌ها و هلдинگ‌های داخلی در کشورهای همسایه و همسو به منظور راهاندازی سرویس‌ها و پلتفرم‌های ایرانی متناسب با نیازمندی آن کشورها از جمله برنامه‌های وزارت ارتباطات برای تقویت اقتصاد دیجیتال است».

سهم ۱۰ درصدی اقتصاد دیجیتال در افق ۱۴۰۴

بدین ترتیب با روی کار آمدن دولت سیزدهم و عده‌های وزیر ارتباطات مبنی بر تقویت اقتصاد دیجیتال، اکنون بسیاری از فعالان این عرصه بر این باورند که اقتصاد دیجیتال باید سهم بزرگ‌تری از اقتصاد را به خود اختصاص دهد. در همین راستا، چندی پیش عیسی زارع‌پور؛ وزیر ارتباطات نیز بر افزایش سهم اقتصاد دیجیتال از تولید ناخالص داخلی تأکید کرده و می‌افزاید: «بر اساس برنامه ارائه شده، در کشورهای توسعه‌یافته که به فروش نفت وابسته نیستند، اقتصاد دیجیتال در تولید ناخالص داخلی به ۳۰ درصد هم رسیده، اما در ایران این سهم بین ۳ تا ۶ درصد (طبق گزارش‌های مختلف) است، در حالی که هدف گذاری صورت گرفته در اسناد بالادستی مصوب،

ضرورت ایجاد سازمان اقتصاد دیجیتال در کشور

به دنبال ایجاد رقابت در این حوزه بود که عملاً رخ نداد. در واقع حجم سرمایه‌گذاری در این حوزه به‌گونه‌ای است که شرکت‌های کوچک در اثر جنگ قیمتی و مزایای اپراتورهای بزرگ در بلندمدت حذف می‌شوند، به خصوص که حجم کنترل‌ها در عرصه قیمت‌گذاری بسیار زیاد است. در چنین شرایطی، بایستی راه را برای تولید محظوظ و کسب درآمد از حوزه محظوظ هموارتر کرد و لی متأسفانه در سال‌های اخیر، هرسال مقررات جدیدی در محدودسازی تولید محظوظ تعریف می‌شود.

دولت تعاملات جدیدی را با شرکت‌های خصوصی تعریف کند

این کارشناس اقتصاد دیجیتال گفت: موضوع مقررات زدایی در کشور، موضوعی آشنا برای بدنه حاکمیتی کشور است. در سال‌های اخیر قوانینی برای تسهیل در فضای کسب و کار کشور تعریف شده است. با این حال در حوزه دیجیتال که صنعتی متأخر است، بی‌توجه به تجربیات پیشین، شرایط و مجوزهای جدیدی برای فعالیت تعریف می‌شود. به نظر می‌رسد تجربه قدیمی مقررات زدایی در فضای مجازی در سال‌های آینده تکرار و احتمالاً دوباره به حذف همان مقررات تصمیم گرفته خواهد شد. اما این در حالی است که در این‌بین، انرژی زیادی از کارآفرینان کشور گرفته می‌شود.

شامخی معتقد است: انحصار زدایی وجه دیگری است که باید به آن توجه داشت. در دولت قبل، حرکت خوبی در مسیر توسعه صدور مجوزهای شرکت‌های مخابراتی انجام شد، البته هر چند به دلایل اقتصادی عملاً راه به جایی نبرد. به‌حال، اقدام به صدور مجوزهای جدید، اتفاق مثبتی بود اما در عرصه‌هایی مانند واردات و ترانزیت پهنانی باند کماکان انحصار وجود دارد. دولت جدید بایستی تعاملات جدیدی را در همکاری با شرکت‌های خصوصی برای واردات و ترانزیت پهنانی باند تعریف کند.

منبع: قدس آنلاین

از سوی دیگر محمدرضا طلایی، رئیس کمیسیون فناوری اطلاعات و ارتباطات اتاق ایران نیز دستیابی به توسعه فعالیت‌های دیجیتال را منوط به ایجاد سازمان اقتصاد دیجیتال دانسته و معتقد است: «این سازمان باید شکل بگیرد و در کنار وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات زیر پرچمی واحد از این فضا حمایت کند. حمایت از تولید و بخش‌های مختلف این حوزه از قبیل زیرساخت، سخت‌افزارها، تولیدات محتوای دیجیتال و نرم‌افزارها باید در قالب یک برنامه منسجم انجام شود».

اعطای مشوق‌های ضروری برای نوآوری در زیرساخت‌های جدید ارتباطاتی

در همین باره علیرضا شامخی، کارشناس اقتصاد دیجیتال درباره الزام‌های وزارت ارتباطات برای بهبود جایگاه اقتصاد دیجیتال، اظهار کرد: نقش وزارت ارتباطات در توسعه اقتصاد دیجیتال عمدتاً در عرصه توسعه و ایجاد زیرساخت‌های ارتباطاتی است. طبیعی است که با توسعه اقتصاد دیجیتال، مصرف پهنانی باند نیز توسعه یابد. این موضوع به خصوص برای کسب و کارهای مرتبط با محظوظ ضروری‌تر است. به همین ترتیب الزام اصلی وزارت ارتباطات، ایجاد مشوق‌های ضروری برای نوآوری و سرمایه‌گذاری اپراتورهای در زیرساخت نسل‌های جدید ارتباطی است. این موضوع چه در لایه دسترسی و چه در لایه شبکه نیز مطرح است.

شامخی ادامه داد: در حوزه شبکه‌های همراه نیز بایستی برای بهروزآوری شبکه نسل پنجم به سرعت برنامه‌ریزی شده و اشتباہ قبلی در تأخیر راه‌اندازی نسل دوم به نسل سوم و نسل چهارم تکرار نشود. طبیعی است که دسترسی ثابت نیز اهمیت بسزایی در اقتصاد دیجیتال دارد. برخلاف موبایل، دسترسی ثابت و ایجاد شبکه فیبری در کشور الزاماً دارای توجیه اقتصادی نیست.

وی افود: زمانی با تعریف مجوزهای جدید، وزارت ارتباطات



پایگاه خبری و اطلاع رسانی

مارادر شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید



به روزترین مقالات و گزارش‌ها و آخرین اخبار

در





اتصال یک تریلیون شیء به اینترنت تا سال ۲۰۳۰

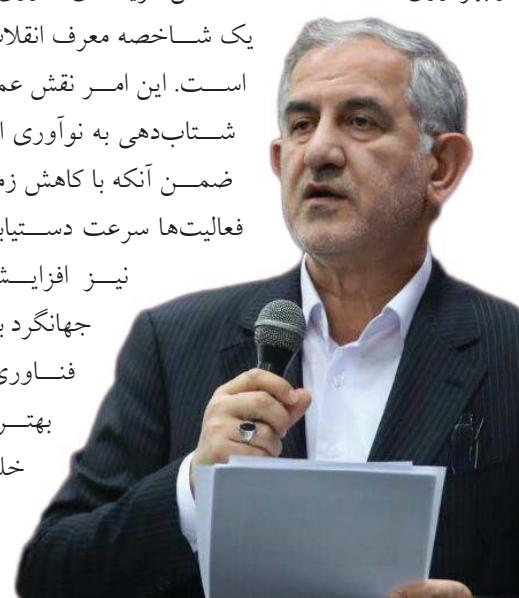
رئیس هیئت مدیره انجمن بهره‌وری ایران با بیان اینکه در حال حاضر ۸ میلیارد شیء در جهان به اینترنت متصل است از افزایش این عدد به ۸ تریلیون شیء تا سال ۲۰۳۰ خبر داد و به اهمیت نوآوری و دیجیتال‌سازی در روند رشد اقتصادی تاکید کرد.

خاطرنشان کرد: اکنون ۸ میلیارد شیء به اینترنت متصل است و پیش‌بینی می‌شود این عدد تا سال ۲۰۳۰ به یک تریلیون برسد. وی افروز: مسئله نوآوری فراتر از تحقیق و توسعه است و نیازمند رویکرد سیستمی و همه‌جانبه است؛ بنابراین باید با تسهیل از توسعه و رشد نوآوری با توسعه بازار کالاهای محصولات نوآورانه در داخل و خارج زمینه‌های حمایت از این مسئله را فراهم آوریم و هر چه بیشتر به سمت شبکه‌سازی عوامل با گسترش بستر شبکه، تعامل دانشگاه - صنعت و خدمات با نوآوری، تعامل بازار و صنعت با استارت‌آپ‌ها گام برداریم. جهانگرد گفت: باید به سمت دیجیتال‌سازی کلیه فرایندهای کشور و دسترسی داده‌های بزرگ‌نها دهای دولتی و عمومی برای نوآوران، بنگاه‌ها حرکت کنیم. همچنین گسترش ارتباطات دیتا موبایل پرظرفیت در سراسر کشور و تنظیم بازار و مقررات به نفع افزایش سهم بازار محصولات دانش‌بنیان در دستور کار قرار گیرد.

رئیس هیئت مدیره انجمن بهره‌وری ایران همچنین پیشنهاد کرد: باید دیجیتال‌سازی کلیه فرایندهای کشور و دسترسی داده‌های بزرگ‌نها دهای دولتی و عمومی برای نوآوران، بنگاه‌ها فراهم شود. به

نصرالله جهانگرد، رئیس هیئت مدیره انجمن بهره‌وری ایران در یازدهمین همایش ملی بهره‌وری که از سوی انجمن بهره‌وری ایران در سالن شیخ بهایی صندوق شکوفایی و نوآوری به صورت حضوری و آنلاین برگزار شد، با اشاره به اثرات ترکیبی فناوری و بهره‌وری گفت: کاهش هزینه‌های فناوری پیشرفتی یک شاخصه معرف انقلاب دیجیتال است. این امر نقش عملده‌ای در شتابدهی به نوآوری ایفا می‌کند؛ ضمن آنکه با کاهش زمان انجام فعالیت‌ها سرعت دستیابی به نتایج نیز افزایش می‌یابد.

جهانگرد با بیان اینکه فناوری ارزان و بهتر در حال خلق جهانی متصل تر است،



توسعه سیاسی و ارتقای فرهنگی جامعه است. او افزود: موضوع شرکت‌های دانش‌بنیان بیش از ۴ دهه است که در دنیا شکل گرفته و در ایران نیز ۲۰ سال از ظهور پارک‌های علم و فناوری کشور می‌گذرد؛ اما هنوز با مشکل فرهنگ دیجیتالی روبه‌رو هستیم.

اختیاری تاکید کرد: تنها دارایی شرکت‌های استارت‌آپی و جوانان مبتكر ایده و فکر آنهاست؛ اما زمانی که برای راهاندازی و اخذ وام به بانک مراجعه می‌کنند با قوانین دست‌وپاگیری مواجه هستند یا در به سرقت رفتن ایده‌ها موضوعات قضایی عجیب و غریبی برای این افراد به وجود می‌آید که امیدواریم با بهروزرسانی قوانین مربوط به شرکت‌های دانش‌بنیان تا حد زیادی این مشکلات حل شود. او تاکید کرد: اگر اعتقاد داریم که شرکت‌های دانش‌بنیان ستون اقتصادی کشور است، باید موضع قانونی آن را رفع کنیم.

رابطه مستقیم فناوری با افزایش نرخ بهره‌وری

سیدولی الله فاطمی نیز در بخشی از این همایش گفت: نتایج تحقیقات گستردگی نشان داده است که بین تحول دیجیتال و توسعه اقتصادی و بهرهوری نیروی کار به رغم ایجاد چالش‌های جدید، رابطه‌ای مثبت وجود دارد.

فاطمی با تأکید بر ارتقای بهره‌وری از طریق فناوری‌های دیجیتال خاطرنشان کرد: برقراری نادرست ارتباط و درک اشتباہ مفاهیم می‌تواند هزینه زیادی برای شرکت‌ها به همراه داشته باشد. درواقع طبق اعلام انجمن مدیریت منابع انسانی، شرکت‌های کوچک با ۱۰۰ کارمند سالانه تقریباً ۴۲۰.۰۰۰ دلار به دلیل ارتباط ناکارآمد درون شرکت از دست می‌دهند؛ درحالی‌که ابزارها و فناوری‌های جدید دیجیتال می‌توانند



ارتباطات، ه روابط میان ف مشارکت در کارکنان را بهبود و به صرفه جویی در هزینه اضافی کمک کند. منع : ا نجمن پوری ایران

گفته جهانگرد، آموزش نگرش و مهارت الگوریتمی در حل مسائل و مهارت آموزی از دیستان برای همه آحاد کشور یک الزام است و باید سرمایه‌گذاری در نوآوری و بهره‌وری و مقابلاً نوآوری در سرمایه‌گذاری با تصویب قوانین مشوق اقتصادی از جمله کاهش هزینه‌های مالیاتی و هزینه‌های سرمایه‌گذاری گسترش پیدا کند.

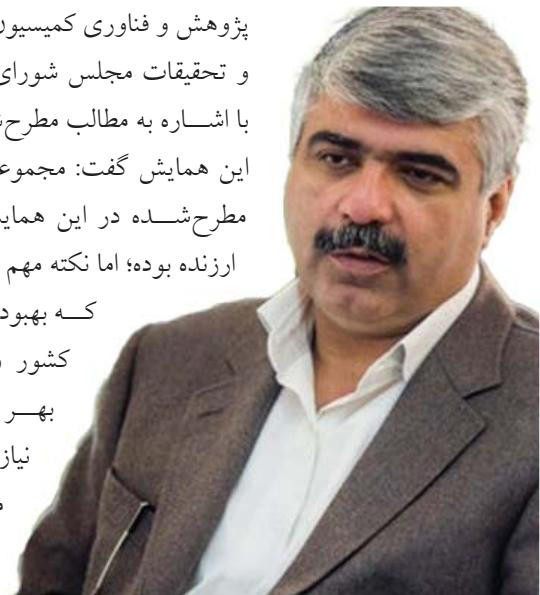
او با تاکید بر تسهیل قانونی روش‌های مشارکت و سرمایه‌گذاری مشارکتی و حذف محدودیت‌ها برای ورود سرمایه‌گذاری غیردولتی به بخش‌های انحصاری همچنین گفت: باید از فناوری‌ها، نوآوری‌های منجر به بهره‌وری عوامل پایه توسعه مثل آب، انرژی، تحاک، هوا، سرمایه و زمان به صورت ویژه حمایت شود.

۵۰ درصد حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان به اجراء نشد

رئیس کمیته پژوهش و فناوری کمیسیون آموزش و تحقیقات مجلس افروز: سال ۸۹ قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان در مجلس شورای اسلامی تصویب شد که هنوز ۵۰ درصد آن نیز اجرایی نشده است و دولت با اجرای آن مشکل دارد. اختیاری گفت: صندوق شکوفایی و نوآوری از همان قانون مصوب شرکت‌های دانش‌بنیان و با صرف ۳ میلیارد دلار در آن زمان مصوب و تشکیل شده است.

او با بیان اینکه از یک سال پیش مقرر شده بود تا حمایت از شرکت‌های دانشبنیان را به روز کنیم، گفت: دولت گذشته موافق اصلاح و به روزرسانی این قانون نبود و همچنان دولت فعلی نیز موافقت خود را با این ایده و به روز کردن این قانون اعلام نکرده است. از این رومجبور هستیم تا آن را در قالب طرح به مجلس شورای اسلامی ارائه کنیم.

اسفندیار اختیاری، رئیس کمیته پژوهش و فناوری کمیسیون آموزش و تحقیقات مجلس شورای اسلامی با اشاره به مطالب مطرح شده در این همایش گفت: مجموعه مطالب مطرح شده در این همایش بسیار ارزنده بوده؛ اما نکته مهم این است که بجهود وضعیت کشور و ارتقای بهره‌وری، نیازمند دو مسئله جدی



کمبود پهنانی باند عامل اختلالات اینترنتی؟!

در حالی که کارشناسان معتقدند که توسعه پهنانی باند یک نیاز اساسی توسعه اقتصاد دیجیتال در جهان است و محدود کردن این مسیر مستقیماً به ضرر اقتصاد کسب و کارهای اینترنتی است، کاربران اینترنت طی روزهای اخیر اختلالات زیادی در شبکه دسترسی تجربه می‌کنند که به نظر می‌رسد کمبود پهنانی باند بین‌الملل مهم‌ترین دلیل آن است.

فضای کسب و کار ایران گذاشت. در دوران کرونا سرمایه‌گذاری‌های قبلی در زمینه پهنانی باند و به‌طورکلی زیرساخت نتیجه خود را نشان داد. بر اساس اعلام رئیس سابق سازمان فناوری اطلاعات رشد اقتصاد دیجیتال در دوره پاندمی بالغ بر ۴ درصد بود و این در دوره‌ای که اقتصاد کشور با رکود مواجه بود، اتفاق افتاده است. از همین‌رو کمتر تغییری در پهنانی باند اینترنت یا تغییری در کیفیت دسترسی تأثیر مستقیمی بر کسب و کار دارد و نه فقط کاربران عادی که کسب و کارها را هم دچار مشکل می‌کنند.

در ایران با توجه به فضای اینترنت و حساسیت‌های سیاسی پیرامون آن موضوع پهنانی باند سال‌هاست از یک بحث فنی به یک بحث سیاسی تبدیل شده است. طراحان طرح صیانت که طی روزهای اخیر کمیسیون آن در مجلس هم شکل‌گرفته، ابزارهای اجرایی این طرح را روی کاهش پهنانی باند شبکه‌های اجتماعی خارجی متمن کرده‌اند با این امید که به دور از هزینه‌های فیلترینگ یکباره، به تدریج میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی خارجی کاهش یابد.

حمدی فرامزی‌نیا، متخصص شبکه‌های کامپیوتری، می‌گوید: سیاست توسعه پهنانی باند در ایران توسط برخی از مسئولان سیاسی با سیاست واردات دیگر کالاها اشتباه گرفته می‌شود. پهنانی باند یک مسیر ارتباطی با جهان است و به دلایل جغرافیایی، سیاست‌های زیرساختی و ... ایران نتوانسته یک شاهراه درون‌مرزی برای این موضوع ایجاد کند؛ نتیجه آن شده که از نظر اقتصادی پهنانی باند بین‌الملل هزینه قابل توجهی را به کشور تحمیل می‌کند، اما از طرف دیگر پهنانی باند (چه بین‌الملل و چه داخلی) حتی برای توسعه کسب و کارهای داخلی هم مهم است. این شاید فقط در ایران باشد که مسئولان سیاسی و فنی از عبارت پهنانی باند خارجی - داخلی استفاده می‌کنند، این خیلی طبیعی است که داده‌های حساس و ملی در داخل کشور باشند و ترافیک داخلی مسیر طولانی را برای رسیدن به مقصد داخلی طی نکند اما اینها همه راه حل‌های فنی مطمئنی در همه جای دنیا دارد و کسی شبکه‌ای را برای قطع ارتباط

در اواسط مهرماه میزان اختلالات اینترنتی به اوج خود رسید به‌طوری که رادار آروان که در حال حاضر تنها منبع عمومی سنجش کیفیت اینترنت ایران است اختلالات شدیدی روی سرویس‌های مختلف اینترنتی نشان داد. همچنین تعداد زیادی از کاربران هم گلایه‌هایی از افت کیفیت اینترنت در شبکه‌های اجتماعی منتشر کرده‌اند.

مسئولان ارتباطی اما تاکنون در برابر دلایل این اختلال یا سکوت کرده‌اند یا وعده رسیدگی داده‌اند. برخی شنیده‌ها حاکی است با توجه به رشد طبیعی تقاضا میزان خرید پهنانی باند بین‌الملل نیز باید افزایش یابد اما حداقل در دولت جدید این اتفاق رخ نداده است. برخی دیگر از عدم صدور مجوز از سوی شورای فضای مجازی در این زمینه خبر داده‌اند.

معاون وزیر ارتباطات گفت که آغاز سال تحصیلی جدید و برگزاری اغلب کلاس‌های دانشجویان و دانش‌آموزان به صورت مجازی باعث افزایش حجم استفاده از اینترنت شده که این امر باعث کندی سرعت اینترنت در برخی نقاط و ساعات پیک شده است. به گفته حسین فلاح جوشقانی برای رفع این مشکل جلساتی با حضور همه عوامل تأمین و توزیع اینترنت از جمله شرکت زیرساخت، شرکت مخابرات، اپراتورها و شرکت‌های اینترنت ثابت برگزار شد. با این حال پرسش اصلی این است که چرا دولت در زمینه پهنانی باند آن‌هم در آغاز سال تحصیلی پیش‌بینی لازم را انجام نداده است.

رابطه پهنانی باند و رشد اقتصاد دیجیتال ایران

سال‌ها از اثبات تأثیر رشد پهنانی باند بر GDP می‌گذرد. در ایران و از اواسط دهه ۹۰ شمسی رابطه پهنانی باند و توسعه کسب و کارهای دیجیتالی به‌وضوح مشخص کننده تأثیر این موضوع است. اغلب استارت‌آپ‌ها در ایران زمانی به رشد سریع رسیدند که دسترسی ارتباطی پرسرعت‌تر از طریق 3G و 4G اتفاق افتاد. حتی سال‌ها قبل از آن افزایش سرعت اینترنت ثابت نیز تأثیر مشابهی بر

که این جزو تصمیماتی نیست که در اختیار این وزارت خانه باشد. عیسی زارع پور در پاسخ به پرسشی مبنی بر اینکه آیا قصده برای مسدودسازی دسترسی کاربران به برخی از شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های غیربومی وجود دارد یا خیر، گفت: ما حتماً باید در فضای مجازی شرایطی را فراهم کنیم که از حقوق مردم در این فضا حمایت کنیم. وقتی تمام زندگی مردم با فضای مجازی گره خورده حتماً و قطعاً باید دولت زیرساخت‌هایی را در این زمینه فراهم کند که از حقوق مردم حمایت کند، این به هیچ وجه به معنای مسدودسازی نیست بلکه به معنای قانونمند کردن و نظاممند کردن است.

زارع پور درباره اینکه آیا این سخنان شما به این معناست که مردم و صاحبان کسب و کارها نگرانی بابت قطع اینستاگرام و ... نداشته باشند، گفت: این‌ها تصمیماتی نیست که وزارت ارتباطات بگیرد و به‌هر حال نهادهای تصمیم‌گیر در این حوزه باید تصمیم‌گیری کنند. وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات ادامه داد: نگاه ما این است که حداقل استفاده را از این ابزار برای حل مشکلات کشور داشته باشیم. در عین حال فضای این ابزار باید قانونمند باشد تا اگر حقی از کسی ضایع شد، بتواند آن را پیگیری کند، اما تصمیمات درباره اینکه چه پلتفرمی استفاده بشود یا نشود، در اختیار وزارت ارتباطات نیست.

رشد سریع کشورهای عربی

گزارش اخیر آنکه از اقتصاد دیجیتال نشان‌دهنده رشد انفجاری پهنهای باند در جهان بهویژه در میان کشورهای توسعه‌یافته است. در همین حال این گزارش نشان می‌دهد کشورهای عربی و همسایه‌های جنوبی ایران سرمایه‌گذاری عظیمی برای توسعه زیرساخت‌ها و دسترسی به پهنهای باند انجام داده‌اند.

بر اساس گزارش آنکه طی یک دهه اخیر کشورهای عربی رشد زیادی در توسعه پهنهای باند و بهویژه پهنهای باند موبایل داشته‌اند؛ هر چند هنوز از زاویه رشد، کشورهای توسعه‌یافته در این زمینه همچنان پیش رو هستند.

کارشناسان معتقدند که توسعه پهنهای باند یک نیاز اساسی توسعه اقتصاد دیجیتال در جهان است و محدود کردن این مسیر مستقیماً به ضرر اقتصاد کسب و کارهای اینترنتی است. امروزه میلیون‌ها نفر از طریق اینستاگرام مشغول به کسب و کارند و مبالغ هنگفتی برای توسعه کسب و کارشان و نفوذ بین مخاطبان هزینه کرده‌اند و هدف گرفتن شبکه‌های اجتماعی مشابه اینستاگرام تنها نگران کردن این کسب و کارها از آینده است.

منبع: دنیای اقتصاد

با دنیا توسعه نمی‌دهد.

به گفته وی اینکه تصور کنیم با کاهش پهنهای باند مردم را به سمت کسب و کارهای داخلی هدایت می‌کنیم، نشان از عدم درک واقعیت فضای اینترنت دارد. کسب و کارهای ایرانی در شرایطی رشد می‌کنند که در فضای بین‌المللی رقابت کنند و بهویژه در شرایطی که بسیاری از کشورها به دلیل تحریم راه را به روی کاربران و کسب و کارهای ایرانی بسته‌اند، محدود کردن پهنهای باند در داخل - در صورت رخداد - صرفاً کمک به آنهاست.

زیرساخت و سیاست‌های جدید

دولت جدید که به‌تازگی مستقر شده در زمینه پهنهای باند سیاست مشخصی را اعلام نکرده است. در تیرماه امسال معاون وزیر ارتباطات از افزایش ۳۰ درصدی ظرفیت شبکه پهنهای باند کشور خبر داده بود. بنا به گزارش سازمان تنظیم مقررات در زمستان سال گذشته پهنهای باند بین‌الملل ایران هم در ۶ سال گذشته بیش از ۵ هزار درصد رشد کرده است. ظرفیت پهنهای باند داخل کشور از ۶۲۴ گیگابیت بر ثانیه در سال ۱۳۹۲ به ۲۴ هزار ۲۰ گیگابیت بر ثانیه در سال ۹۸ رسیده است.

سازمان تنظیم مقررات ظرفیت پهنهای باند داخلی در ۷ سال گذشته را با افزایش ۳ هزار و ۸۰۰ درصدی عنوان کرده است. این رشد در بخش پهنهای باند بین‌الملل بیشتر هم بوده است. بر اساس اطلاعات این گزارش ظرفیت پهنهای باند اینترنت بین‌الملل از ۸۲ گیگابیت بر ثانیه در سال ۱۳۹۲ به ۴ هزار و ۳۰۹ گیگابیت بر ثانیه در سال ۱۳۹۸ رسیده است، یعنی افزایش در این بخش پنج هزار و ۲۰۰ درصد بوده است.

ظرفیت پهنهای باند شبکه انتقال کشور از یک هزار و ۱۱۶ ترابیت بر ثانیه در سال ۱۳۹۲ به ۲۷ هزار و ۶۰۱ ترابیت بر ثانیه در سال گذشته رسیده است. در زمینه ظرفیت پهنهای باند انتقال کشور هم افزایش ۲ هزار و ۴۰۰ درصدی ثبت شده است.

موقع دولت جدید درباره محدودیت‌های اینترنتی

در دولت جدید اما به نظر می‌رسد روی بحث سیاست‌گذاری در این عرصه چندان تمایلی به پاسخگویی وجود ندارد. وزیر ارتباطات در مورد طرح جنجالی صیانت که آشکارا مورد انتقاد کسب و کارها واقع شده و حتی در آن مسئولیت‌های حوزه وزارت ارتباطات را هم در زمینه اینترنت به شکل چشمگیری کاهش داده، مخالفتی نکرده و حتی تلویحاً از آن حمایت هم کرده است. عیسی زارع پور حتی در مورد احتمال قطع دسترسی به اینستاگرام هم گفت

چین در مسیر پر پیچ و خم برای تبدیل شدن به ابرقدرت اقتصادی؛ در تلاش برای تبدیل شدن به قطب اقتصاد دیجیتال دنیا

در سال گذشته اقتصاد دیجیتال در چین با سرعت زیادی رشد کرده است و ارزش تجارت دیجیتال در این کشور بیش از کشورهای فرانسه و آلمان و بریتانیا بود.

دیجیتال در چین سه برابر شده است و انتظار می‌رود تا سال ۲۰۳۰ هم شاهد رشد چشمگیری در این حوزه باشیم.»

شرکت emarketer که بزرگترین شرکت فعال در زمینه مطالعات بازار است در گزارش اخیر خود به رشد سریع سهم اقتصاد دیجیتال در چین اشاره کرد و نوشت: «حجم تجارت الکترونیک در چین به کل ارزش خرده فروشی در این کشور پهناور آسیایی در سال ۲۰۲۰ برابر با ۴۱ درصد بود و انتظار می‌رود تا سال ۲۰۳۰ به لیش از ۷۰ درصد برسد. این رشد سریع نشان از تغییر بزرگی در ساختار اقتصاد این کشور دارد و می‌تواند تحولات مالی و اقتصادی زیادی را برای کشور به همراه بیاورد.»

نکته دیگری که در این گزارش وجود دارد مقایسه ارزش اقتصاد دیجیتال در کشور چین با دیگر کشورهای صنعتی است. بررسی‌های انجام شده توسط شرکت emarketer نشان می‌دهد در سال قبل ارزش تجارت دیجیتال در کشور چین در سال گذشته بیش از کشورهای فرانسه و آلمان و ژاپن و بریتانیا بوده است و مجموع سهم اقتصاد دیجیتال دو کشور چین و امریکا در نیمه اول امسال برابر با ۴۰ درصد کل اقتصاد دیجیتال دنیا بود.

در پایان باید در نظر داشت اقتصاد چین که بزرگ‌ترین اقتصاد در کشورهای عضو پیمان شانگهای است در سال‌های اخیر با سرعت زیادی رشد کرده است و حتی در جریان بحران کرونا هم با وجود تمامی چالش‌ها، به رشد خود ادامه داد.

انتظار می‌رود در سال جاری اقتصاد این کشور با نرخ بالغ بر ۸ درصد رشد کند ولی بالاترین سهم را در این رشد، اقتصاد دیجیتال و تجارت آنلاین به خود اختصاص می‌دهد. رویترز بر این باور است توسعه سریع اقتصاد دیجیتال در چین و سیاست‌هایی که این کشور اجرا کرده است می‌تواند الگوی خوبی در اختیار کشورهای در حال توسعه دنیا قرار دهد.

منبع: بازار

توسعه اقتصاد دیجیتال در دستور کار تمامی دولت‌ها قرار دارد زیرا سازمان‌های بین‌المللی از رشد سهم اقتصاد دیجیتال در اقتصاد دنیا به عنوان اصلی غیرقابل انکار نام می‌برند و بررسی‌ها نشان داده است باز هم چین در این روند پیش‌گام است.

رویترز در گزارش خود دلیل رشد سریع اقتصاد دیجیتال در چین و تبدیل شدن این کشور به یکی از مهم‌های اصلی در فضای دیجیتال را حمایت دولت عنوان کرد و نوشت: «دولت چین در سال‌های اخیر برای توسعه اقتصاد دیجیتال سرمایه‌گذاری زیادی کرده است و نتیجه این سرمایه‌گذاری‌ها را می‌توان در توسعه فین-تک یا تکنولوژی‌های پیشرفته مالی در کشور دانست که بستر را برای عرضه یوان دیجیتال فراهم کرد و تجارت دیجیتال را هم با سرعت بالاتری امکان‌پذیر کرد.»

توسعه شبکه زیر ساخت‌های ۵G به‌منظور حمایت از توسعه اقتصاد دیجیتال و افزایش دسترسی مردم به آن یکی از مهم‌ترین طرح‌هایی بود که در کشور اجرا شد و باعث شد تا پلت فرم‌های اقتصاد دیجیتال در کشور با سرعت بیشتری رشد کند. این مسئله برای کشوری که در حال تبدیل شدن به قطب مهمی در اقتصاد دنیا است از اهمیت بسیار بالایی برخوردار بود و تغییرات زیادی را هم در زیرساخت‌های اقتصادی کشور ایجاد کرد.

طبق گزارش منتشر شده توسط کنفرانس توسعه و تجارت سازمان ملل در یک سال گذشته نرخ رشد اقتصاد دیجیتال در کشور چین بیش از دیگر کشورها بوده است. هم اکنون یک‌سوم از استارت‌آپ‌های موفق و بزرگ دنیا در چین فعالیت می‌کنند و نرخ رشد شمار استارت‌آپ‌ها در این حوزه بالغ بر ۱۳ درصد در سال است.

با این روند می‌توان انتظار داشت تا سال ۲۰۲۵ میلادی سهم چین در اقتصاد دیجیتال دنیا بیش از سهم امریکا شود که برگ دیگری در قدرت‌گیری اقتصادی این کشور خواهد بود. شین هوان نت در این مورد نوشت: «از سال ۲۰۰۰ تا کنون ارزش اقتصاد

برنامه قطر برای رهبری کشورهای عربی در اقتصاد دیجیتال

دولت قطر فعالیت‌های وسیعی را در زمینه اقتصاد دیجیتال شروع کرده است؛ به طوری که دولت قطر «سنند ملی قطر در ۲۰۳۰» را با تکیه بر توسعه پایدار این کشور در اکتبر ۲۰۰۸ منتشر کرد. دال مرکزی این سنند در حوزه اقتصاد، تبدیل شدن به یک اقتصاد دانش‌بنیان مبتنی بر اقتصاد دیجیتال بود. پس از ۲۰۰۸ قطر سعی کرد تا حوزه‌های اقتصاد دیجیتال به سیاست‌های مشخصی برسد. این کشور همچنین در سال ۲۰۱۲ اقدام به انتشار سنند ملی استراتژی ملی تحقیقات قطر کرد که بخشی از این سنند به توسعه تحقیقات در زمینه علوم کامپیوتر مرتبط بود. بخشی از این سنند مستقیماً با فناوری‌های پردازش زبان عربی مرتبط بود که بعداً در مراکز تحقیقاتی این کشور پیگیری شدند.

و رهبری کشورهای عربی در اقتصاد دیجیتال، برنامه‌ریزی وسیعی انجام داده‌اند که از جمله برنامه‌های راهبری آنان در این راستا می‌توان به ایجاد سیستم قانونی و قضایی جذاب و کارآمد در کسب‌وکارهای مبتنی بر هوش مصنوعی، ایجاد زیرساخت‌های محاسباتی و ابری قادرمند با اعطاف‌پذیری بالا در رده جهانی به منظور رهبری کشورهای عربی در ساخت برنامه‌های کاربردی پردازش زبان عربی مبتنی بر هوش مصنوعی اشاره کرد. همچنین سایر برنامه‌ها و اهداف این کشور به قرار زیر می‌باشد:

- توسعه هوش مصنوعی در پژوهشی دقیق و بیولوژی سیستم‌ها هم‌زمان با افزایش داده‌های پژوهشی و سلامت در قطر
- ارتقای صنایع حمل و نقل و لجستیک هوایی و ریلی با توجه به فرصت‌های موجود در جام جهانی فوتبال ۲۰۲۲
- ارتقای امنیت غذایی و آبی با کمک هوش مصنوعی در پیشبرد کشاورزی دقیق و طبقاتی وغیره
- توسعه هر چه بیشتر صنایع بالغ نفت و گاز در قطر علی‌الخصوص در زمینه پیش‌بینی تعمیرات تجهیزات و کاهش زمان از کارافتادگی تأسیسات

• جذب استعدادهای هوش مصنوعی از سراسر دنیا در بخش‌های آموزش، تحقیقات و کارآفرینی؛

• ایجاد یک اکوسیستم جذاب پرورش استعدادها جهت توسعه و ارتقای استعدادها بومی هوش مصنوعی و جذب استعدادهای بین‌المللی و معرفی دوچه به عنوان یک مرکز جهانی برای جذب استعدادهای هوش مصنوعی؛

• آموزش به رهبران کسب‌وکارها در حوزه مدیریت، همچنین آموزش اجرایی بر اساس ضروریات هوش مصنوعی؛

• الگوی برداری قطر از مقررات حفاظت از داده عمومی اتحادیه اروپا برای محافظت از شهروندان؛ به کارگیری هوش مصنوعی توسط دولت در بخش خدمات عمومی علی‌الخصوص در بخش‌های دولت الکترونیک

منبع: تسنیم

این کشور در سال ۲۰۱۴ سنند ملی استراتژی امنیت سایبری را به منظور پوشش ریسک‌ها و تهدیدهای سایبری علیه شهروندان این کشور منتشر کرد. در همین سال سنند دولت الکترونیک این کشور نیز منتشر شد. در ژانویه ۲۰۱۹، مرکز هوش مصنوعی قطر به عنوان بخشی از مرکز تحقیقات رایانش قطر از زیرمجموعه‌های بنیاد قطر به عنوان متولی آموزش، تحقیقات و فناوری مدرن در این کشور اقدام به انتشار طرح اولیه استراتژی ملی هوش مصنوعی برای قطر نمود.

مأموریت قطر در توسعه اقتصاد دیجیتال

طبق این اسناد، دولت قطر مأموریت دارد با کاربرد فراگیر هوش مصنوعی در تمام ابعاد زندگی، کسب‌وکارها، امنیت اقتصاد، آینده استراتژیک قطر، اقتصاد قطر را از یک اقتصاد مبتنی بر سوخت‌های فسیلی به اقتصادی مبتنی بر دانش دیجیتال تبدیل نماید. همچنین آماده‌سازی جامعه برای پذیرش فناوری هوش مصنوعی مطابق با نیازها و سنت‌های بومی و نیز ایفای نقش قطر به عنوان تولیدکننده برنامه‌های کاربردی هوش مصنوعی در رده جهانی و ایجاد یک محیط تجاری بر اساس هوش مصنوعی و نوآوری از جمله فعالیت‌های دیگر قطر برای توسعه اقتصاد دیجیتال می‌باشد.

ارزش‌های اخلاقی حاکم بر اقتصاد دیجیتال قطر

توسعه اقتصاد دیجیتال در قطر مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی است که از جمله این ارزش‌ها می‌توان به بومی‌سازی نظام اخلاقی و حاکمیت هوش مصنوعی، تطابق با هنگارهای بین‌المللی توسعه نظام اخلاق پاسخگو و متناسب با به کارگیری هوش مصنوعی در مناطق حساس جامعه مانند دادگاه‌ها، بهداشت، سلامت وغیره، محافظت از شهروندان در برابر حملات سایبری، حفظ حریم خصوصی، اشتراک‌گذاری داده‌ها مطابق با فرهنگ و سنت کشور قطر اشاره کرد.

برنامه راهبردی قطری‌ها برای رهبری کشورهای عربی در اقتصاد دیجیتال

قطري‌ها برای دستیابي به رتبه ممتاز در اقتصاد دیجیتال در دنيا

چشم‌انداز امارات در توسعه هوش مصنوعی؟

دولت امارات متحده عربی را می‌توان از کشورهای شاخص در هوش مصنوعی در بین دول عربی دانست؛ در اکتبر ۲۰۱۷ دولت امارات متحده عربی، «استراتژی هوش مصنوعی برای امارات» در افق ۲۰۳۱ و با تمرکز در ۹ حوزه اعلام کرد. این کشور به عنوان اولین کشور در منطقه غرب آسیا و شمال آفریقا از استراتژی هوش مصنوعی خود رونمایی کرد. در همین سال امارات در راستای تغییرات ساختاری خود اقدام به ایجاد وزارت هوش مصنوعی کرده است. از جمله وظایف این وزارتخانه می‌توان به این موارد اشاره کرد: تدوین قانون و چارچوب‌های هوش مصنوعی کرده است. از جمله دولتی و فدرال، افزایش آگاهی و آموزش هوش مصنوعی، مشورت دهی به بخش بازرگانی و صنعتی امارات، هدایت نیروی کار در دوران گذار به هوش مصنوعی و جذب بهترین استعدادهای هوش مصنوعی در امارات از سراسر جهان.

علی‌الخصوص ۳۷ میلیون دلار در بخش مالی این کشور

- تخمین پتانسیل ارزش افزوده هوش مصنوعی تا میزانه ۲۰۳۵ میلیارد یورو تا سال ۲۰۳۵
- کاهش هزینه‌های حمل و نقل تا ۴۴ درصد، انتشار کردن تا ۱۲ درصد و تصادفات تا ۱۲ درصد با خودکار کردن ۲۵ درصد از حمل و نقل تا ۲۰۳۰
- هدف قراردادن ۳۵ درصد افزایش سهم هوش مصنوعی در تولید ناخالص داخلی امارات
- تأمین ۶۰ درصد از هزینه‌های تحقیق و توسعه توسط بخش خصوصی

- ساخت ۲۵ درصد از ساختمان‌های دبی تا سال ۲۰۳۰ با استفاده از فناوری چاپ سه‌بعدی در نقشه فناوری امارات

برنامه‌های راهبردی امارات در تحقیق و توسعه هوش مصنوعی

- اولویت به زمینه‌های تحقیقات بنیادی شامل: یادگیری عمیق، یادگیری تقویتی، بینایی ماشین و پردازش زبان طبیعی
- اولویت دادن به مراقبت‌های بهداشتی به ویژه در زمینه‌های درک ویدئو و تصویربرداری پزشکی، در تحقیقات کاربرد محور
- اقدامات عملیاتی امارات در توسعه هوش مصنوعی
- تأسیس مؤسسه IAI به عنوان موسسه پیشرو جهت فعالیت در زمینه‌های تحقیقاتی پایه و کاربردی در زمینه هوش مصنوعی
- ایجاد شرایط تحقیقات پیشرفته توسط مؤسسه IAI به منظور پاسخگویی به ادعای رهبری جهانی، شامل آزادی در تحقیقات دانشگاهی بدون فشار بورسیه‌ها، دسترسی به داده‌ها، یک مرکز محاسبات پیشرفته، ایجاد انگیزه‌های رقابتی برای محققان
- سرمایه‌گذاری و تلاش برای رشد VOTEK به عنوان یک پلتفرم پردازش زبان عربی در متن و صوت

منبع: تسنیم

همچنین در آوریل ۲۰۱۹ امارات از استراتژی ۱۰ ساله هوش مصنوعی خود با عنوان «استراتژی ملی هوش مصنوعی امارات متحده عربی» با بهبود حوزه‌های تمرکز و باهدف ارتقای بهره روی و تحقق رشد اقتصادی رونمایی کرد. این استاد حوزه‌های کلیدی هوش مصنوعی را این گونه ترسیم کرده‌اند:

حمل و نقل: برای کاهش حوادث و کاهش هزینه‌های عملیاتی
سلامت: برای به حداقل رساندن بیماری‌های مزمم و خطرناک
فضا: برای کمک به انجام آزمایش‌های دقیق، کاهش اشتباهات

پرهزینه

انرژی تجدیدپذیر: برای مدیریت امکانات و منابع موجود
آب: برای انجام تجزیه و تحلیل و مطالعات برای تهیه منابع آب
فناوری: برای افزایش بهره‌وری و کمک به هزینه‌های عمومی
آموزش: برای کاهش هزینه‌ها و افزایش تمایل به یادگیری
محیط‌زیست: برای افزایش میزان جنگل‌ها و فضای سبز
トرافیک: برای کاهش تصادفات، ترافیک و اجرای سیاست‌های مؤثر تر ترافیک

چشم‌انداز امارات در هوش مصنوعی

- فراهم کردن زندگی شادتر و بهتر در یک محیط بهتر با فرستادهای بیشتر و ارتباط بیشتر با جهان برای نسل‌های آینده در راستای برنامه امارات ۲۰۷۱
- ترویج اکو سیستم پیوند دادن شرکت‌ها، دولت‌ها، شرکت‌های نوپا، سرمایه‌گذاران، جوانان و عموم مردم به یکدیگر در جهت شکل دادن آینده‌ای در کنار هم در برنامه ۲۰۷۱

اهداف کمی امارات در هوش مصنوعی

- صرفه‌جویی ۳ میلیارد دلاری در هزینه‌های دولت امارات، ۹۶ میلیارد دلار افزایش در تولید ناخالص داخلی امارات و

آیا بلاکچین، حکومت‌ها را مغلوب خواهد کرد؟

برخی می‌گویند آینده از آن رمزارزهایست و برخی معتقدند این موضوع توهی بیش نیست. اما به رسمیت شناختن بیت‌کوین به عنوان پول یک کشور چه تأثیری در اقتصاد آن کشور می‌تواند داشته باشد؟ آیا جهان ناچار است راه را برای توسعه بلاکچین و رمزارزها باز کند؟

می‌شود. این در حالی است که ما در طول تاریخ شاهد تغییراتی در نوع پول بوده‌ایم. زمانی سکه طلا یا نقره مبنای مبادلات و معاملات بود، بعدها پول کاغذی آمد و به نوعی جایگزین سکه شد. همین‌طور در دوره‌ای طلا و پوند انگلستان مبنای محاسبه ارزش پول کشورها و مبنای مبادلات جهانی بود، بعد از جنگ جهانی دوم هم به دلایلی دلار جایگزین طلا شد.

سهم کریپتو در مارکت مالی جهان

مولوی همچنین درباره تأثیر رمزارزها بر جایگاه دلار می‌گوید: «ما در حال گذار از حاکمیت دلار در اقتصاد جهانی هستیم. در این جایگزینی شاهد ایجاد «ستراحت بنک دیجیتال کارنسی» هستیم که بانک‌ها پول دیجیتال را وارد سیستم خود می‌کنند.»

این کارشناس اقتصادی دلیل ارزش پایین بازار رمزارزها در مقابل بازارهای دیگر مثل بازار سهام و سایر بازارها را این گونه توضیح می‌دهد: «۹۹.۹ درصد ظرفیت بازار در اختیار بازارهایی مثل طلا و سهام ... است که از طریق همین ارزهای فیات قدیمی یا پول دیجیتال بانک‌های مرکزی کار می‌کنند و رمزارزها سهم بسیار اندکی از بازار مالی جهان و سیستم بانکی دارند.»

او درباره جایگاه رمزارزها در اقتصاد جهان می‌گوید: «رمزارزها



السال‌واردor نخستین کشوری در جهان بوده که بیت‌کوین را به عنوان پول رسمی این کشور برای مبادلات، به رسمیت شناخته است. هرچند این رویکرد از سوی بسیاری از فعالان این حوزه مورد انتقاد قرار گرفت اما رئیس جمهوری این کشور چندی پیش اعلام کرد ۴ میلیون دلار از خرید و فروش بیت‌کوین سود کرده‌اند. کشورهایی مانند بربل نیز در حال برنامه‌ریزی برای به رسمیت شناختن رمزارز به عنوان پول رسمی هستند و سوئیس و

برخی دیگر از کشورها نیز قوانینشان را برای مبادلات مالی از طریق ارزهای دیجیتال تسهیل کرده‌اند، اما از سوی دیگر شاهد مقاومت برخی دولت‌های بزرگ مثل چین در برابر این بازار هستیم؛ بازاری که البته هنوز سهم بسیاری کوچکی از بازار مالی جهان را به خود اختصاص داده‌اند.

پیمان مولوی، مدیرکل انجمن اقتصاددانان و کارشناس حوزه رمزارز درباره پذیرش رمزارزها و ظرفیت‌هایی که صنعت بلاکچین می‌تواند برای اقتصاد ایران داشته باشد، می‌گوید: «باید بینیم در ایران می‌خواهیم به کدام سو برویم. دولت باید به جای ایجاد محدودیت، از ظرفیت رمزارزها استفاده کند و به سمت توکنایز کردن دارایی و پروژه‌ها و تأمین مالی از طریق بلاکچین و سرمایه‌گذاری در پروژه‌های خوب حرکت کند. همچنین باید تکلیف پلتفرم‌های ایرانی رمزارز را مشخص کند و حتی دولت از سود مبادلات مالیات دریافت کند.»

او می‌گوید: معتقدم باید با الگوبرداری از کشورهایی که در این بخش موفق بوده‌اند، روش و شفاف در زمینه رمزارزها وارد شویم. در شرایط فعلی نیز برخی کشورهای اروپایی با اقتصاد قوی، تمام مقرراتشان را تغییر داده و برای مبادلات رمزارزی تسهیلات قانونی ایجاد کرده‌اند.

این کارشناس اقتصادی در رابطه با آینده رمزارزها و تأثیرشان بر اقتصاد کشورها این گونه توضیح می‌دهد: «در رابطه با ابعاد تأثیر بیت‌کوین بر اقتصاد، اختلاف نظرهایی وجود دارد؛ یک بخشی به دلیل تعصب روی پول سنتی و مقاومت در مقابل تکنولوژی است و یک بخش نیز به درک نکردن سیستم بلاکچین و رمزارزها مربوط

در داخل ما فکر می کنیم که اگر صیانت کنیم صورت مسئله پاک می شود یا اگر ممنوعیتی اعلام کنیم دیگر مردم دوست ندارند از این فناوری استفاده کنند یا با این اعلام، مزایای این فناوری از بین می رود.»

این کارشناس در مورد آینده این فناوری و نمودهای آن بر این اعتقاد است که با توجه به تغییر و تحول های اکوسیستم رمزارزها معلوم نیست در سال های آینده همین کوین و توکن ها را هم داشته باشیم، اما در این بین، بخشی از این اکوسیستم بیشتر و بخشی کمتر مورد اقبال قرار می گیرد.

او در این باره توضیح می دهد: «مقبولیت این اکوسیستم تابع پارامترهای مختلفی است که یکی از آن ها نحوه برخورد دولت هاست. بعضی از دولت ها زودتر استقبال کرده و برای مدیریت بهتر این پدیده برهمنزنه، رویکرد موافق شدن به جای انکار یا اعمال ممنوعیت را در پیش می گیرند.»

رئیس کمیسیون اقتصاد نوآوری اتاق تهران، در مورد محدودیت ها و ممنوعیت های به وجود آمده در حوزه بلاکچین اینگونه توضیح می دهد: «اگر کشوری محدودیت یا ممنوعیتی در این حوزه در نظر می گیرد، به این معنی نیست که در آینده هم این روند ادامه خواهد داشت. هر کشوری در این بین، با استفاده از گروه های مطالعاتی خود برای روش هایی که بتواند بهترین بهره برداری از این فرصت را داشته باشد، کار می کند. در آینده توکن و کوین هایی که بتوانند بهترین تعادل را بین سیستم سنتی و موج فناوری را برقرار کنند، مرسوم تر و بین مردم بیشتر رواج خواهد داشت.»

منبع: پیوست



مسیرشان را می روند و در آینده سهم بزرگ تری از بازار مالی جهان خواهند داشت. در حال حاضر ارزش بازار رمزارزها ۲ هزار میلیارد تومان است که بسیار ناچیز است و نمی توان به صورت قطع گفت آینده چه میزان از ارزش بازار را به خود اختصاص خواهد داد.»

مولوی با اشاره به اینکه کشورها دو شیوه در مواجهه با بلاکچین در دستور کار قرار داده اند، می گوید: «کشوری مثل آمریکا این صنعت را می پذیرد و قوانینی برای دریافت مالیات و قانونمندتر کردن مبادلات تدوین می کند و کشوری مثل چین در مقابل رمزارزها مقاومت می کند. به هر حال اقتصاد چین اقتصاد بزرگی است، همان طور که اقتصاد آمریکا بزرگ است. معتقدم اتفاق اساسی در تغییر نگاه مالی در حوزه رمزارزها افتاده است و شرکت های بزرگ همچنان در حال ورود به این عرصه هستند.» فرزین فردیس، رئیس کمیسیون اقتصاد نوآوری اتاق تهران، در مورد پذیرش رمزارزها و فناوری بلاکچین در کشورها می گوید: «هیچ حکومتی، فارغ از این که ضعیف باشد یا قوی، در درازمدت نمی تواند با تغییرات تکنولوژی مقابله کند. حکومت ها می توانند با پژوهش های کار رسانه ای پذیرش رمزارزها در جامعه را به تأخیر اندخته یا حتی از نسخه هایی که کمتر با سیاست هایشان در تضاد است، استفاده کنند. اما در هر صورت فناوری بلاکچین، برهمنزنه و تحریب کننده است و کل فضای دچار دگرگونی می کند. مقاومت در مقابل این فناوری تنها موجب تأخیر شده ولی در رخداد این تغییر تفاوتی ایجاد نمی کند.»

او در ادامه می گوید: «از طرفی شیفتگان فناوری هم ممکن است دچار خطا شده و فکر کنند این تغییر با ازبین رفتن ساختار سنتی همراه است که این اتفاق دور از واقعیت به نظر می رسد. احتمالاً در آینده شاهد نقطه تعادلی خواهیم بود که هم ساختار سنتی و هم فناوری های جدید و نمودهای آن از جمله کوین و توکن ها مورد پذیرش و قرار گرفته و استفاده می شوند. محدود و غیرقانونی اعلام کردن رمزارزها از طرف دولت ها تا وقتی ادامه پیدا می کند که حکومت ها با آمادگی بیشتر و برنامه منسجم تر بتوانند با این پدیده کنار آمده و از آن استفاده کنند.»

ممنوعیت هر چیزی یعنی پاک کردن صورت مسئله

فردیس در مورد تفاوت برخورد کشورها با فناوری بلاکچین می گوید: «هوشمندی کشورها با ساختار حکومتی بهتر در این است که وقتی ممنوعیتی را اعلام می کنند، این ممنوعیت برایشان به معنی پاک کردن صورت مسئله نیست، بلکه در کمترین زمان ممکن به دنبال راحل و سیاست درست در قبال این پدیده هستند. اما



ایجاد راهبرد هوش مصنوعی در ناتو

دبیرکل ناتو با اشاره به ایجاد صندوق نوآوری این سازمان برای کمک مالی به توسعه فناوری‌های نوظهور در این ائتلاف، گفت که کشورهای عضو درباره ایجاد اولین راهبرد هوش مصنوعی موافقت کردند.

اوکراین آماده پیوستن به این ائتلاف است. هیچ کشور دیگری حق مداخله یا اظهارنظر در این فرایند را ندارد، زیرا اوکراین یک ملت مستقل با حاکمیت مستقل است و کشورهایی این چنینی حق انتخاب راه خود را دارند.

پیش‌تر و اوایل امروز جمعه «الکساندر گروشکو» معاون وزیر خارجه روسیه اعلام کرد که روابط عادی دیلماتیک با سازمان پیمان آتلانتیک شمالی موسوم به «ناتو» در بحبوحه اقدامات خصمانه این ائتلاف بر ضد روسیه غیرممکن است.

گروشکو در این باره گفت که در حال حاضر دیگر هیچ لحظه مثبتی در روابط روسیه و ناتو وجود ندارد که بتوان از آن صحبت کرد.

وی همچنین به فعالیت فزاینده ناتو در مرزهای روسیه از جمله استقرار یک سازه راهبردی اشاره کرد که به گفته وی «واقعیت‌های نظامی جدیدی ایجاد می‌کند».

پیش‌تر «سرگئی لاوروف» وزیر امور خارجه روسیه نیز در همین زمینه اعلام کرده بود که مدت‌هاست تبادل اطلاعات میان روسیه و مقر ناتو وجود ندارد.

وزیر خارجه روسیه پیش‌تر عملیات تعليق هیئت نمایندگی دائمی این کشور در ناتو و همچنین فعالیت‌های هیئت نمایندگی رابط نظامی ناتو و دفتر اطلاعات ناتو در مسکو را اعلام کرده بود. ناتو از این‌پس در صورت داشتن «هرگونه موضوع فوری» باید به سفیر روسیه در بلژیک مراجعه کند.

منبع: مهر به نقل از اسپوتنیک،

«ینس استولتنبرگ» دبیرکل ناتو اعلام کرد که این سازمان در مورد ایجاد اولین راهبرد هوش مصنوعی در این اتحادیه موافقت کرده است.

استولتنبرگ در این باره در جمع خبرنگاران ادامه داد: متحدان با اولین استراتژی هوش مصنوعی ما موافقت کردند. این مسئله استانداردهایی را برای استفاده مسئولانه از هوش مصنوعی مطابق با قوانین بین‌المللی تعیین می‌کند. همچنین چگونگی تسریع پذیرش هوش مصنوعی را در کاری که انجام می‌دهیم مشخص می‌کند و نحوه محافظت از این فناوری و مقابله با تهدیدات ناشی از استفاده از هوش مصنوعی توسط دشمنان را مورد ملاحظه قرار می‌دهد.

وی همچنین ایجاد یک میلیارد یورو «صندوق نوآوری ناتو» را برای کمک به «مبتكران در سراسر این سازمان که بر روی فناوری‌های نوظهور و مخرب کار می‌کنند» تشریح کرد.

دبیرکل ناتو در همین رابطه گفت: فناوری‌های جدید در حال تغییر جهان و امنیت ما هستند. صندوق نوآوری جدید ناتو تضمین می‌کند که متحدان از دستیابی به آخرین فناوری و قابلیت‌هایی که برای امنیت ما بسیار مهم است ناکام نمانند.

وی همچنین با اشاره به سخنان «ولادیمیر پوتین» رئیس جمهور روسیه که سفر اخیر «لوید آستین» وزیر دفاع آمریکا به کی یف را به عنوان مسئله‌ای که «دروازه‌های اوکراین را به روی ناتو باز می‌کند»، گفت که پوتین نگران آینده کی یف برای پیوستن به بلوک غرب نباشد.

استولتنبرگ در این باره گفت: تا حدی به این دلیل که ناتو یک ائتلاف دفاعی است و تا حدی به این دلیل که به اوکراین و (کشور) متحد ناتو مربوط است که تصمیم بگیرند چه زمانی

شی جین پینگ خواستار ادغام فناوری‌های دیجیتال با اقتصاد واقعی شد

شی جین پینگ در سخنرانی اخیر خود خواستار تقویت و توسعه اقتصاد دیجیتال از طریق ترویج ادغام عمیق فناوری‌های دیجیتال با اقتصاد واقعی و استفاده از آنها برای تغییر صنایع سنتی، ایجاد صنایع و مشاغل جدید شد.

بازار بزرگ داخلی تأکید کرد.

شی گفت که ساخت زیرساخت‌های جدید باید تسريع شود تا یک شریان اطلاعاتی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی ایجاد شود ضمن اینکه برای ارتقاء توسعه یکپارچه اقتصاد دیجیتال و اقتصاد واقعی، چین خواستار دیجیتالی شدن بخش‌های تولید، خدمات و کشاورزی و تغییر صنایع سنتی با فناوری‌های جدید اینترنت شده است.

وی افزود: فناوری‌های دیجیتالی باید نقش مهمی در ارتقاء توسعه اقتصادی ایفا کنند و توسعه صنعت دیجیتال در زمینه‌های کلیدی باید بر مناطق استراتژیک و پیشرفته متتمرکز باشد در حالی که به پیشرفت‌های مهم فناوری و خواسته‌های اصلی توسعه کمک کند.

به گفته این مقام ارشد چینی، یک سیستم نظارتی همه‌جانبه، چندمرحله‌ای و چندبعدی باید برای تنظیم توسعه اقتصاد دیجیتال بهمنظر اطمینان از رقابت عادلانه ایجاد شود در حالی که شیوه‌هایی که منافع عمومی را تضعیف می‌کند و مانع رقابت عادلانه می‌شود، اصلاح خواهد شد.

شی نیازمند تلاش برای تکمیل قوانین و مقررات مربوطه و همچنین سیاست‌ها و سیستم‌ها بهمنظر مدرن‌سازی بیشتر سیستم و ظرفیت چین برای اداره اقتصاد دیجیتال است. وی همچنین معتقد است: در حالی که ادارات باید برای انجام نظارت با یکدیگر هماهنگ شوند، شرکت‌های مسئول پلتفرم‌های اینترنتی نیز باید مکانیزمی برای خود بخش تنظیم‌کننده صنعت ایجاد کنند.

وی اذعان کرد: چین همچنین به طور فعال در زمینه همکاری‌های بین‌المللی در زمینه اقتصاد دیجیتال مشارکت خواهد داشت و در مذاکرات مربوط به موضوعات مرتبط با اقتصاد دیجیتال در سازمان‌های بین‌المللی حضور خواهد داشت تا پیشنهادات خود را ارائه کند.

منبع: بازار

«شی جین پینگ» رئیس جمهور چین که دبیری کل کمیته مرکزی حزب کمونیست این کشور را به عهده دارد، ضمن تاکید بر ارتقاء توسعه سالم اقتصاد دیجیتال، اخیراً اعلام کرد که این موضوع یک انتخاب بالاهمیت استراتژیک بهمنظور استفاده از فرصت‌های جدید از دور جدید انقلاب علمی و صنعتی است.

شی در سخنرانی خود در جلسه مطالعه گروهی دفتر سیاسی کمیته مرکزی حزب کمونیست گفت: اقتصاد دیجیتال در سال‌های اخیر به نیروی اصلی در بازسازی اقتصاد جهانی و تغییر چشم‌انداز رقابتی جهانی تبدیل شده و اینترنت، بیگ دیتا، رایانش ابری و سایر فناوری‌ها به طور فزاینده‌ای در همه بخش‌های توسعه اقتصادی و اجتماعی ادغام شده‌اند.

وی خواستار تقویت و توسعه اقتصاد دیجیتال چین از طریق ترویج ادغام عمیق فناوری‌های دیجیتال با اقتصاد واقعی و استفاده از چنین فناوری‌هایی برای تغییر صنایع سنتی، ایجاد صنایع و انواع جدید کسب‌وکار شد.

رئیس جمهور چین با اشاره به اینکه اقتصاد دیجیتال از هجدۀ‌هایی کنگره ملی کمیسیون نظامی مرکزی حزب کمونیست در سال ۲۰۱۲ به سرعت توسعه یافته و دستاوردهای چشمگیری داشته است، اظهار کرد: از زمان شروع همه‌گیری کووید-۱۹- اقتصاد دیجیتال نقش مهمی در حمایت از تلاش‌های چین برای مبارزه با ویروس و از سرگیری تولید و زندگی داشته است.

«شی جین پینگ» همچنین اعلام کرد: رشد سالم اقتصاد دیجیتالی به چین کمک می‌کند تا الگوی توسعه جدیدی را پیش ببرد، ساختار یک اقتصاد مدرن را ارتقا بخشد و برتری‌های رقابتی جدید کشور را در عصر حاضر تقویت نماید.

وی ضمن اعلام اینکه چین باید از خود مختاری توسعه اقتصاد دیجیتال حمایت کند، بر دستیابی به موفقیت در فناوری‌های اصلی در زمینه‌های کلیدی از طریق نوآوری مستقل و همچنین تلاش برای استفاده خوب از مزایای ملت در زمینه سیستم سوسيالیستی و



توسعه کسب و کارهای اینترنتی، تحقیق شبکه ملی اطلاعات را راحت‌تر می‌کند

■ علیرضا باجلان

در یک دهه گذشته فضای کسب و کار در کشور دچار تغییرات بزرگی شده و اکنون میلیون‌ها نفر از مردم به‌واسطه فعالیت در فضای مجازی امارات معاشر می‌کنند. به اعتقاد کارشناسان کسب و کارهای اینترنتی پایه اقتصاد دیجیتال است و حمایت از آن‌ها موجب توسعه این حوزه اقتصادی می‌شود.

معمولًاً شرکت‌های دانش‌بنیان در سراسر کشور برای توسعه کسب و کار خود از ابزارهای فناوری اطلاعات و فضای مجازی استفاده می‌کنند. به‌ویژه در دو سال اخیر به دلیل شیوع بیماری همه‌گیر کرونا بسیاری از فعالان اقتصادی در حوزه‌های مختلف بخش زیادی از کسب و کار خود را به شبکه‌های اجتماعی و فروشگاه‌های اینترنتی منتقل کرده و محصولات خود را از طریق سرویس‌های آنلاین به مردم ارائه می‌دهند. باتوجه‌به لزوم توسعه روزافزون فناوری اطلاعات در کشور از مسئولان انتظار می‌رود برنامه‌ریزی دقیقی برای حمایت از کسب و کارهای این حوزه کرده و زمینه ارتقای جایگاه صنعت آی‌سی‌تی در منطقه و جهان را فراهم کنند.

البته در سال‌های اخیر به‌واسطه توسعه ابزارهای فناوری فضای نوآوری نیز در کشور گسترش یافته و لی اجرای برخی از طرح‌ها می‌تواند موجب ازبین‌رفتن تمامی زحمت‌های چند سال گذشته شود.

در خصوص طرح‌هایی نظری طرح صیانت از حقوق کاربران فضای مجازی باید بازبینی دقیقی در کلیات آن صورت گیرد و نمایندگان تمامی جزئیات را ضمن مشورت با کارشناسان و متخصصان حوزه فناوری اطلاعات بررسی کنند.

نیاز مستمر کسب و کارهای اینترنتی به ارتباط با شبکه جهانی وب

■ تکمیل شبکه ملی اطلاعات و افزایش ظرفیت تولید تجهیزات بومی چه تأثیری بر صنعت فناوری اطلاعات خواهد گذاشت؟

□ نقی‌پور: کشور نیاز دارد که شبکه ملی اطلاعات قدرتمندی داشته باشد و لی تجربه اجرای چنین طرح‌هایی در دولت‌های گذشته نشان می‌دهد معمولاً این پروژه‌ها پس از مدتی نیمه‌کاره

در همین رابطه با مصطفی نقی‌پور کارشناس حوزه کسب و کارهای نوپا و اقتصاد دیجیتال گفت و گو کردیم. در ادامه مسروچ این گفت و گو را مشاهده می‌کنید:

توسعه زیرساخت‌های دسترسی به اینترنت در سال‌های اخیر کافی نبوده است

■ فعالیت‌های انجام شده برای توسعه دسترسی عمومی به اینترنت در دولت دوازدهم را تا چه میزان موجب افزایش بازدهی صنعت فناوری اطلاعات در کشور می‌دانید؟

□ نقی‌پور: در همه کشورهای جهان دسترسی به اینترنت زیرساخت توسعه اقتصاد دیجیتال است. یعنی بدون توسعه زیرساخت‌های دسترسی به اینترنت هیچ کشوری به اهداف خود در حوزه اقتصاد دیجیتال دست نیافته است. فعالیت‌های که در دولت‌های قبلی در این حوزه انجام شده است به‌هیچ عنوان کافی نبوده و باید تلاش بیشتری برای توسعه زیرساخت‌ها صورت گیرد.

کسب و کار هوشمند

ایران حداقل باید جزو ۱۰ کشور برتر دنیا از لحاظ فناوری باشد و متأسفانه در سال‌های اخیر نتوانسته‌ایم جهش چشمگیری در رتبه جهانی فناوری را تجربه کنیم.

تمام کشورهایی که به هاب منطقه‌ای تبدیل شدند برنامه‌ای ۲۵ ساله داشتند و از زمان شروع برنامه تا تمام آن بهتمامی جزئیات توجه و به آنها عمل کردند.

تعدادی از شرکت‌های بزرگ و معترض بین‌المللی در هرسال شاخص‌های توسعه فناوری اطلاعات را در کشورهای مختلف بررسی می‌کنند و بر اساس ارزیابی‌های استاندار رتبه‌بندی معینی را ارائه می‌کنند. از مهم‌ترین شاخص‌هایی که در این نظام رتبه‌بندی در نظر گرفته می‌شود اقتصاد و توسعه زیرساخت‌ها است.

تحقیق اهداف سند معماری شبکه ملی اطلاعات با توسعه کسب و کارها

■ طبق سند ابلاغی از شورای عالی فضای مجازی ایران تا سال ۱۴۰۴ باید به هاب ارتباطی منطقه تبدیل شود. آیا دستیابی به این هدف صرفاً انتکا به توان داخلی و استفاده از تجهیزات بومی امکان‌پذیر است؟

□ نقی پور: با وجود برخی از طرح‌ها در کشور در آینده نزدیک به هاب ارتباطی منطقه تبدیل نمی‌شویم و ممکن است شرایط بدی را تجربه کنیم. تمام کشورهایی که به هاب منطقه‌ای تبدیل شدند یا برای دستیابی به این هدف تلاش می‌کنند برنامه‌ای ۲۵ ساله دارند و در از زمان شروع برنامه تا تمام آن بهتمامی جزئیات توجه و به آنها عمل می‌کنند. برای تبدیل شدن به هاب منطقه‌ای در غرب آسیا نیاز داریم هم‌زمان با استفاده از ظرفیت‌های داخلی با شرکت‌های بزرگ فناوری ارتباط داشته باشیم تا این شرکت‌ها بخشی از تجهیزات و زیرساخت‌های خود را در ایران مستقر کنند.

نایاب شرایطی در کشور حاکم باشد که به جای جذب سرمایه‌های انسانی جوانان باستعداد به فکر مهاجرت باشند. قطعاً مهندسان جوان ایرانی استعداد تبدیل کردن ایران به هاب ارتباطی منطقه را دارند و باید از توانمندی‌های آنها در مسیر درست استفاده کرد. دیگر مواردی که می‌تواند کمک بزرگی به شرکت‌های فعال در صنعت فناوری اطلاعات کند تسهیل فرایندهای پیچیده اداری است. وقتی کشوری زیرساخت‌های ارتباطی خود را به کشور دیگری انتقال می‌دهد یعنی سرمایه‌گذاری بزرگی انجام داده و قصد همکاری طولانی بلندمدت را دارند. قطعاً توسعه کسب و کارها نیز تأثیر زیادی در دستیابی به هدف تعیین شده در سند معماری شبکه ملی اطلاعات دارد.

منبع: آنا

رها شده و حتی در برخی از موارد موجب ایجاد محدودیت برای کاربران می‌شود. نمی‌توانیم تنها با شعار حمایت از تجهیزات بومی متضرر تحولی بزرگ در صنعت فناوری اطلاعات باشیم. یعنی باید به طور دائم با دنیا ارتباطات داشته و در کنار آن از توانمندی‌های داخلی با استفاده از جدیدترین روش‌های فناورانه بهره ببریم. شبکه اینترنت ملی تنها می‌تواند تسهیل کننده ارتباطات داخلی باشد که هم اکنون مشکلی جدی هم در این زمینه در کشور وجود ندارد. در حال حاضر کسب و کارهای مختلفی در بستر فضای مجازی فعالیت می‌کنند و اکثر کسب و کارهای بزرگ نیز سرونهای اختصاصی خود را در داخل کشور دارند. بدون شک کشور نیاز دارد که برای رشد اقتصادی، نوآوری و صادرات فناوری با دنیا در ارتباط داشته باشند. ایران به ارتباط سازنده با کشورهای همسایه و کشورهای صاحب‌نام در حوزه فناوری نیاز دارد و اگر چنین برنامه‌ای را در پیش نگیریم عملاً به فناوری‌های لبه دانش دست پیدا نمی‌کنیم و دچار عقب‌ماندگی می‌شویم.

در وضعیت اقتصادی کنونی درآمدهای ارزی و دلاری می‌تواند ارزش افزوده بسیار زیادی برای کشور داشته باشد و یکی از اصلی‌ترین زیرساخت‌ها برای کسب درآمد ارزی افزایش پهنانی باند اینترنت است. برای اینکه بتوانیم اقتصاد قدرتمندتری داشته باشیم باید بیش از گذشته به فرصت‌های مزیت‌های صادرات فناوری اطلاعات توجه کنیم. به نظر بنده شبکه ملی اطلاعات اکنون نمی‌تواند تمام نیازهای فناوری اطلاعات را پوشش دهد. در صورتی که اینترنت جهانی را فدای اینترنت داخلی کنیم صدمه جدی به کشور وارد خواهد شد.

لزوم ارتقای جایگاه صنعت فناوری اطلاعات ملی در منطقه و جهان

■ استفاده از ابزارهایی نظیر دیپلماسی فناوری و توسعه ارتباطات بین‌المللی چگونه بر صنعت فناوری اطلاعات تأثیر می‌گذارد و آیا ارتباط با کشورهای صاحب‌نام در حوزه فناوری می‌تواند موجب افزایش بازدهی صنعت آی‌اسی‌تی شود؟

□ نقی پور: اکنون سرعت رشد فناوری در جهان به قدری زیاد است که کشورهای باید در کوتاه‌مدت برای توسعه اقتصاد دیجیتال برنامه‌ریزی کرده و در این مسیر از جدیدترین و پیشرفته‌ترین ابزارهای فناوری اطلاعات استفاده کنند. ایران به ارتباط سازنده با کشورهای همسایه و کشورهای صاحب‌نام در حوزه فناوری نیاز دارد و اگر چنین برنامه‌ای را در پیش نگیریم عملاً به فناوری‌های لبه دانش دست پیدا نمی‌کنیم و دچار عقب‌ماندگی می‌شویم. وضعیت و جایگاهی که از لحاظ فناوری در منطقه و جهان داریم به‌هیچ عنوان زیبنده کشور بزرگ و قدرتمندی همچون ایران نیست.



چین و آسیا در صدر فروش آنلاین شبکه‌های اجتماعی

در سال‌های اخیر روندهای صنعت تکنولوژی آغاز نمی‌شود. مدت‌هاست که آسیا سرچشم‌هش شکل‌گیری جریان‌های تازه در این عرصه است و حالا تجارت الکترونیک در بستر شبکه‌های اجتماعی، جوشش جدید قاره کهن و به سرعت در حال رشد است. تجارت الکترونیک از طریق شبکه‌های اجتماعی در واقع کسب‌وکار فروش کالا به صورت آنلاین از طریق افراد فعال در شبکه‌های اجتماعی است. این شبکه‌ها می‌توانند به صورت مجازی باشند (به عنوان یک اپلیکیشن موبایل) و یا در دنیای واقعی و میان دوستان و آشنايان هم حضور فیزیکی داشته باشند و یا در هر دو حالت فعالیت کنند.

موضوع کلیدی این است که استفاده از این گروه‌ها برای حجم بالای تراکنش‌ها، گاهی در برابر فروشگاه و بیگانه از طریق پلتفرم‌های آنلاین قرار می‌گیرد. این ترفندی است که کارآفرینان آسیایی به طور جدی به آن توجه کرده و به کار می‌بندند.

رونده فروش آنلاین شبکه‌های اجتماعی از چین آغاز شد؛

کشوری که حالا تجارت الکترونیک از طریق شبکه‌های اجتماعی آن بیش از ۱۳ درصد از کل فروش آنلاین را در اختیار دارد، در حالی که این سهم برای ایالات متحده آمریکا تنها ۴ درصد است. علاوه بر این، شکاف فروش از این طریق هم در بین دو کشور عمیق است: بیش از ۳۶۰ میلیارد دلار ارزش ناخالص کالا به طور سالانه در چین در برابر ۳۶ میلیارد دلار در آمریکا. حالا این شکل از تجارت الکترونیک در دیگر بخش‌های آسیا هم رشدی انفجاری دارد؛ رشدی که با دو الگوی تجاری مهم جلو می‌رود. یکی از آنها الگوی خرید گروهی است که تخفیف‌هایی برای خریداران و بازده‌هایی را برای فروشنده‌گان ارائه می‌کند و این اتفاق با جمع کردن خریداران در گنار یکدیگر و ایجاد همان حجم بالای تراکنش‌ها امکان‌پذیر می‌شود.

الگوی دیگر، تجارت الکترونیک زنده است که در آن اینفلوئنسرها می‌توانند به سرعت حجم قابل توجهی از محصولات مد و پوشاک و غیره را به دنبال کنندگانشان در شبکه‌های اجتماعی بفروشند. هیچ‌کدام از این مفاهیم کاملاً جدید نیستند، اما حالا کسب‌وکارهای آسیایی با استفاده از این الگوها درآمد و سود

چشمگیری کسب می‌کنند.

این روند به شکلی پیش می‌رود که احتمالاً به‌زودی شاهد گسترش و نفوذ آن به غرب هم خواهیم بود. با این اوصاف بهتر است به روش کار این دو الگوی تجارتی نگاهی نزدیک‌تر بیندازیم.

خرید گروهی

شرکت **Pinduoduo** که در سال ۲۰۱۵ در چین تأسیس شد، پیش‌گام الگوی خرید گروهی مدرن است. این شرکت حالا ارزش بازار ۱۳۰ میلیارد دلاری دارد که بیشتر از ارزش بازار غول خرده‌فروشی آمریکایی یعنی **Target** است.

این استارت آپ کارش را با هدف قراردادن بازارهای مصرفی رده پایین در شهرهای چین آغاز کرد؛ بازارهایی که در آنها کاربران موبایل چندان خرید آنلاین را تجربه نکرده بودند. **Pinduoduo** این کاربران را با تامین‌کنندگان نه چندان پرفروش و به عبارت دیگر کشاورزانی مرتبط کرد که گوشت‌ها و محصولات تازه‌شان به صورت عادی و در فروش مستقیم آنلاین به مصرف‌کنندگان، آنقدرها فروش نمی‌رفت. بسته‌بندی و ارسال سفارش‌های شخصی کوچک از چین محصولاتی هزینه‌بر خواهد بود، مخصوصاً برای

کسب و کار هوشمند

شامل جمع آوری سوابق پرداخت‌ها به صورت نقدی هم هست که می‌تواند اقدام حساسی باشد؛ آن‌هم برای ایجاد بازار در مناطقی که بسیاری از افراد هیچ حساب بانکی یا حساب آنلاین ندارند. بعد تمام سفارش برای توزیع به دست این نمایندگان می‌رسد. در مقابل نمایندگان کارمزد و تخفیف‌های اضافه برای خرید خودشان دریافت می‌کنند.

مردم می‌گویند که از وجه اجتماعی این خریدها و آشنایی با گروه‌های نزدیک و همسایه لذت می‌برند. آنها معتقدند که این گروه‌ها همچنین به تعویت حس اعتماد در فرایند خرید آنلاین هم کمک می‌کنند.

این الگوی خرید با وجود تمام مشکلات و چالش‌های احتمالی، مزایایی دارد که می‌تواند حتی در بازارهای بزرگتر و در سطح یک کشور (مثلًاً کشوری مانند ویتنام با جمعیت ۹۸ میلیون نفری و حتی اندونزی با جمعیت ۲۷۰ میلیون نفری) هم مفید و تأثیرگذار باشد.

تجارت الکترونیک زنده

تجارت الکترونیک از طریق ارتباط لایو یا زنده اگرچه شیوه‌نمفهوم کانال‌های خرید تلویزیونی است، اما ویژگی‌ها و مزایای خاصی دارد. در چین و اخیراً در کره جنوبی - یک بستر نوظهور - اکوسیستمی از شرکت‌های بزرگ ایجاد شده است که با کمک مجموعه‌ای از برنامه‌های پخش استودیویی، پوشک، لوازم آرایش و محصولات دیگر خودشان را به فروش می‌رسانند. مجری‌ها از میان افراد جوانی انتخاب می‌شوند که رؤیای تبدیل شدن به یک اینفلوئنسر برجسته را در سر دارند. آنها می‌توانند استعداد و جاذبه خودشان را برای فروش به گروه بزرگی از جوامع مجازی و دنبال‌کنندگان به کار بگیرند و در نهایت به شهرت هم برسند. «ویا» ستاره چینی که در یک رقابت خوانندگی برنده شد و به سرپرستی یک گروه موسیقی رسید، اما بعد از آن به ریشه‌های خانوادگی خودش در خردفروشی بازگشت. برنامه‌های پخش زنده او به عنوان «کمی برنامه رنگارنگ، کمی تبلیغاتی و کمی گپ گروهی» شناخته می‌شود.

در ماه نوامبر گذشته و در برنامه تبلیغاتی روز مجردها که توسط شرکت علی‌بابا برگزار شده بود، فروش این شرکت تنها از طریق دو اینفلوئنسر به بیش از ۱۰۰ میلیون دلار رسید. «زانگ دایی» یک طراح مد چینی، می‌گوید که موضوع مهم در تجارت الکترونیک زنده، اصالت و واقعیتی است که یک مجری می‌تواند به مخاطبان منتقل کند.

او در مصاحبه‌ای گفته است: «دوست دارید برنامه‌های تبلیغاتی

ارسال و تحویل به هر خانوار، پلتفرم خرید گروهی Pinduoduo مزایایی را برای هر دو طرف معامله ایجاد کرد. این استارت‌آپ به مشتریان حسابگر امکان دسترسی به محصولاتی با قیمت‌های پایین‌تر از بازارهای خردفروشی محصولات غذایی را می‌داد.

این کار با تجمیع خریداران در سفارش‌های بزرگی انجام می‌شد که به صرفه بودند و کشاورزان می‌توانستند آنها را به نقاط توزیع محلی ارسال کنند. از طرفی انتخاب مواد غذایی تازه توسط Pinduoduo به عنوان محصول اصلی، پلتفرم جذابی با مشتریان پر و پا قرص را ایجاد کرد. به این ترتیب مردم بیشتر از روال معمول مبیوه، سبزیجات و گوشت تازه می‌خریدند.

امروز وقتی به صفحه اصلی Pinduoduo سر می‌زنیم، در کنار مواد غذایی، محصولات خانگی و طیف گسترده‌ای از محصولات مصرفی را هم می‌بینیم. محصولات در دو قیمت عرضه می‌شوند؛ یک قیمت برای حالتی که خریدار به تنها ی خرید می‌کند و یک قیمت ارزان‌تر برای حالت خرید گروهی.

می‌توانید یک گروه خرید دوستانه یا خانوادگی درست کنید یا در میان گروه‌های موجود عضو شده و سفارش‌های مشابه خودتان را پیدا کنید. در همین حال Pinduoduo اطلاعات کاربران را استخراج کرده و در اختیار تأمین‌کنندگان و فروشنده‌گان قرار می‌دهد. تا به این ترتیب امکان عملکرد سریع تر و فروش بهتر را به آنها بدهد. در آمد سالانه Pinduoduo از سال ۲۰۱۵ رشد کرده و با رسیدن به رقم سالانه بیش از ۹ میلیارد دلاری، ارزش ناخالص محصولات این شرکت به بیش از ۲۵۵ میلیارد دلار در سال رسیده است. این استارت‌آپ در چین رقبای قدیمی‌تر و پلتفرم‌های مشابه Groupon مانند شرکت Meituan را پشت سر گذاشته و فضای رقابتی را به خارج از مرزهای چین هم رسانده است. حالا استارت‌آپ‌های خرید گروهی زیادی در ۱۰ کشور منطقه جنوب شرق آسیا شکل گرفته و ظهرور کرده‌اند.

بسیاری از بازیگران تازه‌وارد این عرصه، نمایندگان محلی یا فعالان شبکه‌های اجتماعی را استخdam می‌کنند تا بتوانند فرایند این خریدها را تا انتهای مدیریت کنند.

چنین شخصی اغلب یک زن خانه‌دار یا کسی است که به دنبال شغل دوم و درآمد بیشتر بوده و توانایی انجام این کار را داشته باشد. به عنوان مثال شکرت ویتمامی Shoppa به‌وضوح زنان را به عنوان نماینده هدف قرار داده و از آنها دعوت کرده است تا یک «خانم شوپا» (نماینده شرکت Shoppa) بشوند. نمایندگان نسخه خاصی از اپلیکیشن شرکت را دریافت می‌کنند. مسئولیت نمایندگان علاوه بر مدیریت یک گروه محلی و انتخاب معاملات مناسب، احتمالاً

در آسیا با استفاده گسترده از اپلیکیشن‌های شبکه‌های اجتماعی روی گوشی‌های موبایل پیوند خورده است. WeChat حالا بیش از ۱/۲ میلیارد نفر کاربر فعال ماهانه در سراسر جهان دارد که اکثر آنها در چین هستند. میلیون‌ها چینی دیگر اپلیکیشن مبتنی بر ویدئوی Douyin را روی گوشی‌های خودشان دارند. در حالی که واتساپ در کشورهای جنوب شرق آسیا بسیار محبوب است، اما دو پیام‌رسان Naver و Kakao در کره‌جنوبی برای کسب حاکمیت بازار این کشور با یکدیگر رقابت می‌کنند. این اپلیکیشن‌ها زیرساختی برای حضور بازیگران بزرگ تجارت الکترونیک از قبیل علی‌باپا، شرکت سنگاپوری Shopee و شرکت Coupang در کره‌جنوبی را فراهم می‌آورند تا بتوانند با گسترش اقداماتشان، مقدمه شکل‌گیری استارت‌آپ‌های خرید از طریق برنامه‌های زنده یا خرید گروهی را ایجاد کنند.

خرید الکترونیک بر بستر شبکه‌های اجتماعی هنوز در مراحل اولیه قرار دارد، اما همین حالا هم تصویر این جریان در آسیا کاملاً شفاف و روان است. این در حالی است که اشکال متعدد و ترکیبی از این الگوهای جدید در تجارت الکترونیک در حال شکل گرفتن هستند؛ مدل‌هایی که ممکن است هر دو الگوی خرید را به کاربرانشان ارائه بدهند. در نهایت نمی‌توان از تأثیر چشمگیر بروز همه‌گیری بیماری کووید-۱۹ بر افزایش اقبال این الگوهای جدید، چشم پوشید.

منبع: دنیای اقتصاد از FastCompany

را تماشا کنید؟ مردم اعتقادی به این برنامه‌ها ندارند، چون تنها تبلیغ یک کالا یا خدمت است، درحالی‌که در برنامه‌های زنده آنها می‌توانند شمارا را بشناسند و اگر از شما خوششان بیاید و عملکردتان را تحسین کنند، دلشان می‌خواهد که سبک زندگی تان را دنبال کنند.»

اثر جهشی

در آمریکا هنوز نه الگوی تجارت الکترونیک زنده و نه خرید گروهی به اندازه آسیا رواج و تنوع ندارد. یکی از دلایل آن احتمالاً این است که ساختار بازارها در آمریکا و قبل از ورود اینترنت هم به شدت توسعه یافته بود، به همین خاطر روش‌های قدیمی به سادگی با رسانه‌های جدید هماهنگ می‌شوند؛ همان‌طور که تبلیغات تلویزیونی و چاپی به تبلیغات مدرن پیوند خوردن و ایمیل‌های تبلیغاتی مستقیم به سرعت افزایش پیدا کردند. در مقابل اما بسیاری از کشورهای آسیایی جهش دوباره‌ای را در این زمینه تجربه کردند.

اقتصاد این کشورها به سرعت در سطوح پایین - با بازارهای کوچک و تنوع کالایی کمتر - رشد کرد، درحالی‌که هم‌زمان مردم هم از دنیای آفلاین به گوشی‌های موبایل و استفاده از اینترنت هجوم برداشتند. نتیجه چنین جهشی، ایجاد زمینه‌ای گسترده برای خلق بازارهای تازه و الگوهای تجاری جدید بود.

علاوه بر این‌ها، تجارت الکترونیک بر بستر شبکه‌های اجتماعی



آخرین مقالات و گزارش‌ها

اقتصاد دیجیتال

فناوری مالی (فین‌تک)

اورز دیجیتال

بلنک دیجیتال

و...

کسب و کار دیجیتال

فروش آنلاین

دیجیتال مارکتینگ

روشهای دیجیتال

و...

اقتصاد دیجیتال

www.DigitEco.ir

پایه‌های خبری و اطلاعیه رسانی

elececo

اقتصاد الکترونیکی
www.elececo.ir

ما را در شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید



elececo



elececoir



elececo.ir



elececoir

اقتصاد دیجیتال

۲۸

مهر ماه سال ۱۴۰۰ - شماره ۱۲۶ (دوره جدید ۱۳)

بارگذاری روزانه بیش از ۳۰ میلیون محتوا در فضای دیجیتال

دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان با بیان این‌که اقتصاد محتوا نیازمند محتوای کاربردی و قدرتمند است، از بارگذاری روزانه بیش از ۳۰ میلیون محتوا در فضای دیجیتال خبر داد و یادآور شد؛ راهاندازی خانه‌های خلاق و نوآوری استفاده از ظرفیت‌های استانی حوزه صنایع فرهنگی را شتاب داده است.

تمدن هیچ نزدیکی و قربانی با ما ندارد، اما تولید محتوا برای ما انجام می‌دهد. کرمی در ادامه گفت: چرا این توانمندی را به دست جوانان و کسب و کارهای حوزه تولید محتوا در داخل کشور نسپاریم. استودیوهای خوبی با حضور نیروی انسانی خلاق و کارآمد حتماً در شکل اینفلوئنسر در کشور فعال هستند که می‌توانند به یک هاب منطقه‌ای تبدیل شوند. البته راهاندازی خانه‌های خلاق و نوآوری در شهرهای مختلف کشور و در حوزه‌های گوناگون می‌تواند بستر این کارها باشد، از جمله اقتصاد محتوا و اینیمیشن. در حوزه اینیمیشن نیز نویده‌هندۀ خبرهایی خوش از این حوزه هستیم. همچنین در استان‌هایی مانند تهران، همدان، آذربایجان شرقی و غربی، کردستان و سیستان و بلوچستان حرکت‌های خوبی آغاز شده است و شروع خوبی داشتند.

دبیر ستاد فناوری‌های نرم و توسعه صنایع خلاق معاونت علمی با اشاره به اینکه نیروی انسانی خلاق و نوآور و مزیت‌ها و داشته‌های فرهنگی و تمدنی اساس اقتصاد خلاق را تشکیل می‌دهد، افزود: ایران ۷ هزار سال تمدن دارد، پس ظرفیت‌های بالایی در این حوزه داریم. مثال‌های متعددی در این زمینه وجود دارد. ما می‌توانیم از جاذبه‌های گردشگری و جغرافیایی و آثار میراثی و تمدنی کشور برای تولید محتوا استفاده کیم و با پذیرش توریست اقدام به درآمدزایی کنیم. همچنین با ارائه آثار موزه‌ای و میراثی در حوزه تولید محتوا و موزه‌های مجازی می‌توان اقدامات گسترده‌ای انجام داد. اما شکل کار را باید تغییر دهیم.

به گفته کرمی، در حال حاضر استارت‌آپ‌های خوبی با بهره‌گیری از فناوری‌هایی چون واقعیت مجازی و واقعیت افروزه در این حوزه‌ها مشغول فعالیت هستند. پس با بهره‌گیری از خلاقیت، نوآوری و فناوری روز می‌توان اثربخش بود و علاوه بر اشتغال‌زایی برای کشور ثروت خلقت کرد. به نقل از معاونت علمی ریاست‌جمهوری، در این رویداد، آموخته شد که نیروهای خلاق و جوان در حوزه تولید محتوا و مدیریت شبکه‌های اجتماعی دنبال شد. کمپ از سه بخش آموزش، سنجش و جاذب به بازار تشکیل شد. آشنایی با فناوری‌های نوظهور، شناخت شبکه‌های اجتماعی، آشنایی با انواع محتوا شبکه‌های اجتماعی، تولید محتوای متنی، برندینگ در شبکه‌های اجتماعی، نحوه کسب درآمد از شبکه‌های اجتماعی و استراتژی بازاریابی محتوا برخی از آموزش‌هایی بود که به شرکت‌کنندگان در این رویداد داده شد و گامی برای توامندسازی نیروی انسانی خلاق در حوزه تولید محتوا برداشته شد.

منبع: ایسنا

پرویز کرمی، دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری در کلیپ ارسالی خود به مراسم پایانی بوت کمپ تولید محتوا و مدیریت شبکه‌های اجتماعی که در خانه خلاق و نوآوری اروندک برگزار شد، با اشاره به تأثیرات تولید محتوا در رسانه‌های دیجیتال و صنایع خلاق، گفت: در راهاندازی هر کسب و کاری ممکن است شکست بخوریم که ایرانی ندارد و هر شکستی مقدمه و پلی برای پیروزی است. شکست منجر به کسب تجربه و مهارت می‌شود و می‌آموزیم و یاد می‌گیریم. اما همواره باید به یاد داشته باشیم که داشتن هدف در زندگی و کار مهم است.

کرمی ادامه داد: تولید محتوا حوزه‌ای مهم و تأثیرگذار است و از آن به عنوان اقتصاد محتوا نیز یاد می‌شود. در شبکه‌های اجتماعی نیز کسی قادر تمند است که محتوا کاربردی و قدرتمند تولید کند و برنده سازمانی خود را ارتقا دهد. تأثیر محتوا در برنامه‌سازی برای اشخاص حقوقی و حقوقی بسیار بالا است. محتوا باید دارای استراتژی باشد.

مشاور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری همچنین بیان کرد: هر محصول یا خدمتی قابلیت کپی‌برداری یا اصطلاحاً مهندسی معکوس دارد، اما در تولید محتوا این موضوع متفاوت است و این تفاوت در تأثیر محتواست. آمارها می‌گوید روزانه بیش از ۳۰ میلیون محتوا در فضای دیجیتال بارگذاری می‌شود که خیلی از موارد می‌تواند به عنوان سرنخ برای م عمل کند. آنها می‌توانند سرنخ‌هایی باشند برای جلب و جذب مشتری، معرفی کسب و کارها و موارد دیگر. همچنین اپلیکیشن‌ها، وب‌سایت‌ها و شبکه‌ها محلی برای عرضه محتوا هستند.

دبیر ستاد فناوری‌های نرم و توسعه صنایع خلاق معاونت علمی و فناوری در رابطه‌ها سواد رسانه‌ای تاکید کرد: این دوره با سرفصل‌هایی که برگزار شده یک فرد را با تمام ویژگی‌های بازار محتوا آشنا می‌کند که این بازار هم در درون کشور و کشورهای حاشیه خلیج فارس بازار بسیار خوبی دارد. اقتصاد خلاق با گردش مالی بیش از ۲ هزار و ۷۰۰ میلیارد دلار بازار خوبی را ایجاد کرده است و تولید محتوا نیز یکی از بخش‌های این بازار است.

وی همچنین بیان کرد: در کشور ژاپن و تنها در شهر توکیو ۲۶۰۰ استودیوی تولید اینیمیشن وجود دارد. این میزان از تولیدات همه برای کشور ژاپن نیست؛ بلکه قطعاً صادرات هم وجود دارد و بیشتر محصولات به سایر کشورها می‌رود. به عنوان مثال در ایران یا کشورهای حاشیه خلیج فارس نگاه کیم این محصولات را می‌بینیم. آن هم از نظر فرهنگی و

افشاگری‌هایی فیسبوک؛ آیا قوانین دیجیتالی جدید وضع خواهد شد؟

افشاگری یکی از مدیران سابق فیسبوک این غول شبکه‌های اجتماعی را با چالش‌های جدی مواجه کرده است. «فرانسیس هوگن» مدیر سابق تیم مبارزه با اخبار جعلی در فیسبوک، چند هفته پیش در مصاحبه‌ای این شرکت را متهم کرد که سودآوری را به کنترل محتوای نفت پراکن و اخبار جعلی ترجیح داده است.

ریاست جمهوری آمریکا در سال ۲۰۲۰ و همه‌گیری کووید-۱۹، ابهامات درباره چگونگی طبقه‌بندی محتوا از حساس یا گمراه‌کننده تا تحریک‌آمیز و خطرناک، افزایش پیدا کردند. حالا خوشحالیم که شما را به عنوان همکار میهمان مرکز تکنولوژی و نوآوری بروکینگز و رئیس سابق کمیسیون ارتباطات فدرال در دوره ریاست جمهوری اوباما، در اینجا داریم. این روزها علاوه بر افشاگری فرانسیس هوگن، گزارش‌های یک افشاگر دوم درباره دست‌کاری و سوءاستفاده بعضی مدیران خارجی در پلتفرم فیسبوک هم منتشر شده است.

این گزارش‌های محرمانه، یک فهرست داخلی از موضوعات، افراد و سازمان‌های منعو یا به شدت محدود را متشر کرده است که فیسبوک از آن استفاده می‌کند، بنابراین فیسبوک روزهای خوبی را در پیش نخواهد داشت. اهمیت این موضوع حتی از قطعی گسترده سرویس‌های فیسبوک در دو هفته پیش هم داغتر است.

می‌دانید فکر می‌کنم سنای آمریکا از مقوله جدیدی آگاه شد و توضیحات مربوط به آن را شنید. این مقوله جدید، صحبت درباره تأثیر اقدامات تجاری فیسبوک بر کاربران و بهویشه روی کودکان بود. وقتی صحبت درباره کودکان است، توجه همه جلب می‌شود و توجهی به جانبداری‌های متعصبانه نمی‌شود. وقتی درباره کودکان صحبت می‌شود، همه تمایل دارند مسائل را با شیوه‌ای مشابه یکدیگر بینند. با این حال مقوله‌ای که فرانسیس هوگن از آن صحبت کرد، مربوط به الگوی تجاری فیسبوک بود و اینکه تمام این اقدامات آسیب‌زا به خاطر نوعی الگوی تجاری اتفاق افتاده‌اند که الزامات مالی را به مسئولیت ترجیح می‌دهد؛ الگویی که طراحی شده است تا کاربران بیشتری را برای مدتی طولانی تر جذب این پلتفرم کند تا فیسبوک بتواند تاحدام‌کان تبلیغات بیشتری برای این کاربران نمایش بدهد و در نتیجه درآمد بیشتری کسب کند.

هوگن خیلی صریح و روشن در اظهاراتش اعلام کرد که اولویت این الگوی تجاری، درآمدزایی است و نه عواقبی که در نتیجه آن ممکن

این موضوع حساسیت مقامات قضایی را بالا برد تا جایی که در اوایل هفته جاری دادستان‌های کل چهارده ایالت آمریکا به مارک زاکربرگ نامه‌ای ارسال کرده و از او پرسیدند که آیا حساب‌های کاربری منتشر‌کننده اخبار جعلی مربوط به واکسن‌های کووید-۱۹ از اجرای قوانین این پلتفرم مستثنی بوده‌اند یا خیر.

دلیل نگرانی این دادستان‌ها آن است که فیسبوک فهرستی از اعضاء را در اختیار دارد که اجازه نقض قوانین این پلتفرم را داشته و برخورد با آنها به شیوه خاصی صورت می‌گیرد. شیوه مبارزه شبکه‌های اجتماعی با اخبار جعلی در یک سال اخیر و با تداوم همه‌گیری ویروس کرونا و بیماری کووید-۱۹، به یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های قانون‌گذاران و نهادهای نظارتی تبدیل شده است.

با این اوصاف است که بسیاری پیش‌بینی می‌کنند این موضوع به وضع قوانین نظارتی جدید در حوزه دیجیتال منجر شود. افشاگری هوگن در واقع جرقه‌ای شد که ممکن است چشم اعضای کنگره آمریکا را به فعالیت‌های پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی در این زمینه باز کند.

این در حالی است که به عقیده «تم ویلر» رئیس سابق کمیسیون ارتباطات فدرال، چنین افشاگری‌هایی در اکوسیستم گستردۀ دیجیتال، تنها شیوه سوزن در انبار کاه هستند. او به عدم نظارت دولت در این زمینه اشاره می‌کند و معتقد است که دولت پلتفرم‌های دیجیتال را به حال خودشان رها کرده تا قوانین خودشان را ادبی کنند و به راحتی در برابر کمیسیون تجارت فدرال، وزارت دادگستری و دیگر نهادهای نظارتی هم بایستند. به همین بهانه یکی از اعضای اندیشکده معتبر بروکینگز با «تم ویلر» مصاحبه‌ای انجام داده و فرضیه شکل‌گیری قوانین و مقررات جدید در این حوزه را مورد بررسی قرار داده است.

هفتۀ گذشته سنای آمریکا، افشاگری‌های فرانسیس هوگن مدیر سابق فیسبوک درباره تأثیر خطرناک این پلتفرم روی کاربران کودک و نوجوان را شنید. در سال‌های اخیر و بهویشه از زمان انتخابات

کسب و کار هوشمند

گفتید که این پلتفرم‌ها به طور کلی رها شده‌اند تا قوانین خودشان را وضع کنند، سیاست‌های خودشان را اجرا کنند و استانداردهای خودشان را ایجاد کنند. آیا کارگروه نظارتی سریع‌الانتقالی برای چنین قوانین خودسرانه‌ای مانند هیئت نظارت فیس‌بوک، وجود دارد؟ چنین کارگروه‌هایی می‌توانند مؤثر باشند یا قرار است همیشه به خاطر وابستگی به شرکت مادر خود، مورد شک و سوء‌ظن قرار بگیرند؟ نمی‌خواهم تلاش‌های درستی را که در این زمینه انجام شده، بی‌اثر کنم، اما واضح نیست که کارگروه‌هایی مانند هیئت نظارت فیس‌بوک تا حد یک حفاظت در برابر تفکر عمومی جامعه فراتر رفته‌اند. به نظر می‌رسد که این استراتژی در فیس‌بوک یا شرکت‌های دیگر تنها نوعی ظاهرسازی باشد و واقعاً نتواند جلوی لعل آنها برای کسب درآمد از این الگوی تجاری و هرآنچه را که کاربر ممکن است با آن مواجه شود، بگیرد.

هوگن قرار است در اواخر ماه جاری میلادی در پارلمان بریتانیا هم اظهاراتش درباره فیس‌بوک رامطرح کند. فکر می‌کنید همکاری‌های بین‌المللی در برابر چنین موقعیت‌هایی چه نقشی می‌توانند داشته باشند؟ آیا این همکاری‌ها لازم هستند؟ آیا چنین مکانیزم‌ها و مذاکراتی در حال حاضر در جریان‌اند؟

این موضوع بزرگ و مهمی است. اینترنت مجموعه‌ای از شبکه‌های داخلی مرتبط با هم است که در کی از مرزهای جغرافیایی ندارد، بنابراین واقعیت این است که قوانین موجود در یک کشور روی قوانین حاکم بر کشورهای دیگر هم مؤثر است. این یکی از مشکلات واقعی است که فکر می‌کنم به سرعت در حال ظهور پررنگ‌تر شدن است.

نتایج ناشی از شکست دولت ایالات متحده آمریکا در مواجهه با چنین مسائلی و روند نظارت آن بر این پلتفرم‌ها، می‌تواند آنچه در اتحادیه اروپا و انگلستان اتفاق می‌افتد را تحت تأثیر قرار بدهد و این به خاطر ماهیت شبکه‌ای و مرتبط اینترنت است. به عنوان مثال ما سال‌های است که درباره قوانین محافظت از حریم خصوصی در اینترنت صحبت می‌کنیم، اما شرکت‌ها به راحتی می‌توانند با هر قانون درستی از سوءاستفاده از حریم خصوصی کاربرانشان منع شوند. اتحادیه اروپا در این مورد به قانون محافظت از اطلاعات عمومی یا GDPR رسید.

بعد از آن بود که کالیفرنیا اعلام کرد دیگر نمی‌تواند منتظر کنگره بماند و قانون حفاظت از حریم خصوصی خودش را وضع کرد. این تأثیر اقدامی است که اتحادیه اروپا برای وضع قانون GDPR انجام داد.

منبع: دنیای اقتصاد

است به وجود بباید. فکر می‌کنم این افشاگری‌ها بتوانند چشم‌ان عامة مردم و افراد زیادی در کنگره را باز کنند.

حالا چند سالی هست که فیس‌بوک و توییتر فعالیت می‌کنند، اما ارتباطات دیجیتال نسبت به بازار و صنعت تکنولوژی، با سرعت چندان زیادی تغییر نکرده است. از طرف معروف است که سیاستگذاری‌های فدرال به کنندی شکل می‌گیرند و تأثیرگذار می‌شوند و این تا حدودی به خاطر فرایندها و مخصوصاً ناگاهی گروه زیادی از قانون‌گذاران درباره این مسائل است، بنابراین کمی درباره نوع واکنشی که دوست داشتید نسبت به این موضوع ببینید، بگویید. سیاست نظارتی مؤثر فدرال در ارتباط با چنین مواردی که مربوط به الگوی تجاری و محتوا باشد، چیست و چنین مواردی چطور ایجاد می‌شوند؟

چالش این است که چطور نظارت دولت می‌تواند به چابکی سرعت تولید محصولات تکنولوژی برسد و اینکه ما تا حالا در مواجهه با چنین مسائلی کجا ایستاده بودیم، به خاطر عدم نظارت درست دولتی است که باعث شده به شرکت‌ها این اجازه را بدheim که قوانین خودشان را وضع کنند و در اصل خودشان دولت را فریب بدهند و بدون هیچ نگرانی از عواقب اقداماتشان، جلو بروند.

این اقدامات شرکت‌ها چه تأثیراتی دارند؟ آنچه ما نیاز داریم، نظارتی است که سرعت عمل آن بهاندازه تکنولوژی دیجیتالی باشد که توانایی توسعه محصولات جدید را دارد. بگذارید مثالی بزنم؛ همه شرکت‌های دیجیتال استانداردها را رعایت می‌کنند؛ استانداردهایی که تغییر و پیشرفت می‌کنند و این شرکت‌ها می‌گویند این شیوه عملکرد تکنولوژی بسیار حساس و مهم است. مابا پیشرفت گوشی‌های موبایل همراه می‌شویم؛ برای مثال از 1G به 2G و 3G و 4G و 5G رفته‌ایم و حالا در مسیر توسعه 6G به عنوان یک استاندارد فنی هستیم که تغییراتی در قابلیت‌های تکنولوژیکی در دسترس ما ایجاد خواهد کرد. با این‌همه اما در هیچ جای مسیر توسعه این استانداردها، عوابت و نتایج این قابلیت فنی که در حال استانداردسازی آن هستیم، مورد بررسی قرار نمی‌گیرند، بنابراین آنچه باید انجام بدیم، پرسیدن این سؤال از خودمان است که چطور قوانین و مقررات ما با همان سرعت تکنولوژی پیش می‌روند و تأثیرات استانداردسازی روی عوابت رفتارها است تا روی تکنولوژی‌ها.

پیشنهادی که من و چند نفر دیگر مطرح کرده‌ایم آن است که ما به فرایندی نیاز داریم که استانداردسازی در تکنولوژی را در فرایندهایی از طریق فرایندهایی با چند ذی نفع انجام دهد، اما دولت‌ها را در موضوعی قرار بدهد که موظف به ایجاد استانداردهای رفتاری لازم باشند. این فرایندها می‌توانند عملی شوند، در طول زمان انعطاف‌پذیر باشند و بعد آن استانداردهای لازم را اعمال کنیم.



شبکه‌های اجتماعی چطور مارا فریب می‌دهند؟

فرانسیس هاوگن از کارمندان سابق فیسبوک، در مهرماه سال جاری، در مجلس سنای آمریکا شهادت داد که شبکه‌های اجتماعی این شرکت «به کودکان آسیب می‌رسانند، تفرقه ایجاد کرده و دموکراسی را تضعیف می‌کنند». هاوگن منبع اصلی افساگری وال استریت ژورنال در مورد این شرکت بود. او گوگریتم‌های فیسبوک را خطرناک خواند و گفت مدیران فیسبوک از این خطرات آگاه هستند اما منافع خود را بر مصالح عمومی جامعه ترجیح می‌دهند. این کارمند سابق فیسبوک از کنگره آمریکا خواست تا این شرکت را مهار کند. اما به راستی واقعیت چیست؟

سیگنال‌های منتقل شده از عملکردها، نظرات و اولویت‌بندی‌های دیگران، به تصمیم‌گیری‌های درست منجر می‌شود. برای مثال، پیش‌بینی‌های جمعی به طور معمول دقیق‌تر از پیش‌بینی‌های فردی هستند. بر همین اساس، از هوش جمعی برای پیش‌بینی در زمینه‌هایی همچون بازارهای مالی، ورزش، انتخابات و حتی شیوع بیماری استفاده می‌شود.

در طول میلیون‌ها سال تکامل، این اصول در مغز انسان به عنوان سوگیری‌ها یا خطاهای شناختی - که با نام‌هایی همچون سوگیری خطای تمرکز و اعتماد بر اطلاعات در دسترس، سوگیری مواجهه صرف و سوگیری همنگ شدن شناخته می‌شوند - کدگذاری شده‌اند.

برای مثال اگر همه اطرافیان شما شروع به دویدن کنند، شما نیز باید این کار را بکنید؛ شاید کسی دیده باشد که یک شیر در حال نزدیک شدن است و به همین دلیل شروع به دویدن کرده است؛ بنابراین دویدن می‌تواند زندگی شما را نجات دهد. شاید در آن لحظه علت دویدن‌تان را ندانید اما عاقلانه است که پرسیدن این

پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی برای تصمیم‌گیری در مورد محتوایی که در این شبکه‌ها می‌بینید به رفتار افراد متکی هستند. به طور خاص، این پلتفرم‌ها به دنبال محتوایی هستند که مردم از طریق لایک کردن، کامنت گذاشتن و به اشتراک گذاشتن به آنها پاسخ می‌دهند یا در واقع برایشان جذاب هستند.

مزراع ترول یا همان سازمان‌هایی که محتوای تحریک‌آمیز منتشر می‌کنند، با کپی کردن محتواهای با جذابیت بالا و ارسال آنها به عنوان مطالب خودشان، از این محتواها برای جذب مخاطب زیاد بهره‌برداری می‌کنند.

هرچند بر اساس مطالعات صورت گرفته در مورد شیوه‌های تعامل مردم با استفاده از فناوری، منطق استفاده از خرد جمعی در این گوگریتم‌ها قابل درک است اما نحوه عملکرد شرکت‌های مالک شبکه‌های اجتماعی عملاً دارای اشکالات زیادی است.

از شیوه‌های ساوانا تا لایک‌ها

در مفهوم خرد جمعی، فرض بر این است که راهنمای قراردادن

باکیفیت بالا کمک می کند. این فرض، با مطالعه الگوریتمی که محتواها را با استفاده از ترکیبی از کیفیت و محبوبیت رتبه بندی می کند مورد بررسی قرار گرفت. نتیجه این بررسی نشان داد به طور کلی، سوگیری محبوبیت، بیشتر باعث کاهش کیفیت کلی محتوا می شود. دلیلش این است که وقتی افراد کمی در معرض یک ایده قرار می گیرند، جذاب بودن، نمی تواند شاخص قابل اعتمادی برای تعیین سطح کیفیت باشد. در چنین مواردی جذابت، سیگنال های پر سرو صدایی تولید می کند و کار الگوریتم، تقویت این فضای اولیه است. هنگامی که محبوبیت یک محصول باکیفیت پایین به اندازه کافی بالا رفت، تقویت آن همچنان ادامه پیدا می کند. اما الگوریتم ها تنها چیزی نیستند که تحت تأثیر سوگیری جذابت قرار می گیرند - این سوگیری می تواند افراد را نیز تحت تأثیر قرار دهد. شواهد نشان می دهد اطلاعات از طریق سوگیری «سرایت» منتقل می شود؛ به این معنی که هر چقدر افراد بیشتری در معرض یک ایده آنلاین قرار بگیرند، احتمال پذیرش و تکرار اشتراک گذاری آنها بیشتر می شود. وقتی رسانه های اجتماعی به مردم می گویند یک محتوا واپس می شود، سوگیری های شناختی افراد، شروع به کار کرده و تمایلی مقاومت ناپذیر نسبت به توجه به این محتوا و اشتراک گذاری آن ایجاد می کند.

پایین آوردن سطح جذابت

حال سؤال این است که چه باید کرد؟ پلتفرم های فناوری معمولاً در حالت دفاعی قرار دارند. اما در دوره های زمانی خاصی مانند زمان انتخابات، با حذف حساب های جعلی و اطلاعات نادرست زیان بار، تهاجمی تر می شوند. با این حال این تلاش ها می تواند شبیه یک بازی باشد. یک روش پیشگیرانه متفاوت، افزودن اصطکاک یا به عبارت دیگر، کاهش سرعت انتشار اطلاعات است. رفتارهای با تکرار زیاد، مانند لایک کردن و اشتراک گذاری خودکار را می توان با تست کپچا (CAPTCHA) که لازمه آن، پاسخگویی یک انسان است یا تعیین کردن هزینه ای برای پرداخت، مهار کرد. این کار نه تنها فرصت دست کاری را کاهش می دهد، بلکه باعث می شود مردم بتوانند با اطلاعات کمتر، توجه بیشتری به آنچه می بینند داشته باشند.

این شرایط، فضای کمتری را برای سوگیری جذابت در تصمیم گیری افراد باقی می گذارد. همچنین این که شرکت های مالک شبکه های اجتماعی، الگوریتم های خود را طوری تنظیم کنند که برای تعیین محتوا یابی که به مخاطب ارائه می دهند، کمتر به سیگنال های جذابت و بیشتر به سیگنال های کیفیت تکیه داشته

سؤال را به بعد موکول کنید.

مغز شما سرنخ هایی از محیط - از جمله همسالانتان - دریافت می کند و از قوانین ساده ای همچون «با برند همراه شو»، «اکثریت را دنبال کن» یا «هر کاری که همسایه ات می کند را بکن» برای تبدیل کردن سریع این سیگنال ها به تصمیم استفاده می کند. این قوانین در شرایط معمولی به طور قابل ملاحظه ای مؤثر واقع می شود، زیرا بر مفروضات درست استوار هستند. برای مثال، فرض بر این است که مردم اغلب منطقی عمل می کنند؛ بعد از تعداد زیادی از مردم اشتباه کنند؛ گذشته آینده را پیش بینی می کند و غیره. فناوری این امکان را برای مردم فراهم می کند که به سیگنال های تعداد بسیار بیشتری از افراد دیگر که معمولاً آنها را نمی شناسند، دسترسی پیدا کنند. برنامه های کاربردی هوش مصنوعی از این سیگنال های محبوبیت یا سیگنال های «جذابت»، از انتخاب نتایج موتورهای جستجو گرفته تا موسیقی ها و فیلم ها توصیه شده و از درخواست های دوستی تا رتبه بندی پست ها در خبرهای زندگانی استفاده می کنند.

هر وایرالی لزوماً ارزشمند نیست

نتایج تحقیقات نشان می دهد تقریباً همه پلتفرم های فناوری وب، مانند شبکه های اجتماعی و سیستم های توصیه گر خبر، دارای «سوگیری محبوبیت» قوی هستند. هنگامی که برنامه های کاربردی به جای استفاده از نتایج جستارهای موتورهای جستجو از سرنخ هایی مانند جذابت استفاده می کنند، سوگیری محبوبیت می تواند منجر به پیامدهای زیان بار ناخواسته ای شود. شبکه های اجتماعی مانند فیس بوک، اینستاگرام، توییتر، یوتیوب و تیک تاک برای رتبه بندی و توصیه محتوا تا حد زیادی به الگوریتم های هوش مصنوعی وابسته هستند.

این الگوریتم ها چیزهایی را که شما لايك می کنید، کامنت های شما و آنچه را که به اشتراک می گذارید - به عبارت دیگر، محتوا هایی که برایتان جذاب هستند - را به عنوان درونداد در نظر می گیرند. هدف الگوریتم ها این است که با پیدا کردن چیزهایی که مردم آنها را دوست دارند، جذابت محتوا را به حداکثر بر سانند و محتوا های جذاب را در صدر مطالب خود قرار دهنند.

این کار در ظاهر، منطقی به نظر می رسد. اگر مردم اخبار معتبر، نظرات کارشناسان و فیلم های سرگرم کننده را دوست داشته باشند، الگوریتم های باید این محتوا های باکیفیت بالا را شناسایی کنند. خرد جمعی در اینجا یک فرض کلیدی را مطرح می کند: توصیه به چیزهایی که محبوب هستند، به بیشتر دیده شدن محتوا

مخالفت با افرادی که کاربران نظر موافقی نسبت به آنها ندارند را تسهیل کرده و باعث شده است مردم به سمت اجتماعات همگن که اغلب به آنها اتاق‌های پژواک گفته می‌شود، سوق پیدا کنند.

دوم آنکه، دوستان بسیاری از مردم دوست یکدیگر هستند و بنابراین بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند. یک آزمایش مشهور نشان داد دانستن این که دوست شما چه موسیقی‌ای را دوست دارد، بر اولویت‌هایی که از سوی شما اعلام می‌شود تأثیر می‌گذارد. در واقع، تمایل اجتماعی شما به منظور هم‌نظر شدن با دوستان، قضاوت مستقل شما را مخدوش می‌کند.

سوم این که سیگنال‌های محبوبیت ممکن است به بازی گرفته شود. در طول سال‌ها، موتورهای جست‌وجو تکنیک‌های پیچیده‌ای را برای مقابله با اصطلاح «مزرعه لینک» و طرح‌های دیگری را برای دست‌کاری الگوریتم‌های جست‌وجو ایجاد کرده‌اند. از سوی دیگر، شبکه‌های اجتماعی تازه در حال فهمیدن آسیب‌پذیری‌های خود هستند.

افرادی که قصد دست‌کاری در بازار اطلاعات را دارند، حساب‌های جعلی مانند تروول‌ها و ربات‌های اجتماعی ایجاد و شبکه‌های جعلی را سازماندهی می‌کنند. این افراد به شبکه سرازیر می‌شوند تا با فریب الگوریتم‌های پلتفرم و همین‌طور سوگیری‌های شناختی مردم این‌طور وانمود کنند که یک تئوری توtheonه یا یک نامزد سیاسی خاص، محبوب است. آنها حتی ساختار شبکه‌های اجتماعی را برای ایجاد توهمند در مورد نظر اکثریت تغییر می‌دهند.

منبع: جام جم از theconversation.com

باشند نیز می‌تواند کمک کننده باشد. شاید افشاگری‌های خانم هاوگن انگیزه لازم را برای چنین اقداماتی فراهم کند.

جمعیتی نهضدان عاقل

به تازگی با استفاده از یک برنامه سواد خبری، آزمایشی به نام فیکی (Fakey) انجام شد. فیکی یک بازی است که خبرهایی شبیه آنچه در فیسبوک و توییتر منتشر می‌شوند را شبیه‌سازی می‌کند. شرکت‌کنندگان در این بازی، ترکیبی از مقالات موجود شامل اخبار جعلی، مطالب علمی پیش‌پالافتاده، منابع فرازبی و توtheonه‌گر و همچنین منابع اصلی را مشاهده می‌کردند. افراد شرکت‌کننده در بازی برای بهاشترانک‌گذاری یا پسندیدن اخبار از منابع معتبر و علامت‌گذاری مقالات غیرمعتر برای بررسی واقعیت، امتیاز دریافت می‌کردند.

پژوهشگران دریافتند شرکت‌کنندگان با دیدن جذابیت مقالات غیرمعتر برای تعداد زیادی از افراد، بیشتر به لایک کردن و اشتراک‌گذاری آنها تمایل نشان می‌دهند تا علامت‌گذاری آنها به عنوان مقاله غیرمعتر. به عبارت دیگر قرارگرفتن در معرض معیارهای جذابیت، نوعی آسیب‌پذیری ایجاد می‌کند. در اینجا خرد جمعی شکست می‌خورد، زیرا بر این فرض غلط استوار شده که جمعیت افراد، شامل گروههای متنوع و مستقل است. اما دلایل مختلفی وجود دارد که نشان می‌دهد چنین چیزی درست نیست. نخست این که، به دلیل تمایل مردم به معاشرت با افراد مشابه، روابط آنلاین آنها زیاد متنوع نیست. شبکه‌های اجتماعی، ابراز

SHADOW BAN

راهکارهای رهایی از شَدوْبَن (Shadow-Ban) در بازاریابی شبکه‌های اجتماعی

■ نویسنده: استیسی مک لاکلان - کارشناس بازاریابی و تبلیغات مترجم؛ علی آل علی

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی برای هر برنده جذاب و هیجان‌انگیز است. اینکه شما به عنوان کارآفرین یا بازاریاب به شیوه‌ای بسیار ساده و کم‌هزینه با مخاطب هدفان ارتباط داشته باشید، گزینه‌ای است که به این راحتی‌ها امکان صرف‌نظر از آن وجود ندارد. با این حال تمام برنامه‌های مختلف برندها برای بازاریابی و تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از طریق شبکه‌های اجتماعی با یک اتفاق ساده امکان به حاشیه رفتن را دارد. این اتفاق ساده مواجهه با شَدوْبَن (Shadow-Ban) در شبکه‌های اجتماعی است.

بدون تردید بسیاری از شبکه‌های اجتماعی از قابلیت شَدوْبَن برای حفاظت از سلامت پلتفرم‌شان استفاده می‌کند. با این حال کمتر شبکه اجتماعی به طور واضح درباره این پدیده توضیح می‌دهد. درست به همین خاطر بسیاری از برندها نسبت به چیستی و نحوه مقابله با شَدوْبَن اطلاعات دقیقی ندارند.

امروزه هنوز هم بسیاری از بازاریاب‌ها نسبت به شَدوْبَن تردید دارند. هدف اصلی ما در این مقاله بررسی شَدوْبَن در برخی از پلتفرم‌های اجتماعی مشهور و سپس تلاش برای ارزیابی نحوه پرهیز از دچار شدن به این برخورد عجیب و غریب شبکه‌های اجتماعی است. اگر شما هم علاقه‌مند به یادگیری چیستی شَدوْبَن و مقابله با آن هستید، هرگز مقاله کنونی را از دست ندهید.

گاهی اوقات کاربران قانون مشخصی در شبکه‌های اجتماعی را زیر پا نگذاشته‌اند، اما ادمین‌ها یا ناظران پلتفرم‌ها از نوع رفتار کاربران ناراضی می‌شوند. این امر در ارتباط با نقص ضمنی قوانین و نحوه فعالیت منصفانه در شبکه‌های اجتماعی است. با این حساب شما باید برنامه‌ای ویژه برای ارزیابی نحوه تعاملتان با مخاطب هدف در شبکه‌های اجتماعی داشته باشید، در غیر این صورت به احتمال زیاد با مشکلات زیادی رویه رو خواهید شد. معنای این امر ضرورت شناخت الگوهایی از فعالیت در شبکه‌های اجتماعی که شَدوْبَن را تقویت می‌کند و تلاش برای پرهیز از آنهاست. در ادامه نحوه مواجهه

شَدوْبَن در شبکه‌های اجتماعی چیست؟

شَدوْبَن به حالتی اطلاق می‌شود که در آن یک کاربر از سوی پلتفرمی که در آن فعالیت دارد، بلاک یا ساکت (Mute) می‌شود. این امر اغلب اوقات برای مدت زمانی محدود روی می‌دهد، اما در برخی از مواقع کاربران برای همیشه با شَدوْبَن مواجه می‌شوند. دلیل اصلی مواجهه با این نوع برخورد شبکه‌های اجتماعی نحوه فعالیت کاربران است. شاید شما هیچ دلیلی برای شَدوْبَن شدن پیدا نکنید، اما الگوریتم هوشمند شبکه‌های اجتماعی با تحلیل ریز فعالیت‌های شما امکان ارزیابی هرچه دقیق‌تر این مسئله را پیدا می‌کند.

با شَدَوْبَن در برخی از شبکه‌های اجتماعی محبوب را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

تُويٰيت

تُويٰيت یکی از مشهورترین پلتفرم‌های اجتماعی در سراسر دنیا محسوب می‌شود. کاربران در تُويٰيت امکان دسترسی به دامنه وسیعی توییت‌ها و همچنین ارتباط با میلیون‌ها کاربر را دارند. همین امر برندها را نیز به سوی تُويٰيت هدایت کرده است.

تُويٰيت از معده‌پلتفرم‌هایی محسوب می‌شود که به طور دقیق درباره شَدَوْبَن صحبت کرده است. این شبکه اجتماعی در سال ۲۰۱۸ در قالب یک مقاله به بررسی ضمنی شَدَوْبَن در پلتفرم‌پرداخت. براین‌اساس بسیاری از شایعات درباره شَدَوْبَن شدن در تُويٰيت غیرواقعی محسوب می‌شود. این امر با توجه به قوانین سفت و سختی که تُويٰيت برای شَدَوْبَن کردن دارد، منطقی به نظر می‌رسد. نکته مهم اینکه تُويٰيت به طور دقیق درباره شرایط مواجهه با شَدَوْبَن صحبتی نکرده است. درست به همین خاطر ارزیابی نحوه مواجهه کاربران با شَدَوْبَن امری عجیب و حتی سخت خواهد بود.

تُويٰيت به طور کلی

تُويٰيت به طور کلی رفتار مشکوک کاربران را نوعی اخطار تلقی می‌کند. اگر اکانت شما برای مدت زمانی طولانی رفتار مشکوکی در تُويٰيت داشته باشد، با احتمال زیاد با اخطار و همچنین شَدَوْبَن مواجه خواهید شد.

اینستاگرام

آدام موسری، مدیر عامل اینستاگرام، درباره شَدَوْبَن اعتراض جالبی دارد. او معتقد است این پدیده یک امر جدی و مداوم از سوی اینستاگرام در مدیریت پلتفرم محسوب نمی‌شود. نکته مهم اینکه آدام موسری تاکید دارد عدم نمایش محتوا صفحه برندها در بخش اکسپلور دلیلی برای شَدَوْبَن شدن‌شان نیست. براین‌اساس بخش اکسپلور به طور تصادفی و بر اساس برخی از معیارها نظیر میزان استقبال کاربران و استاندارد بودن پست‌ها نسبت به نمایش آنها در این بخش اقدام می‌کند. اگر شما خوش‌شانس نباشید، شاید خیلی کم محتوایتان در این بخش به دست کاربران برسد. با این حساب شما شَدَوْبَن به معنای واقعی نشده‌اید.

نکته مهم اینکه شَدَوْبَن در اینستاگرام امری رایج محسوب می‌شود. شاید این استراتژی به طور رسمی از سوی مدیران اینستاگرام تأیید نشده باشد، اما بسیاری از کاربران با آن مواجه می‌شوند. از این نظر شَدَوْبَن یکی از استراتژی‌های اینستاگرام برای مدیریت پلتفرم‌ش است. شما در صورت مواجهه با شَدَوْبَن یک گام از حذف اکانتتان عقب‌تر هستید؛ بنابراین باید آن را نوعی اخطار مهم تلقی نمایید، در غیر این صورت شاید اکانتتان برای همیشه بسته شود.

چطور مطمئن شوید که شَدَوْبَن شده‌اید؟

وقتی شما تغییرات منفی در اکانتتان احساس می‌کنید، زنگ خطر برای مواجهه با شَدَوْبَن به صدا درمی‌آید. شما در این موقعیت‌ها باید حواس‌تان به طور کامل به وضعیت اکانتتان باشد. بدون تردید خیلی از اوقات شَدَوْبَن امری خیالی است. شاید شما دیگر محتوای

کسب و کار هوشمند

نکته را مدنظر قرار دهید، بسیاری از مشکلاتتان در زمینه شَدوَبَن حل خواهد شد.

مانندربات‌هارفارنکنید

اگانت شما باید حالت طبیعی و شبیه به دیگر کاربران را داشته باشد. اینکه شما در قالب یک برنده دقیق مثل یک ربات رفتار کنید، شک و تردید پلتفرم‌های اجتماعی را افزایش خواهد داد. این امر در مدت زمانی کوتاه امکان به دردسر انداختن شما را فراهم می‌کند؛ بنابراین همیشه تعامل مناسب با کاربران و ثابت کردن فعالیت طبیعی اکانتتان را مدنظر قرار دهید.

یکی از نکاتی که برای الگوریتم شبکه‌های اجتماعی شک برانگیز است، فالوکردن پشت‌سرهم شمار بالایی از کاربران یا حتی لایک کردن پست‌های پر تعداد در مدت زمانی اندک است. شما باید در این راستا تعادل را رعایت نمایید، در غیر این صورت با احتمال فراوان شناسی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدفтан پیدا نخواهید کرد. رفتار مانند اکانت‌ها و کاربران واقعی نه تنها از نقطه نظر پرهیز از شَدوَبَن شدن، بلکه برای تعامل مناسب با کاربران نیز اهمیت دارد. امروزه بسیاری از کاربران به برندهایی که سطح تعامل بسیار پایینی با کاربران و مشتریان دارند، توجهی نشان نمی‌دهند؛ بنابراین شما باید فکری اساسی برای این وضعیت برنداشتن نمایید، در غیر این صورت شاید پیش از اینکه شَدوَبَن شوید، کاربران به طور کامل شما را فراموش کنند.

استفاده از هشتگ‌های ممنوع را فراموش کنید

هشتگ‌های ممنوعه به طور معمول فهرست مشخصی را شکل می‌دهد. این هشتگ‌ها یا دارای محتوای نژادپرستانه یا توهین‌آمیز است؛ بنابراین استفاده از آنها شما را به راحتی در دام شَدوَبَن می‌اندازد. بدون تردید شما به عنوان یک برنده هیچ نیازی برای استفاده از هشتگ‌های ممنوعه ندارید؛ بنابراین باید حواستان به طور کامل نسبت به این امر جمع باشد، در غیر این صورت شاید به سادگی هرچه تمام تر شرایطتان در این رابطه به هم بپریزد. این امر برای شما در درسرهای بسیار زیادی به همراه داشته و از نظر اعتبار حرفه‌ای کسب و کار در شرایط ناگواری قرار می‌گیرید.

انتشار محتوای اسپم ممنوع

محتوای اسپم به طور معمول از سوی کاربران ریپورت می‌شود. این امر هشداری برای شما نسبت به احتمال مواجهه با شرایط بحرانی در زمینه بازاریابی است. وقتی تعداد ریپورت‌های یک پست یا اکانت شما به طور کلی افزایش پیدا می‌کند، کسب و کار تان نه تنها در معرض شَدوَبَن، بلکه حذف اکانت نیز خواهد بود. چنین امری کسب و کار شما را به طور قابل ملاحظه‌ای با مشکلات بازاریابی و مدیریت شهرت

جداب برای مخاطبین تولید نمی‌کنید یا اینکه رقبایتان عملکرد بهتری داشته‌اند. با این حال اگر قصد مطمئن شدن نسبت به شَدوَبَن را دارید، به این نکات توجه نمایید:

• کاهش معنadar نرخ تعامل: هر اکانتی در شبکه‌های اجتماعی دارای نوعی ثبات در نرخ تعامل است. اگر این نرخ برای برنده شما در مدت زمانی اندک با افت قابل ملاحظه‌ای رو به رو شد، باید حواستان نسبت به شَدوَبَن جمع باشد. در صورتی که گزارش‌هایی از عدم مشاهده محتوایتان از سوی دیگر کاربران دریافت کردید، شَدوَبَن شدن شما قطعی است.

• عدم نمایش نام اکانت و هشتگ‌تان برای کاربران: وقتی نام اکانت و هشتگ‌های شما در بخش اکسپلور و دیگر شیوه‌های جست‌وجوی کاربران به نمایش درنمی‌آید، احتمال اینکه شَدوَبَن شده باشید، بسیار زیاد است. بسیاری از برندها در این موقع نسبت به شَدوَبَن فکر نمی‌کنند. درست به همین خاطر نوعی سردرگمی در فعالیتشان قابل مشاهده خواهد بود.

• از دسترس خارج شدن برخی از امکانات: یکی از نکات مهم در شَدوَبَن از دسترس خارج شدن برخی از امکانات برای برندهاست. به عنوان مثال، شما دیگر امکان بارگذاری پست‌های فروش مستقیم در اینستاگرام را نخواهید یافت. این امر نشانه‌ای واضح از شَدوَبَن شدن است.

چطور در شبکه‌های اجتماعی شَدوَبَن نشویم؟

قوانین شبکه‌های اجتماعی را زیر پا نگذارید

وقتی شما در یک شبکه اجتماعی نامنوبی‌سی می‌کنید، باید حواستان به قوانین آن باشد. بسیاری از کاربران قوانین شبکه‌های اجتماعی را مطالعه نمی‌کنند. این امر موجب بروز در درسرهایی برای آنها خواهد شد. اگر شما به عنوان یک برنده در شبکه‌های اجتماعی فعالیت دارید، باید حواستان به طور کامل جمع باشد. شاید شما پس از سال‌ها تلاش برای توسعه اکانتتان در پلتفرم موردنظر با یک اشتباه کوچک برای مدتی شَدوَبَن شوید و کاربران تقریباً فراموشتان کنند. این امر یکی از تجربه‌های دردناک در زمینه بازاریابی محسوب می‌شود. به همین خاطر برندها باید به طور بسیار حرفه‌ای تری در مقایسه با کاربران عادی نسبت به مطالعه قوانین هر پلتفرم اجتماعی اقدام نمایند.

نکته مهم اینکه قوانین اغلب شبکه‌های اجتماعی شباخت بسیار زیادی به هم دارد. این امر به شما فرصت عالی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در تمام پلتفرم‌ها بدون نیاز به ارزیابی مداوم قوانین هر کدام می‌دهد. یکی از نکاتی که بیشتر از همه برای برندها در درسازی همیشگی دارد، بحث مربوط به کپی‌رایت است. اگر شما این

اجتماعی هم پیدا نمی کنید.

خرید لایک و کامنت را متوقف کنید

خرید لایک و کامنت یکی از قدیمی ترین شیوه‌ها برای توسعه برنده در شبکه‌های اجتماعی محسوب می‌شود. این امر به شما فرصت تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و همچنین تعامل واقعی با آنها را نمی‌دهد، بلکه فقط ظاهری مشابه دیگر برندها برای شما به همراه خواهد داشت. نکته مهم اینکه این ظاهر حرفه‌ای نیز به سادگی از بین می‌رود.

امروزه شبکه‌های اجتماعی در صورت خرید لایک و کامنت از سوی اکانت‌ها خیلی سریع آنها را شَدُوبَن می‌کنند. این امر به معنای ناتوانی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بهبود عملکرد برنده خواهد بود. با این حساب شما باید هرگونه اقدامی برای خرید لایک و کامنت را متوقف کنید، در غیر این صورت نه تنها شَدُوبَن، بلکه حذف کامل اکانت هم در انتظارتان خواهد بود.

بدون تردید امروزه شَدُوبَن نوعی کابوس برای کاربران شبکه‌های اجتماعی و به طور مشخص برندها محسوب می‌شود. اگر شما به دنبال پرهیز از بروز شرایط شَدُوبَن در اکانتتان هستید، باید نکات موردنبحث در این مقاله را به طور دقیق مدنظر قرار دهید.

منبع: فرصت امروز

روبهرو خواهد کرد.

امروزه بسیاری از برندها برای اینکه از شر شَدُوبَن خلاص شوند، با وسوسات خاصی محتواشان را بارگذاری می‌کنند. این امر یکی از نکات مهم برای تعامل با مخاطب هدف محسوب می‌شود. بهاین ترتیب شما با چنین کاری نه تنها از شر شَدُوبَن رها خواهید شد، بلکه در عمل امکان تعامل بهینه با مشتریاتتان را هم خواهید داشت.

فعالیت مداوم در شبکه‌های اجتماعی

گاهی اوقات برندها پس از اینکه موقفيت‌های بزرگی در شبکه‌های اجتماعی کسب می‌کنند، به طور کامل مخاطب هدفشان را فراموش کرده و اکانتشان برای مدت زمانی طولانی غیرفعال باقی می‌ماند. این امر شَدُوبَن برای شما به همراه ندارد، اما پس از شروع به کار دوباره دیگر خبری از نرخ تعامل بالای برندها نخواهد بود. این امر احساس شَدُوبَن شدن در بسیاری از بازاریاب‌ها ایجاد می‌کند. نکته مهم اینکه شما باید همیشه حواسستان به عملکرد مداوم برندها بشاشد، در غیر این صورت شاید شناسی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدفتان نداشته باشید.

وقتی شما نسبت به فعالیت مناسب و مداوم اکانتتان اطمینان داشته باشید، نه تنها با مشکل شَدُوبَن رو به رو نخواهید شد، بلکه دیگر هیچ مشکلی در زمینه تعامل با کاربران و توسعه برندها در شبکه‌های





آمازون با طراحی "استراتژی تجربه مشتریان"، فروش خود را افزایش داد

■ مترجم: علی آل علی

عرضه یک محصول با کیفیت بالا و همین‌طور قیمت مناسب در نگاه نخست دلیل کافی برای تأثیرگذاری بر روی مشتریان و جلب نظرشان به نظر می‌رسد، اما واقعیت همیشه بر اساس انتظار شما پیش نمی‌رود. امروزه بسیاری از برندها در آمازون به دنبال فروش محصولاتشان هستند. شاید این امر گزینه‌ای جذاب برای برندها محسوب شود، اما در بسیاری از مواقع در دسرهای فروش در آمازون بسیار زیاد است. دلیل این امر نیز عدم آشنایی دقیق کارآفرینان با مختصات حضور در آمازون و فروش محصولات در این فضاست.

آنچه در موقع اطمینان شما نسبت به افزایش فروش در بازار امکان غلط از آب در آمدن پیش‌بینی‌ها را فراهم می‌کند، نکات مربوط به تجربه مشتریان است. بسیاری از برندها تمام پیش‌بینی‌ها و برنامه‌های ایشان در زمینه بازاریابی و فروش در آمازون را بدون کمترین توجهی به مشتریان سامان می‌دهند. شاید این امر در نگاه نخست ایرادی به همراه نداشته باشد، اما توانایی تأثیرگذاری کسبوکار شما بر روی مشتریان را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش خواهد داد.

بر اساس مطالعه مؤسسه PwC، ۱۷ درصد از مشتریان در بازار ایالات متحده پس از یک تجربه نامناسب کوچک از برندها به طور کامل دور آن را خط می‌کشند. نکته جالب اینکه این آمار درباره برندهای مورد علاقه مشتریان ۵۹ درصد است. با این حساب انتظار مشتریان از برندهای مورد علاقه‌شان بسیار بیشتر از سایر کسبوکارهاست.

بدون تردید فروش محصولات در آمازون برای بسیاری از برندها یک نکته مهم و حیاتی محسوب می‌شود. آمازون به برندها امکان معرفی محصولاتشان به مشتریان در کمترین زمان ممکن و همچنین بدون نیاز به صرف هزینه‌های گزارف را می‌دهد. چنین امری شما را نسبت به رقبایتان تا حد زیادی جلو خواهد انداخت. اگر در این شرایط شما امکان فروش محصولاتتان در آمازون را نداشته باشید، به معنای واقعی کلمه با بحران کاری روبرو شده‌اید.

هدف اصلی در این مقاله بررسی نحوه ادامه روند فروش مثبت در عرصه کسبوکار و بهویژه آمازون است. چنین امری به شما امکان بهبود مداوم وضعیت برندها و پرهیز از بروز مشکلات جانبی را خواهد داد. بی‌شک وقتی شما نحوه فروش محصولاتتان در آمازون را خیلی خوب یاد بگیرید، دیگر دلیلی برای مواجهه با مشکلات مختلف فروش در حوزه‌های مختلف نیست. به این ترتیب شما آمادگی لازم برای فروش محصولاتتان حتی در فضای عادی کسبوکار را نیز خواهید داشت. ما در ادامه برخی از مهم‌ترین توصیه‌ها برای فروش مناسب در فضای آمازون را مرور خواهیم کرد.

است. این امر از نظر بسیاری از برندها کم‌اهمیت بوده و درست به همین خاطر شناخت مشتریان سخت می‌شود.

ویژگی‌های مشتریان حاضر در یک بازار بدون توجه مستقیم به آن قابل شناسایی نیست. پس اگر شما در این شرایط قصد پیش‌بینی رفتار مشتریان فقط با اتکا به نظرات و راهنمایی‌های دیگران را

شناخت و درک درست از مشتریان

بسیاری از برندها فکر می‌کنند درک درستی از مشتریانشان دارند. با این حال بروز اولین برخورد واقعی با مشتریان در زمینه کسبوکار تمام برنامه‌های ایشان را به هم می‌ریزد. نکته مهم در این میان ضرورت توجه به شرایط بازار و همچنین ویژگی‌های مشتریان

جلب نکند، در مرحله بعد سراغ کسب و کارهای کمتر شناخته شده خواهند رفت. اگر شما به عنوان یک کسب و کار کوچک در بازار حضور دارید، این بخش مهم ترین مرحله برای جلب نظر مشتریان در آمازون محسوب می‌شود.

بدون تردید برندهای کوچک از نظر مالی و تبلیغاتی توانایی رقابت با برندهای بزرگ را ندارند. درست به همین خاطر شما باید تمرکزتان بر روی ارزیابی انتقادی محصولات برندهای بزرگ باشد. این امر به شما فرصتی عالی برای جلب نظر مشتریان نامید از برندهای بزرگ می‌دهد. وقتی شما محصولی را ارائه کنید که ایرادات نمونهای یک برنده بزرگ را نداشته باشد، در بلندمدت بسیاری از مشتریان به سوی شما خواهند آمد. همه اینها به لطف پیگیری درست سفر مشتریان در مسیر رسیدن به برنده شماست.

سفر برنده به معنای مسیر تأثیرگذاری بر روی مشتریان نیست، بلکه به معنایی بهتر چشم اندازی از مشکلات برندهای بزرگ در جلب نظر مشتریان و تلاش برای رفع مشکلات مورد نظر در کسب و کار خودتان است. این امر در آمازون برنده شما را نسبت به رقبا حسابی متمایز خواهد کرد.

داشته باشید، به احتمال زیاد با مشکلات فراوانی رو به خواهید شد. بهترین ایده برای شناخت دقیق مشتریان استفاده از پرسنلی مشتریان است. این امر به شما برای اضافه کردن مداوم ویژگی‌های رفتاری و سلیقه مشتریان به پرسنلی موردنظر و تأثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک خواهد کرد. پرسنلی مشتری به طور خلاصه شامل ویژگی‌های مشتریان است که شما در قالب یک شخصیت منسجم گردآوری کرده‌اید. کاربرد این مفهوم در زمینه فروش مربوط به پیش‌بینی رفتارها و واکنش‌های مختلف مشتریان است. به این ترتیب شما امکان ارائه بهترین محصول در آمازون و پیش‌بینی دقیق نحوه واکنش مشتریان نسبت به آن را خواهید داشت.

یکی از نکات مهم در رابطه با شناخت مشتریان استفاده از انواع نظرسنجی‌های مختلف است. شاید این امر برای شما بسیار سخت به نظر برسد، اما تأثیرگذاری بهشت مثبتی بر روی روند پیش‌بینی رفتار مشتریان و شناختشان خواهد داشت؛ بنابراین همیشه پیش از شروع به کار در بازار حتی از چند مشتری تان هم که شده، نظر خواهی کنید. چنین امری شما را در شرایط بسیار مناسبی از نظر تعامل با مشتریان قرار خواهد داد.

گردآوری اطلاعات مربوط به رقبا

اینکه چطور یکی از برندهای بزرگ و رقیب شما امکان تأثیرگذاری بر روی مشتریان را دارد و فروش عالی هم در آمازون تجربه می‌کند، یکی از متابع اصلی برای یادگیری درس‌های تازه فروش و بازاریابی است. متأسفانه بسیاری از برندها در تلاش برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به هیچ وجه تجربه دیگر برندها را مورد توجه قرار نمی‌دهند. این امر تجربه‌ای مثل اختراع دوباره چرخ است. شما تا زمانی که امکان استفاده از تجربه دیگر برندها را داشته باشید، هیچ نیازی به ارزیابی دوباره نکات اساسی در بازار خواهید داشت؛ بنابراین باید به بهترین شکل ممکن در تلاش برای استفاده از تجربه دیگر برندها باشید.

بدون تردید وقتی یک برنده به دنبال استفاده از تجربه دیگر برنده است، باید اول از همه یک برنده معتبر و موفق را انتخاب نمایید. این امر به شما امکان تعامل بهینه با مشتریان را داده و از بروز مشکلات اساسی جلوگیری خواهد کرد. اشتباه برخی از کارآفرینان و کارشناس‌های فروش در این بخش هدف‌گذاری بر روی برندهای معمولی و تلاش برای فهم وضعیتشان برای این اساس است. چنین امری نه تنها شما را در موقعیت مناسبی در بازار قرار نمی‌دهد، بلکه مشکلات عمده‌ای نیز برایتان به همراه خواهد داشت.

تعیین سفر مشتریان در رابطه با برندها

هر مشتری برای تعامل با یک برنده یا خرید از آن سفر مشخصی را طی می‌کند. شاید برخی از مشتریان به سرعت نسبت به خرید محصولات شما ترغیب شوند، اما این امر برای مشتریانی که با رهاب‌وارها برندهای مختلف را مورد بررسی قرار داده و در نهایت با کلی آزمون و خطا محصول نهایی را انتخاب می‌کنند، مصدق بیشتری دارد.

تعیین سفر مشتریان در رابطه با برنده به شناخت نیازها و انتظارات مشتریان نسبت به برنده شما اشاره دارد. بدون تردید مشتری که تجربه‌های منفی از برندهای مختلف دارد، انتظارات بسیار زیادی از شما به عنوان یک برنده نوآور خواهد داشت؛ بنابراین شما باید تجربه‌ای مناسب برای آنها فراهم کنید. بسیاری از برندها فکر می‌کنند مشتریان اول از همه سراغ آنها آمده‌اند. درست به همین خاطر ذهنیت درستی در ایجاد تعامل با مشتریان ندارند. چنین امری اغلب اوقات فرایند تأثیرگذاری بر روی مشتریان را به طور قابل ملاحظه‌ای سخت خواهد کرد.

وقتی مشتریان در آمازون به دنبال یک محصول هستند، اول از همه گزینه‌ای را انتخاب می‌کنند که اسم و رسمی در بازار داشته باشد. در صورتی که محصول چنین برنده‌ی رضایت آنها را

کسب و کار هوشمند

بسیاری از برندهای تازه‌کار در آمازون به خوبی قابل مشاهده است. نحوه پاسخگویی شما به مشتریان اهمیت بسیار زیادی دارد. برخی از برندها برای تأثیرگذاری بر روی مشتریان به طور مداوم از کمک مؤسسه‌های حرفه‌ای استفاده می‌کنند. این امر ایده بسیار جذابی محسوب می‌شود، اما هزینه بالایی برای کسب و کارتان به همراه خواهد داشت؛ بنابراین بهترین توصیه در این میان راهنمایی یک تیم روابط عمومی و ایجاد تعامل نزدیک میان تیم مورد نظر با بخش بازاریابی است. چنین امری موقوفیت‌های شما در آمازون را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد.

بدون شک استفاده از ابزارهای حرفه‌ای برای ارتقای سطح روابط عمومی در آمازون ایده چندان بدی نیست. خوشبختانه اغلب ابزارهای موجود در این زمینه یا کاملاً رایگان هستند یا اینکه هزینه بسیار کمی برای شما به همراه خواهد داشت. بهترین ابزار در این میان نیز UTM.io است. این ابزار به شما امکان مدیریت حرفه‌ای در لحظه تعاملاتتان با مشتریان در آمازون و دیگر پلتفرم‌ها را می‌دهد. به این ترتیب شانس‌تان برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد. امروزه مشتریان به برندهایی که به سرعت در دسترس بوده و سؤالاتشان را کاملاً حرفه‌ای پاسخ می‌دهند، واکنش بسیار بهتری در مقایسه با دیگر کسب و کارها دارند؛ بنابراین شما باید در تلاش برای حضور در میان چنین برندهایی باشید. تنها راهکار نیز در این میان تشکیل تیم روابط عمومی و استفاده از ابزارهای حرفه‌ای خواهد بود.

بهینه‌سازی فرایند خرید مشتریان

آمازون فضایی شلوغ و پر از برندهای مختلف است. با این حساب شما رقبای بسیار زیادی برای جلب نظر مشتریان پیش رو خواهید داشت. یکی از نکات مهم در این میان تلاش برای تأثیرگذاری بر روی مشتریان بر اساس بهینه‌سازی فرایند خرید است. وقتی محصولات بزرگ شما بیشتر از رقبایتان در دسترس مشتریان قرار داشته باشد، شانس بسیار بیشتری برای فروش خواهید داشت. نکته جالب اینکه بسیاری از برندهای بزرگ برای تداوم فروش بالایشان در آمازون از همین شیوه استفاده می‌کنند. بی‌شک راهکارهای بسیار زیادی برای بهینه‌سازی فروش برنده آمازون وجود دارد. با این حال توصیه ما برای شما بر مدار نکات ذیل قرار دارد:

- استفاده از کلمات کلیدی برای نمایش محصولاتتان در رتبه‌های اول جستجوی درون سایتی آمازون
- دسته‌بندی درست محصولاتتان به منظور دسترسی ساده‌تر



کارآفرینانی که دارای ارتباطات مناسبی در حوزه کسب و کار هستند، با احتمال زیاد پیداکردن یک برنده مناسب برای هدف‌گذاری و تعامل را چندان سخت و دشوار نخواهند یافت. این امر به چنین برندهایی برای تأثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شرایطشان را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود خواهد بخشید. با این حساب اگر شما ارتباطات مناسبی در بازار دارید، باید به طور قابل ملاحظه‌ای به دنبال استفاده از آن ارتباطات در زمینه پیداکردن یک برنده بزرگ و معتبر در زمینه تعامل با مشتریان باشید، در غیر این صورت با احتمال زیاد فرایند تأثیرگذاری بر روی مشتریان در آمازون با مشکلات بسیار زیادی روبرو خواهد شد.

همیشه در دسترس مشتریان باشید

ایجاد ارتباط و تعامل با مشتریان در فضای آمازون امر بسیار مهمی محسوب می‌شود. بسیاری از برندها برای تعامل با مخاطب فقط فضای شبکه‌های اجتماعی و به طور کلی بازاریابی را مدنظر قرار می‌دهند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برنده شما به همراه خواهد داشت. دلیل آن نیز بی‌توجهی مداومتان به تعامل با مشتریان و فراموش شدن برندهای از سوی مشتریان در فضای آمازون است.

اگر شما یک تیم بازاریابی مناسب در اختیار دارید، باید تمام توانان را برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به کار گیرید. در این میان چند کارشناس روابط عمومی نیز برای تأثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف امری ضروری خواهد بود. به این ترتیب تعامل با مشتریان در فضای آمازون دیگر یک کار سخت و دشوار بهحساب نخواهد آمد. ایراد بسیاری از برندها در زمینه فروش در آمازون مربوط به تمرکز صرف بر روی حوزه بازاریابی و فروش است. این امر موجب غافل شدن از اهمیت تعامل با مشتریان و پاسخگوی سریع به سؤالاتشان می‌شود. چنین تجربه‌ای در میان

مشتریان در صورت تمایل برای خرید یک محصول اول از همه به سراغ برندهای مورد علاقه شان می‌روند. این علاقه در واقع از ارتباط عاطفی میان یک برنده و مشتریانش را نشان می‌دهد.

بدون تردید هر برنده مایل به ایجاد ارتباط عاطفی با مشتریانش است، اما در عمل فقط تعداد اندکی از برندها موفق به ساماندهی این امر می‌شوند. دلیل این امر نیز ناتوانی برای همراه کردن تمام اعضای شرکت در این مسیر است. شما برای اینکه تجربه‌ای بسیار عالی در زمینه ارتباط با مشتریان، چه در فضای آمازون و چه در فضای واقعی، داشته باشید، باید اول از همه تمام اعضای شرکت را نسبت به اهمیت این موضوع مطلع کنید. وقتی کارمندان شما رفتاری حرفه‌ای با مشتریان داشته باشند، شانستن برای تأثیرگذاری بر روی آنها به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد.

شما علاوه بر تعامل با کارمندانتان برای بهبود سطح ارتباط عاطفی با مشتریان باید به گزینه‌های دیگر نیز توجه داشته باشید. یکی از نکات مهم در این میان توجه به همکاری با اینفلوئنسرهای معتر است. کاربران در فضای آنلاین تأثیرپذیری بسیار زیادی از اینفلوئنسرهای دارند. با این حساب سرمایه‌گذاری شما بر روی ارتباط با این دسته از افراد کاملاً منطقی خواهد بود.

نکته مهم در ارتباط با اینفلوئنسرهای توجه به میزان تخصصشان در حوزه کاری شما و همچنین هزینه موردنیاز برای همکاری با آنهاست. اگر شما به این نکات توجه لازم را نشان دهید، امکان تأثیرگذاری بر روی مشتریان به ساده‌ترین شکل ممکن را خواهید یافت.

منبع: فرصت امروز

مشتریان به آنها

- بهینه‌سازی سرعت بارگذاری صفحات سایت‌تان
- استفاده از شیوه‌های پرداختی مناسب و مطابق با قوانین آمازون

• استفاده از تصاویر با کیفیت برای محصولاتان به منظور جلب نظر مشتریان و تعامل بهتر با آنها

بدون تردید استفاده از نکات بالا به اندازه کافی ساده هست و نیازی به توضیح اضافی نیست. با این حال در مورد نکته پایانی باید بر روی اهمیت بارگذاری تصاویر با کیفیت بالا و نمایش جلوه‌ای واقعی از محصولاتتان تاکید کنیم. اشتباہ برخی از برندها تلاش برای بارگذاری سریع محصولاتشان به هر قیمتی است. این امر کیفیت کار شما را به طور قابل ملاحظه‌ای تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ بنابراین باید در مدت زمانی اندک برای بهینه‌سازی تصاویر محصولاتتان اقدام نمایید، در غیر این صورت شاید یک مشتری هم سراغ برندهایتان را نگیرد.

ایجاد ارتباط عاطفی با مشتریان

احساسی که مشتریان نسبت به برنده شما دارند، در بسیاری از مواقع تکلیف خریدشان را روشن خواهد کرد. برخی از برندهای در این رابطه فقط بر روی تولید محصولات با کیفیت استاندارد و همچنین پایین نگهداشتن سطح قیمتشان تمرکز دارند. این امر شاید برای جلب نظر اولیه مشتریان کافی باشد، اما هرگز آنها را تبدیل به طرفداران دائمی برندهایتان نخواهد کرد.

بر اساس گزارش مؤسسه هاروارد بیزینس ریویو، ۵۲ درصد از





پنج اولویت مهم مدیران عامل در آینده سازمان‌ها

■ مترجم: مریم رضایی

می‌خواستند. اما در آینده نزدیک، این کار در انجام کسب و کار، به اندازه تهیه و تدوین ترازنامه شرکت، مهم و اساسی خواهد بود و هم مصرف‌کننده‌ها و هم قانون‌گذاران بر اجرای آن اصرار خواهند داشت. در این فضا، پایداری باید به اندازه دیجیتال‌سازی یا توسعه استراتژی، به صورت سیستمی انجام شود، چون در بلندمدت منبع مهم مزیت رقابتی خواهد بود.

اولویت دوم، یا تکنولوژی ابری را در نظر بگیرید. پتانسیل این تکنولوژی مدت‌ها است که شناخته شده و حالا نتایج واقعی آن در نوآوری و بهره‌وری کم کم نمایان شده است. این اولویت دوم، برای شرکت‌هایی است که می‌خواهند از تکنولوژی ابری برای یک هدف خوب استفاده کنند. برای تحقق این هدف، کارکنان آنها باید «سواد ابری» داشته باشند و بر قابلیت‌های آن مسلط باشند. مثل همیشه، این عامل انسانی است که تفاوت ایجاد می‌کند.

در نتیجه، اولویت سوم توسعه استعدادها است. سازمان آینده شبیه سازمانی که در سال ۲۰۱۹ وجود داشت نخواهد بود و نباید هم باشد. سازمان آینده باید منعطف‌تر باشد، سلسله‌مراتب کمتری داشته باشد و متنوع‌تر باشد و همچین سریع‌تر. سرعت تغییر در حال افزایش و چشم‌انداز کسب و کار سیال‌تر از همیشه است؛ بنابراین، نیاز به سرعت - به عنوان چهارمین اولویت - ضروری

در دوران پاندمی، کسب و کارها در سطح گسترده و اغلب موفقیت‌آمیزی، خود را با روش‌های جدید کار سازگار کردند. همچنین از دیجیتال‌سازی استقبال کردند و زنجیره‌های تأمین خود را سازماندهی مجدد کردند. همه اینها ضروری بوده، اما کافی نبوده است. رهبران کسب و کار، برای آمادگی در برابر عصر پسا کووید، باید کاری فراتر از اصلاح وظایف روزمره خود انجام دهند؛ آنها باید آماده باشند و در نحوه کار خود و حتی چرایی وجود خود، بازنگری کنند.

به عبارت دیگر، رهبران باید یک قدم به عقب برگردند، نفسی تازه کنند و چشم‌اندازی گسترده‌تر را در نظر بگیرند. پاندمی کرونا، تعدادی از رویدادهایی را که نقش قابل توجهی در شکل‌دهی اقتصاد جهانی آینده ایفا می‌کنند، مشخص و تسریع کرده است. در گفت و گوهایی که با مدیران جهانی داشته‌ایم، آنها پنج اولویت را برای نرمال بعدی شناسایی کردند. شرکت‌ها وقتی وارد رویدادهایی می‌شوند که آینده را شکل می‌دهند، می‌خواهند این اولویت‌ها را به عنوان راهنمای خود به کار گیرند.

اولویت اول، یعنی پایداری را در نظر بگیرید؛ اصل تولید کالاهای خدمات، با ایجاد کمترین آسیب به محیط‌زیست. خیلی از شرکت‌ها مشتاقانه اقداماتی را در این زمینه انجام داده‌اند، چون خودشان

فعالانه درگیر شوند و سعی کنند اثرباری قابل اندازه‌گیری داشته باشند، احتمال موفقیت آنها بیشتر است. تنها در این صورت است که شرکت‌ها می‌توانند ارزشی را که از اقدامات پایداری آنها ایجاد می‌شود به حداکثر برسانند.

شرکت‌ها برای اینکه برنامه‌های پایداری خود را درست پیش ببرند، باید تصمیم‌های بزرگی بگیرند. برای شروع، آنها باید انتخاب کنند کدام موضوعات، زیر چتر بزرگ‌تر پایداری، باید جزو مسئولیت‌های پایداری سازمانی آنها باشد و کدام موضوعات باید به دیگر بخش‌های کسب‌وکار واگذار شود. این موضوعات بسیار گسترده هستند و از ایجاد کسب‌وکارهای جدید با تولید حداقل کربن و تجاری‌سازی محصولات سبز تا مدیریت ESG را دربرمی‌گیرند.

پس مدیران چطور می‌توانند سازمان‌های پایداری را ایجاد کنند که از موقعیت و اختیارات خوبی برخوردار باشند تا به شرکت‌های خود کمک کنند انتظارات ذی‌نفعان را برآورده کنند، ریسک‌های مرتبط با پایداری را مدیریت کنند و فرصت‌های کسب‌وکار را برایند؟ در اینجا به چهار روشی که رهبران با کمک آنها می‌توانند بازطراحی سازمانی در کار پایداری خود را پیش ببرند اشاره می‌کنیم.

طراحی مطابق موضوعات پایداری به صورت مجزا، نه پایداری به‌طورکلی: پایداری اغلب به عنوان یک اصطلاح کلی و بدون دسته‌بندی به کار می‌رود. اما برای هر شرکتی، موضوعاتی وجود دارد که به همان اندازه مهم هستند. تحقیق مک‌کینزی نشان می‌دهد شرکت‌ها وقتی سازمان‌های پایداری خود را طوری طراحی می‌کنند که بر هر موضوعی که اولویت شرکت است به صورت مجزا مرکز شوند (مثالاً کربن‌زدایی)، در این زمینه مؤثرتر عمل می‌کنند. برای انجام درست این کار، شرکت‌ها باید لیستی از موضوعات پایداری را که برای سازمان مهم است تعريف کنند. تهیه این لیست به شرکت‌ها کمک می‌کند درباره منبع‌یابی و سازماندهی مسائلی که برای کسب‌وکار مهم هستند، بهتر تصمیم‌گیری کنند.

دادن حق تصمیم‌گیری به تیم مرکزی پایداری، برای اجرای تغییر؛ تجربه می‌گوید، مهم است که شرکت‌ها یک تیم پایداری مرکزی داشته باشند تا کارها را درباره موضوعات فرعی پایداری هماهنگ کنند. نیازی نیست این تیم‌ها خیلی بزرگ باشند تا دستورالعمل‌های پایداری را با موفقیت پیش ببرند. تشکیل تیم‌های مرکزی کوچک‌تر و تخصیص دقیق‌تر منابع، مؤثرتر خواهد بود. چیزی که عملکرد تیم مرکزی را مؤثرتر می‌کند، دادن اختیار تصمیم‌گیری برای اجرای تغییر است.

است. اما این سرعت باید پایدار باشد. در اولين ماههای شروع پاندمی، کسب‌وکارها به خاطر هیجان و حس فوریت، کارهای خارق‌العاده‌ای انجام دادند. در آینده، سرعت بالا باید در سازمان نهادینه شود. به عبارت دیگر، این سرعت به معنای آن نیست که سرعت کارکرد موتور زیادتر شود، بلکه یعنی طوری طراحی شود که کارآمدتر و هوشمندتر کار کند.

در نهایت، رهبران سازمان باید بدانند که کارکنان در زندگی و کار خود به دنبال معنا هستند. تحقیقات گذشته نشان داده شرکت‌هایی که حس قوی هدفمندی دارند، نسبت به شرکت‌هایی که فاقد چنین حسی هستند، بهتر عمل می‌کنند و افرادی که می‌گویند هدفشان را در کار زندگی می‌کنند، کارکنان بهتری هستند – یعنی وفادارترند و احتمال رفتنشان کمتر است. هدف به شرکت‌ها کمک می‌کند فرصت‌های نوظهور را بشناسند و با مشتریان خود بهتر ارتباط برقرار کنند. این هم باید یک اولویت و همچنین یک منبع مزیت رقابتی باشد. اینکه این پنج اولویت چطور اجرایی می‌شوند، از شرکتی به شرکت دیگر فرق دارد و با توجه به وضعیت بازار، برخی از آنها نسبت به برخی دیگر اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند. اما اعتقاد کارشناسان مک‌کینزی و همچنین مدیرانی در سراسر دنیا که از آنها سؤال شده، این است که غلبه بر این پنج اولویت، احتمال موفقیت را به میزان قابل توجهی افزایش می‌دهد.

۱- قراردادن استراتژی در قلب پایداری

• سازماندهی برای موفقیت پایداری

پایداری و مسائل زیست‌محیطی، اجتماعی و نظارتی (ESG)، بر چگونگی انجام کسب‌وکار همه شرکت‌ها اثربار بوده است – بهویژه در سال‌های اخیر. شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران آنها، بیش از پیش به این موضوع پی‌می‌برند که پایداری یک اولویت استراتژیک است که ریسک‌ها و فرصت‌های کسب‌وکار قابل توجهی دارد. اما از گذشته، طراحی ساختارهای سازمانی شرکت‌ها طوری نبوده که با پایداری به عنوان یک مسئله کسب‌وکار اساسی و اصولی رفتار کنند. در عوض، فعالیت‌های پایداری – و سازمان‌هایی که از آنها پشتیبانی می‌کنند – عمدهاً بر روابط سرمایه‌گذاری، روابط عمومی و مسئولیت اجتماعی شرکتی متتمرکز شده‌اند.

«سازمان‌های پایداری» که هنوز به این شیوه عمل می‌کنند (و تعداد آنها زیاد است)، وظیفه دارند ارتباطات ذی‌نفعان را مدیریت کنند، هدف‌گذاری کنند و گزارش دهند. این وظایف مهم هستند، اما برای موفقیت سازمان‌های پایداری کافی نیستند. تجربه نشان می‌دهد وقتی مدیران به سازمان‌های پایداری اختیار می‌دهند تا به صورت

کسب و کار هوشمند

درباره قابلیت‌های ابری صحبت شده، پس چرا حرکت کردن به سمت آن آنقدر کند پیش می‌رود؟ شاید دلیل آن این باشد که شما و تیم مدیریتی شما با اتفاقی نقشی که به‌اندازه کافی در این زمینه فعالانه باشد فاصله دارید یا از مدیر IT پشتیبانی موردنیاز را نمی‌کنید.

مدیران IT به‌خاطر نقش مهمی که در دوران پاندمی کرونا داشتند، این روزها زیاد بر سر زبان‌ها هستند؛ بنابراین زمان خوبی است که تیم ارشد سازمان، از قابلیت‌های ابری موردنیاز برای سرعت دادن به استراتژی دیجیتال و همچنین دیجیتال‌سازی شرکت، کانال‌های توزیع و زنجیره‌های تأمین آن، پشتیبانی کند.

همه اینها برای سرعت گرفتن در این مسیر، ضروری هستند. نقش مدیر عامل در این میان مهم است، چون هیچ‌کس نمی‌تواند بهترین واسطه بین طرفهای مختلف درگیر، از جمله مدیر IT، مدیر مالی، مدیر منابع انسانی، مدیر امنیت اطلاعات و دیگر واحدهای کسب‌وکار باشد. تحول به سوی رایانش ابری، نیازمند یک اقدام جمعی است که به تلاش هماهنگ‌شده تیم‌ها در صدر یک سازمان نیاز دارد. در این هماهنگ‌سازی، فقط مدیر عامل است که می‌تواند چوب جادو را بگرداند.

مدیران عامل، برای ابری شدن هر چه سریع‌تر، باید از مدیر IT پرسند که در این سفر به چه نوع پشتیبانی‌هایی نیاز دارد. به‌احتمال زیاد، نیاز به این سه مداخله مطرح خواهد شد:

۱- استقرار یک مدل تأمین سرمایه‌پایدار برای پشتیبانی از سرمایه‌گذاری‌های موردنیاز تا بتوان بیشترین ارزش را از تکنولوژی ابری به دست آورد.

۲- توسعه یک مدل عملیاتی کسب‌وکار - تکنولوژی جدید که از تکنولوژی ابری برای سرعت، چابکی و مقیاس‌پذیری کارآمد استفاده کند.

۳- کمک‌گرفتن از منابع انسانی، پاداش‌ها و سیاست‌های مکانی موردنیاز، در جهت جذب و حفظ استعدادهای مهندسی برای فعالیت در حوزه ابری. این مداخله‌ها با هم، به تیم اجرایی کمک

WHO LED THE DIGITAL TRANSFORMATION
OF YOUR COMPANY ?



یافتن ساختاری که بیشترین سازگاری را با برنامه پایداری شما و کل سازمان دارد؛ وقتی شرکت‌ها به بازطراحی سازمانی فکر می‌کنند، معمولاً اولین موضوعی که به ذهن می‌رسد، ساختار گزارش‌دهی است؛ بنابراین اولین سؤالی که اغلب از ما پرسیده می‌شود، این است که «کدام ساختار سازمانی، برای رسیدن به پتانسیل کامل پایداری مناسب است؟» در واقعیت، هیچ پاسخ «درسی» برای طراحی یک سازمان پایداری و رویکرد واحدی که برای همه مناسب باشد، وجود ندارد؛ به جز همان اصل کلی که می‌گوید ساختار باید به‌خوبی با بقیه تنظیمات شرکت هماهنگ باشد.

اولویت قراردادن طراحی فرایندهایی که عامل ماهیت دینامیک و پیچیدگی پایداری هستند: الگوی پیش‌فرض خیلی از شرکت‌ها این است که صرفاً بر ساختار گزارش‌دهی متمرکز شوند. اما تجربه و پژوهش به ما می‌گوید که «خارج‌شدن از حد و مرزها» شناس موفقیت بازطراحی را افزایش می‌دهد.

• سرمایه‌گذاری در طبیعت، کلید حل مسائل اقلیمی

«راه حل‌های اقلیمی طبیعی» (NCS) که عبارت است از اقدامات حفاظتی، بازیابی و مدیریت زمین در جهت کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای، به مقابله با بحران زیست‌محیطی کره زمین کمک می‌کنند. در واقع، بدون سرمایه‌گذاری در طبیعت، هیچ روش واضح دیگری برای پرداختن به مسائل اقلیمی وجود ندارد. تعهد بخش خصوصی به انجام اقداماتی درباره مسائل اقلیمی، بیشتر شده و شرکت‌ها هر چه بیشتر استراتژی‌هایی را به هدف انتشار کربن صرف به کار می‌گیرند. برخی شرکت‌ها تعهدات خود را فراتر از انتشار کربن برده‌اند و به سرمایه‌گذاری در تنوع زیستی و آب روی آورده‌اند که طی دهه آینده، ترندهای روبروی خواهند بود.

رهبران سازمانی همچنین با حفاظت و بازیابی پنهان وسیعی از زمین‌ها و اقیانوس، به طور مستقیم در طبیعت سرمایه‌گذاری می‌کنند. البته بلندپروازی برای اجرای NCS در سطح جهانی، با یکسری دشواری‌ها مواجه است. این دشواری‌ها عبارت‌اند از: عدم اجماع عمومی درباره نحوه اجرای NCS در سطح شرکت‌ها و همچنین نبود اعتماد عمومی درباره اثربخشی طرح‌های قبلی NCS برای کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای.

۲- تحول در تکنولوژی ابری

• سه اقدامی که مدیران عامل باید انجام دهند

اگر مدیر عامل هستید، می‌دانید که تکنولوژی ابری می‌تواند چه کاربردهایی برای شما در دنیای پساکرونا داشته باشد. وقتی سال‌ها

نوآوری و بهره‌وری، برای دنبال کردن فرصت‌های کسب و کار دیجیتال، در حال و آینده ضروری هستند.

خبر خوب این است که خیلی از شرکت‌ها در طیف گسترده‌ای از صنایع، «ابر عمومی» (Public Cloud)، مدلی از رایانش ابری که شخص سومی خدمات آن را ارائه می‌کند و در دسترس عموم کاربران اینترنتی قرار می‌دهد) را برای به دست آوردن بهترین نتایج، اجرایی کرده‌اند.

این شرکت‌ها سه اقدام را در دستور کار دارند: اول، یک استراتژی خوب و ارزشمند را در IT و کسب و کارها اجرایی می‌کنند. دوم، تجربه عالی در تکنولوژی ابری دارند و نسبت به همتایان خود، از ذهنیت پیشروتری در حوزه تکنولوژی برخوردارند و سوم، نیروی کاری را که سواد ابری دارد، به خوبی پرورش می‌دهند.

سرعت دیجیتالی شدنی که کووید - ۱۹ عامل آن بود، بعد از بحران کرونا هم ادامه خواهد یافت و شرکت‌ها باید برای واکنش نشان دادن و سازگاری سریع با آن، آماده باشند. تکنولوژی ابری نه تنها به سازمان‌ها کمک می‌کند سریع‌تر حرکت کنند و هزینه‌های IT را کاهش دهند، بلکه از نوآوری و یکپارچگی تکنولوژی‌های نوظهور، قدرتمند و مخل، حمایت می‌کند. به‌حال، شرکت‌ها تنها زمانی می‌توانند از جایزه تریلیون دلاری ابری سهم داشته باشند که درباره اثرات بالقوه آن بر سود خود و مواردی در کسب و کار که باید اولویت قرار دهند، دیدگاه واضحی داشته باشند. در بخش بعدی، درباره سه اولویت دیگر خواهیم گفت.

منبع: دنیای اقتصاد از McKinsey

می‌کنند درباره ارزشی که تکنولوژی ابری ایجاد می‌کند، دیدگاه متحدی به دست آورند. بدون چنین چشم‌اندازی، شرکت شما برای «نرم‌افزاری پس از کرونا، همچنان سرعت کنندی به سوی رایانش ابری خواهد داشت.

• جایزه تریلیون دلاری ابری آمده است

این روزها، شرکت‌های بیشتری به مزیت‌های واقعی تکنولوژی ابری که مدت‌ها صرفاً کاتالیزوری برای نوآوری و تحول دیجیتال بود، پی برده‌اند. نگاهی با جزئیات به اهرم‌هایی که هزینه‌های ابری را بهینه‌سازی می‌کنند، عایدات بیش از یک تریلیون دلاری را قبل از پرداخت هزینه‌های بهره، مالیات و استهلاک، برای شرکت‌ها پیش‌بینی می‌کند.

شرکت‌های فورچون ۵۰۰ تا سال ۲۰۳۰ و هم‌زمان با اینکه رایانش ابری استفاده از تکنولوژی‌های نوظهوری مثل واقعیت افزوده و بلاک‌چین را تسهیل خواهد کرد، رشد قابل توجهی در این زمینه خواهد داشت. این یک تریلیون دلار، فقط یک پیش‌بینی از آن چیزی است که اتفاق افتادن آن تخمین زده می‌شود، چون شرکت‌هایی که زودتر از بقیه پا در این مسیر بگذارند، سهم نامتناسبی از ارزش کلی آن را نصیب خود خواهند کرد. ظهور این منبع ارزش، در زمانی اتفاق افتاده که فشار رقابتی بر شرکت‌ها زیاد شده است.

با زیگران دیجیتالی که به سرعت پیشرفت می‌کنند، چشم‌انداز کسب و کار سیالی ایجاد می‌کنند و سرعت تغییر را افزایش می‌دهند. برای مدیران عامل، استفاده از تکنولوژی ابری، فقط موتوری برای رشد درآمد و کارآمدی نیست. مزیت‌های آن در سرعت، مقیاس،

پایگاه خبری و اطلاع رسانی



اقتصاد الکترونیکی

www.elececo.ir

مارادر شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید

-  elececo
-  elececo.ir
-  elececoir
-  elececoir

از تحول دیجیتال در
کسب و کارها
بخوانیم و باخبر باشیم



دفتر نشریه: ۶۶۵۲۱۲۸۳	تلگرام و واتساب: ۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵	جهت ارسال مقاله، گزارش و خبر:
ایمیل: elececo.ir@gmail.com	شماره مستقیم سردبیر: ۰۹۲۱۲۷۸۹۴۰۶	



جدیدترین آمارها درباره محتواهای بصری

■ نویسنده: آدام کافل - کارشناس بازاریابی محتوا مترجم: امیر آل علی

امروزه از محتوای بصری، به عنوان مهم‌ترین اقدام در زمینه بازاریابی نام برده می‌شود که دارای فرمتهای مختلفی است. در دو سال اخیر به خاطر شرایط کرونا، تعداد کاربران اینترنت با رشدی تاریخی همراه بوده است. به همین خاطر اگر تولید محتواهای حرفه‌ای نداشته باشید، فرصتی طلایی را از دست خواهد داد. در این زمینه حتی اگر تا به امروز اقدام خاصی را انجام نداده‌اید، هنوز دیر نشده و بسیاری از تحلیلگران بر این باور هستند که تأثیر مثبت قرنطینه خانگی بر افزایش کاربران اینترنت، حتی در دوران پساکرونا نیز حفظ خواهد شد. با این حال تنها زمانی می‌توان نتایج بسیار خوبی را به دست آورد که اطلاعات خوبی را داشته باشید. در این زمینه آگاهی از جدیدترین آمارها و ترندها، در این زمینه تأثیر بزرگی را دارد که در ادامه منتخب آنها در سال ۲۰۲۱ را بررسی خواهیم کرد.

موردنی و مصاحبه قرار دارد.

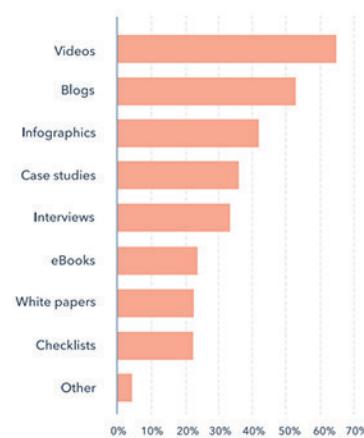
۲- اکثر بازاریاب‌ها در هفته بین ۲۵ تا ۵۰ محتوار ارسال می‌کنند

یکی از دغدغه‌های همیشگی افراد این است که در زمینه تولید محتوا بر طبق چه برنامه‌ای باید اقدام کنند و حجم فعالیت استاندارد چه میزان است. در این زمینه توجه به بازاریاب‌های حرفه‌ای، منطقی‌ترین اقدام خواهد بود. در این رابطه آمارهای جهانی حاکی از آن است که در حدود ۴۱ درصد از بازاریاب‌ها، هر هفته بین ۲ تا ۵ پست را به اشتراک می‌گذارند. با این حال فراموش نکنید که این موضوع به حوزه و سطح توانایی نیز ارتباط دارد. برای مثال یک تیم بزرگ، طبیعتاً می‌تواند هر روز چندین محتوا را تولید نماید ولی این موضوع برای تیم‌های کوچک چندان امکان‌پذیر نخواهد بود. همچنین جذابیت حوزه‌های مختلف نیز متفاوت بوده و ممکن است در برخی از حوزه‌ها، موضوعات مختلفی برای پرداختن وجود داشته باشد و در یک بازار دیگر، موضوعات به مرتب محدودتر شود. با این حال به صورت کلی نکته طلایی در این بخش، فعالیت به شکلی است که امکان حفظ کیفیت وجود داشته باشد. در واقع دو محتواهای حرفه‌ای در

۱- ویدئو محبوب‌ترین نوع محتوا است

برای دومین سال متوالی ویدئو موفق شده است تا خود را به عنوان محبوب‌ترین نوع محتوا معرفی نماید. به همین خاطر باید این نوع را در اولویت اول خود قرار دهید. با این حال ویدئو نیز شامل زیرمجموعه‌های متنوع بوده و باید این موضوع را بررسی کنید که کدام یک از آنها، در منطقه فعالیت شما و بازار هدف مشخص شده، نتایج بهتری را به همراه دارد. در رده‌های بعدی بلاگ، اینفوگرافی، مطالعه

Primary Forms of Media Used Within Content Strategy in 2021



نوع محتوا محسوب می‌شود، بلکه استفاده آن توسط بازاریاب‌ها نیز به مراتب بالاتر از سایر گرینه‌ها است. این امر در حالی است که تولید محتوای ویدئویی، به مراتب سخت‌تر از بلاگینگ، اینفوگرافی، مصاحبه و پادکست است.

با این حال تکنولوژی به حدی پیشرفته است که با یک دوره آموزشی و با امکانات حداقلی نیز می‌توان اقدامات جذابی را انجام داد. به صورت کالی امروزه تولید محتوای ویدئویی، یک فرست شغلی با بازار کار تضمین شده نیز محسوب می‌شود. در این رابطه میزان استفاده از ویدئو در شبکه‌های اجتماعی توسط بازاریاب‌ها، ۳۳ درصد است که بیانگر وجود پتانسیل برای رشد است.

درواقع به غیراز یوتیوب به عنوان بزرگ‌ترین بستر اشتراک‌گذاری ویدئو، سایر شبکه‌های اجتماعی نظیر اینستاگرام، چندان به این بخش مهم توجه نکرده‌اند و در نقطه مقابل تیک تاک با تمرکز بر روی یک نوع جذاب از ویدئو (کلیپ‌های ۳۰ ثانیه‌ای) موفق شده است تا به عنوان یک شبکه نوظهور، بسیاری از آمارها را جایه‌جا کند. این موضوع خود دلیل دیگری برای اهمیت فوق العاده بالای ویدئو است. درواقع در بازار حال حاضر، تمرکز بر روی شیوه‌های کم نتیجه دیگر عاقلانه نخواهد بود و لازم است تا نسبت به اولویت‌های خود، تجدیدنظر داشته باشید.

هفته به مراتب بهتر از فعالیت هر روز با کیفیت پایین خواهد بود.

۳-۶۲ درصد از بازاریاب‌ها از وینار در سال ۲۰۲۰ استفاده کردند

درواقع تا قبل از شیوع جهانی ویروس کرونا، وینار چندان محبوب نبوده و میزان استفاده از آن کمتر از ۳۰ درصد بوده است. با این حال طی تنها یک سال، شاهد رشد دوبرابری آن بوده‌ایم. بسیاری از تحلیلگران در این زمینه عقیده دارند که وینار به‌زودی جای جلسات و همایش‌ها را خواهد گرفت. دلیل این امر نیز به این خاطر است که چنین اقدامی به مراتب مقرن‌به‌صرف‌تر بوده و به مکان و زمان خاصی محدود نخواهید بود. به همین خاطر به نظر می‌رسد که با توجه به بهبود اوضاع بازار با واکسیناسیون جهانی، شاهد سرمایه‌گذاری بیشتر در این زمینه باشیم. درواقع به نظر می‌رسد که این میزان در سال جاری به بیش از ۸۰ درصد بررسد. درواقع در سال اول شیوع جهانی ویروس کرونا، بسیاری از بازاریاب‌ها و مدیران وارد شرایطی جدید شدند که حداقل تا ۲۰ سال قبل، بی‌سابقه بوده است. به همین خاطر طبیعی است که شوک این اتفاق باعث شده باشد تا رشد حداکثری را شاهد نباشیم. با این حال همین آمار نیز بسیار قابل توجه بوده و شاهد تغییری بزرگ تنها در یک سال هستیم. این امر در حالی است که به طور معمول تغییرات بنیادی، طی چند سال رخ می‌دهند.

۶- ۷۰ درصد کاربران اینترنت از یوتیوب برای حل مشکلات خود استفاده می‌کنند

اطلاق این جمله که یوتیوب به یک دانشگاه مجازی تبدیل شده است، ابداً اغراق محسوب نمی‌شود. درواقع در این بستر اگرچه انواع ویدئوها وجود دارد، با این حال شاهد آموزش‌های مختلف در حوزه‌های گوناگون هستیم و امکان فعالیت همگانی در کنار کسب درآمد (شریک شدن در سود تبلیغات) باعث شده است تا شاهد فعالیت‌های بسیار خوب، کارآمد و حرفه‌ای باشیم. درواقع کسب درآمد از این بستر به قدری مناسب و جذاب است که شاهد پدیده‌ای به نام ولاگر هستم.

نکته جالب این است که آمارها حاکی از آن است که از این بستر حتی افرادی هستند که درآمدهای بالای ۱۰۰ میلیون دلار دارند که در کمتر حوزه کاری می‌توان به این رقم دست پیدا کرد. در این راستا بنا بر آمارهای جهانی بیش از ۷۰ درصد کاربران اینترنت از یوتیوب برای رفع مشکلات خود در حوزه‌های مختلف استفاده می‌کنند. به همین خاطر نباید تصور کنید که تنها محتواهای سرگرم‌کننده، شانس موفقیت دارند. درواقع توجه به نیاز، به مراتب مهم‌تر از سرگرم‌کردن محسوب می‌شود. درواقع ترنده اصلی کسب و کارها این است که مشکلات

۴- رشد ویدئو از سال ۲۰۱۲ بیش از ۱۷ برابر بوده است

اگر بخواهیم بالاترین رشد را برای انواع فرمتهای محتوایی نام ببریم، بدون شک ویدئو با اختلاف در صدر قرار دارد. درواقع مشاهده به مراتب ساده‌تر از مطالعه بوده و در این شیوه، شما فضای انجام اقدامات بسیاری را دارید. نکته‌ای که در این بخش باید به آن توجه نمایید این است که شب این رشد در دو سال اخیر به خاطر پاندمی کرونا، با سال‌های قبل متفاوت بوده و بالاترین میزان را به خود اختصاص می‌دهد. درواقع اگرچه این ویروس برای اکثر کسب و کارها مشکلاتی را به همراه داشته است، با این حال در زمینه محتوای بصری، بهمند یک موقعیت طلایی بوده است. به همین خاطر برندهایی که از مدت‌ها قبل به بهترین شکل از بستر اینترنت استفاده کرده‌اند، کمترین مشکل را از زمان شروع پاندمی داشتنند.

۵- ۸۷ درصد از بازاریاب‌ها از ویدئو به عنوان یکی از استراتژی‌های اصلی استفاده می‌کنند

نکته‌ای که در رابطه با این آمار باید به آن توجه داشته باشید این است که در برخی از کشورها آمار دقیقی وجود ندارد و به همین خاطر احتمالاً میزان آن کمی بیشتر است. درواقع ویدئو نه تنها محبوب‌ترین

کسب و کار هوشمند

۸-۶۴ درصد از مشتریان بعد از مشاهده ویدئو اقدام به خرید می‌کنند

اگر در سایت و یا شبکه‌های اجتماعی خود ویدئو از محصولات ندارید، متأسفانه باید با آمار فروش پایین کنار بیایید. درواقع ۶۴ درصد از مشتریان حتی قبل از خرید خود ویدئوهای محصول را مشاهده می‌کنند. درواقع تأثیر این موضوع بیش از صدها عکس است. دراین رابطه فراموش نکنید که تنها تولید محتواهای ویدئویی مطرح نبوده و کیفیت کار نیز بسیار مهم است. با توجه به این امر که در حال حاضر مشتری با گزینه‌های متعددی مواجه است، فعالیت ضعیف درست بهمانند ضدتبلیغ خواهد بود.

۹- اینستاگرام محبوب‌ترین پلتفرم برای بازاریاب‌ها است

اگرچه تصویر عمومی این است که فیسبوک و یوتیوب که پر مخاطب‌ترین شبکه‌های اجتماعی جهان هستند، بستر اصلی فعالیت بازاریاب‌ها محسوب شوند. با این حال واقعیت این است که این آمار در اختیار اینستاگرام است. درواقع اکثر برندها و افراد مشهور جهان، در این شبکه حضور داشته و اخیراً امکانات متنوع برای صفحات تجاری، باعث شده است تا انتخاب اول اکثر بازاریاب‌ها، این شبکه باشد. دراین رابطه قابلیت استوری، مهم‌ترین ابزار فعالیت تجاری انتخاب شده است. در این زمینه به عنوان ۸۰ درصد از بازاریاب‌ها از شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از استراتژی‌های اصلی خود استفاده می‌کنند.

۱۰- فیسبوک دومین بستر محبوب اشتراک‌گذاری ویدئو است

در راستای رقابت هرچه بهتر با یوتیوب، این شبکه امکانات و اقدامات متنوعی را در هفت سال اخیر انجام داده است تا بتواند به عنوان یک پایگاه اشتراک‌گذاری قدرتمند ویدئو، مطرح شود. همین امر باعث شده است تا فاصله آن با یوتیوب در حال حاضر، به کمترین

مشتریان و جامعه هدف خود را شناسایی کرد و به خوبی آنها را مورد ارزیابی قرار دهند.

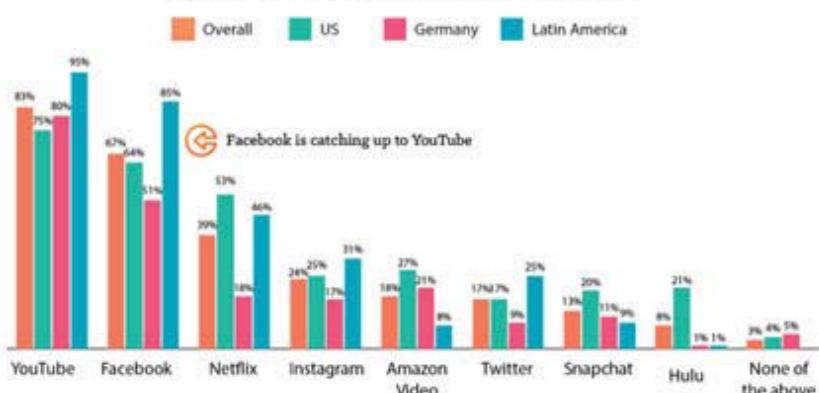
۷- رشد ویدئوهای بلند در سال ۲۰۲۰ بیش از ۱۴۰ درصد بوده است

تجربه موفق تیک تاک باعث به وجود آمدن تصویری غلط شده است که ویدئوهای کوتاه، بالاترین شانس رشد را دارند. با این حال این موضوع تنها در زمینه موضوعات سرگرم‌کننده صادق خواهد بود. درواقع با توجه به این امر که در مشاهده ویدئو افراد کمترین فشار را متحمل می‌شوند، طبیعی است که موارد طولانی ابدآ باعث نارضایتی نباشد. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که مخاطب به دنبال رفع نیاز خود بوده و بدون شک در محتواهای کوتاه نمی‌توان به خوبی یک موضوع را مورد بررسی قرارداد. در این زمینه ارائه هرگونه زمان مشخصی، کاملاً اشتباه بوده و این موضوع به نیاز موجود بستگی دارد. برای مثال ممکن است موضوع یک ویدئو به ۴۵ دقیقه زمان نیاز داشته باشد. این امر در حالی است که ویدئوی دیگر تنها ۱۰ دقیقه زمان بخواهد.

در این زمینه ارائه هرگونه آماری باعث خواهد شد تا شاهد اقدامات غیرحرفه‌ای نظری طولانی کردن ویدئو باشیم. به صورت کلی ویدئوهای طولانی در سال گذشته بالاترین میزان رشد را داشته و این امر بیانگر جذابیت آن برای مخاطبین است. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که ویدئوی طولانی بیش از ۱۰ دقیقه و کمتر از یک ساعت است. درواقع توصیه می‌شود که در رابطه با زمان‌های بیش از یک ساعت، استراتژی چند قسمتی کردن موضوع را اجرا نمایید. درواقع اگرچه محتواهای طولانی رشدی ۱۴۰ درصدی تنها در یک سال را داشته است، با این حال نباید تصور کنید که به هر میزانی که زمانی طولانی‌تر را شغال نمایید، نتیجه‌های بهتر را هم به دست خواهید آورده.

Facebook is catching up to YouTube as a video platform

Where do you currently watch video content online?



بازاریاب‌ها نیز قرار گرفته و بر اساس جدیدترین نظرسنجی‌ها، بیش از ۷۰ درصد کاربران بر این باور هستند که تولید محتوای ویدئویی تأثیری به مراتب بالاتر از تبلیغ حتی در بستر بسیار محبوبی نظیر گوگل به عنوان محبوب‌ترین مرورگر دنیا دارد. بیش از ۸۰ درصد بازاریاب‌ها نیز بر این باور هستند که تأثیر ویدئو برای تبلیغ مخاطب به مشتری، به مراتب بیشتر از عکس است.

۱۳- محبوبیت لایو ۳ بوابه بیشتر از سایر ویدئوهای است

درواقع تمرکز اصلی مخاطبان حتی به ویدئوهای کوتاه نیز نبوده و در این زمینه پخش زنده، محبوب‌ترین محسوب می‌شود. علت این امر نیز به این خاطر است که در پخش زنده، افراد می‌توانند به کمترین فاصله رسیده و خود را در محل، حسن نمایند. همچنین در پخش زنده دیگر امکان تغییر و ویرایش وجود ندارد و این امر به واقعی بودن همه چیز و جلب سریع تر اعتمادها کمک می‌کند. همین امر نیز باعث شده است تا اکثر شبکه‌های اجتماعی، بستری برای پخش زنده (لایو) داشته باشند. در زمینه بازاریابی نیز شما باید به دنبال راهکارهای مختلف، در رابطه با استفاده حداکثری از این بستر محبوب باشید.

در آخر نکته‌ای که باید به آن توجه نمایید این است که قرار داشتن یک مورد در رتبه اول، به معنای کنار گذاشتن سایر گزینه‌ها نبوده و تنها به درک بهتر اولویت‌ها کمک می‌کند.

منبع: فرصت امروز

میزان خود برسد. در رده‌های بعدی این آمار نتفلیکس، ایستاگرام و آمازون قرار دارند.

۱۱- تیک تاک مورد توجه جدی بازاریاب‌ها قرار گرفته است

در مقایسه با سال ۲۰۱۹، میزان استفاده از تیک تاک توسعه بازاریاب‌ها بیش از دوره‌ای شده است. درواقع محبوبیت جهانی و بسیار سریع این شبکه، باعث شده است تا توجه به آن امری ضروری باشد. در این راستا نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که ماهیت سرگرم‌کننده اکثر ویدئوهای این شبکه در کنار کوتاه بودن آنها باعث شده است تا شناسی دیده‌شدن تبلیغات بسیار بالا باشد. به همین خاطر اگر خواهان رشد کسب‌وکار خود هستید، باید از تیک تاک‌ها غافل شوید.

۱۲- تأثیر تولید محتوا و ویدئویی حتی از تبلیغات گوگل

فیز بیشتر است

درواقع امروزه در جهانی زندگی می‌کنیم که دیگر تبلیغات جذابیت گذشته را ندارد و جای خود را به تولید محتوا داده است. درواقع کمتر کسی را می‌توان پیدا کرد که تمایلی به مشاهده یک تبلیغ داشته باشد و در اکثر شبکه‌ها، این اقدام کاملاً تحملی است که با نارضایتی گسترده کاربران همراه است. همین امر باعث شده است تا مخاطبان به دنبال راهکارهایی باشند که باعث شود تا در شبکه‌های مختلف نظیر یوتیوب، ویدئوها را بدون تبلیغ مشاهده کنند. این موضوع مورد توجه



آخرین مقالات و گزارش‌ها:

اقتصاد دیجیتال

فناوری مالی (فین‌تک)

ارز دیجیتال

بلکچین دیجیتال

و...

کسب‌وکار دیجیتال

فروش آنلاین

دیجیتال مارکیٹ

روشهای دیجیتال

و...

ماهنه
اقتصاد دیجیتال

پایه شیوه و اخلاق رسانی
elececo

اقتصاد الکترونیکی
www.elececo.ir

ما را در شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید



elececo



elececoir



elececoir



elececoir

ماهنه
اقتصاد دیجیتال

۵۰



۴ ریسک توسعه فین‌تک‌ها؛ چرا بانک‌ها با فین‌تک‌ها مخالف‌اند؟

فین‌تک‌ها بازیگران نوینی در حوزه خدمات مالی محسوب می‌شوند که باتکیه‌بر نوآوری‌های فناورانه، مزیت رقابتی، اقتدار، حکمرانی و انحصار مؤسسات مالی به‌ویژه بانکداری سنتی را به چالش می‌کشند. در واقع فین‌تک‌ها بانک نیستند، اما قادرند حجم بالایی از خدمات بانکی را مشتریان عرضه کنند و سرویس‌های مختلفی مثل پرداخت فردی‌فرد، تأمین‌های جمعی، پرداخت‌ها با شرایط متنوع و ده‌ها خدمت دیگر را با استفاده از تلفن‌های همراه و شبکه‌های اجتماعی با سهولت بیشتر و کارمزد کمتر انجام دهنند. پی‌پال، از بزرگ‌ترین فین‌تک‌های جهان است که در عمل با یک ایده ساده پرداخت بر اساس ایمیل شکل گرفت و اکنون بسیاری از خدمات بانکی و مالی را به اشخاص و شرکت‌ها عرضه می‌کند.

پدیده‌های غیربانکی. از نظر بانک‌های سنتی توسعه فین‌تک‌ها ریسک‌های بالایی دارد. بانک‌های سنتی باور دارند با توسعه فین‌تک‌ها؛

- نخست، بخشی از بازار را به دلیل رقبای جدید از دست می‌دهند. به‌ویژه در پرداخت‌ها کارت‌های اعتباری، پسانداز و ...
- دوم، توسعه فین‌تک‌ها فشاری بر مازاد حاشیه سود است و در نهایت به کاهش درآمد آن‌ها منجر می‌شود.

- سوم، توسعه فین‌تک‌ها ریسک‌های عملیاتی و کلاهبرداری را بالا می‌برد.
- چهارم، به وابستگی بیشتر بانک‌ها به راه حل‌های فناوری در خدمات مالی منجر می‌شود.

با وجود مخالفت بانکداری سنتی با توسعه فین‌تک‌ها، بررسی‌ها نشان می‌دهد اصلی‌ترین عامل موفقیت آن‌ها توانمندسازی آن‌هاست. در ایران چالش‌های قانون‌گذاری، عدم وجود استراتژی‌های شفاف در بانک‌ها برای همکاری با فین‌تک‌ها و چالش‌های مدیریت مشتریان از دلایل عده در عدم توسعه فین‌تک‌ها اعلام شده است و عدم رفع این موانع می‌تواند بسیاری از استارتاپ‌های فین‌تکی را به رکود و تعطیلی بکشاند.

بانک‌های سنتی تجربه طولانی‌مدتی در ارائه خدمات مالی دارند و در نتیجه تخصص موردنیاز این باشته شده را به خصوص در زمینه‌هایی همچون ارائه محصولات مالی پیچیده، وام مسکن و ارائه وام به شرکت‌ها، مدیریت ریسک، واسطه‌گری مالی، مدیریت ثروت و سایر خدماتی که موردنیاز یک مدیر بانک باصلاحیت بالاست را کسب کرده‌اند.

در نتیجه آن‌ها یک مزیت مهمی در زمینه خدمات و محصولات دانش محور دارند. برای سالیان متمادی بانک‌ها رویکرد «مشتری را بشناس» را بکار گرفته‌اند که زمینه ارائه خدمات مالی شخصی شده و مشتری محور را برای حصول اطمینان از رضایت مشتری فراهم می‌کند.

هم‌زمان استانداردهای نظارتی بالا، ایجاد کسب و کار بانکداری را تضمین کرده است که مبتنی بر امنیت و نگهداری از اطلاعات است. نگهداری از اطلاعات یکی از پیش‌شرط‌ها برای استفاده از فناوری‌های مالی است. مطالعات نشان می‌دهد صنعت بانکداری تحول خود را در سال‌های آتی بنا بر چهار دلیل ادامه خواهد داد: پیامدهای بحران مالی، تغییر رفتار مشتریان بانکداری، سرعت انتشار راه حل‌های نوآورانه پائین دستی فناوری اطلاعات و ظهور



پنج ویژگی بانکداری متمرکز دیجیتال در عصر جدید

این مقاله مرور مختصری بر مفاهیم سیستم بانکداری متمرکز دیجیتال دارد و پنج ویژگی برتر نرم افزارهای بانکداری متمرکز را بررسی می کند.

به حساب بانکی خود می بایست به یک شعبه فیزیکی بانک مراجعه کند. دیجیتالی کردن بانکها در قالب تحول مبتنی بر بانکداری متمرکز، مشتریان را قادر می سازد تا این امور را تنها با چند کلیک به طور کامل انجام دهند. در حقیقت مشتریان می توانند تمامی تراکنش های مالی روزمره خود را به راحتی از خانه یا محل کار خود و بدون نیاز به مراجعته به بانک انجام دهند.

با وجود چنین امکانات جذابی در سیستم های متمرکز بانکداری دیجیتال، هنوز شور و شوق قابل توجهی برای پیاده سازی این سیستم ها در بخش بانکداری دیده نمی شود. تحقیقات انجام شده در سطح صنعت بانکداری نشان می دهد که تنها ۴۰ درصد از بانکها برنامه دارند تا سیستم های بانکداری متمرکز موجود خود را در طول سه سال آینده تعویض یا نوسازی کنند. البته تعداد این بانکها قطعاً در آینده افزایش خواهد یافت؛ چراکه چشم انداز فعالیت در صنعت بانکی بسیار رقابتی تر شده و مشتریان هم تقاضاهای بیشتری برای محصولات، خدمات و تجربیات جدید و نوآورانه بانکی دارند.

أنواع سیستم‌های بانکداری متمرکز

سیستم های بانکداری متمرکز، در واقع شامل مجموعه ای از نرم افزارها و سخت افزارهای رایانه ای بانک هستند که فعالیت های بکار راندن بانک را بر عهده دارند تا بانک بتواند تراکنش های بانکی روزانه را پردازش و حساب ها را بر اساس آنها به روز رسانی کند. انواع سیستم های بانکداری متمرکز به طور معمول شامل سپرده، برداشت، پردازش چک، انتقال وجه به روش های مختلف درون بانکی و بین بانکی، تسهیلات تجاری و اعتبار سنجی، مدیریت کارت های اعتباری تجاری و مدیریت کارت های بدھی هستند که همراه با مجموعه ای دیگری از فرایندهای مهم بانکداری در اختیار

محمدحسین شیرزادی، مدیر بخش پشتیبانی مشتریان پرداخت مدرن داتین نوآوری های دیجیتال، بسیاری از صنایع را در دهه گذشته متحول کرده است. بخش بانکداری یکی از حوزه هایی است که توسط تحول دیجیتال به صورت کامل دچار تغییر شده است. علت این تحول بنیادین این است که بخش بانکداری به منظور برآورده کردن نیازهای فوری مشتریان خود و به دلیل ماهیت خدماتی که ارائه می دهد، نیازمند تطبیق سریع خدمات خود با تحول دیجیتال بوده است. به این ترتیب، بخش بانکی اطمینان حاصل کرد که ارائه «سروریس های دیجیتال پایه» به مشتریان خود، اولویت اصلی اش خواهد بود. این اقدامات نوآورانه راه را برای بانکداری متمرکز دیجیتال و مجموعه ای از خدمات جدید و نوآورانه که در سیستم های مدرن بانکداری متمرکز دیجیتال گنجانده شده اند، هموار کرد.

فناوری بانکداری متمرکز چیست؟

به بیان ساده، بانکداری متمرکز دیجیتال، نوعی فناوری بانکداری است که دسترسی به تمام فعالیت ها و خدمات اصلی بانکداری را از طریق پلتفرم های دیجیتال فراهم می کند. پلتفرم های بانکداری متمرکز، تضمین می کنند که مشتریان در هر نقطه و بدون توجه به محدودیت های زمان، مکان و دیگر محدودیت های این چنینی، به خدمات بانکداری از طریق کانال های حضوری و غیر حضوری دسترسی داشته باشند.

تفاوت اصلی بین بانکداری متمرکز سنتی و بانکداری متمرکز دیجیتال، «واسطه ای» است که از طریق آن خدمات بانکداری به مشتریان ارائه می شود. در سناریوی سنتی، یک مشتری حتی برای کارهای بانکی ساده مانند سفارش دسته چک یا واریز وجه

و صحیح داده‌ها می‌تواند به بانک کمک کند تا محصولات مالی مناسب‌تری را به مشتریان خود پیشنهاد دهد. داده‌های تجاری و تراکنشی همچنین می‌توانند به بانک‌ها کمک کنند تا استراتژی‌های رشد خود را ارزیابی کرده و محصولات جدیدی را به بازار ارائه کنند که به نفع مشتریان بانک باشد.

۴. اپلیکیشن‌های موبایلی

اپلیکیشن موبایلی تبدیل به یک افزونه ضروری سیستم‌های بانکی برای تضمین حضور بانک در فضای دیجیتالی شده است. اپلیکیشن‌های موبایلی و ابزارهای اینترنت بانک به مشتریان اجازه می‌دهند تا از هرجایی به حساب بانکی خود دسترسی داشته باشند. این امر به مشتریان این اطمینان را می‌دهد که می‌توانند فعالیت‌های بانکداری خود را بدون وقفه انجام دهند و همچنین میزان علاقه‌مندی مشتری به بانک را بهبود می‌بخشد.

۵. یکپارچگی امنیتی پیشرفته

با مهاجرت تدریجی عملیات بانکداری به فضای آنلاین، احتمال کلاهبرداری و تراکنش‌های تقلیبی افزایش می‌یابد. یکی از مزایای کلیدی نرم‌افزار بانکداری متمنکز، تضمین وجود یکپارچگی امنیتی بالا در تمام بخش‌های بانک است. ویژگی‌هایی مانند فرایندهای تأیید دو مرحله‌ای و مدیریت احراز هویت دیجیتال، به صورت هم‌زمان، ضریب امنیت بالایی را هم برای بانک‌ها و هم برای مشتریان تضمین می‌کند.

نتیجه‌گیری

امیدواریم این مقاله به شما کمک کرده باشد تا اهمیت سیستم‌های بانکداری متمنکز را درک کنید اطلاعات مفیدی را در مورد ویژگی‌های کلیدی سیستم‌های بانکداری متمنکز به دست بیاورید. شکی نیست که کسب‌وکار بانکداری به خودی خود بسیار پیچیده است. خبر خوب این است که نرم‌افزارهای بانکداری متمنکز و برنامه‌های بانکداری پیشرفته می‌توانند به بانک‌ها در تطبیق‌پذیری با نیازهای عصر دیجیتال و ارائه تجربه عالی به مشتریان خود کمک کنند؛ چراکه افزایش علاقه‌مندی مشتری به بانک و تجربه بانکداری فوق العاده، دو رکن اصلی در تسريع رشد و افزایش سودآوری هر بانک محسوب می‌شوند. بانک‌ها برای رشد در کسب‌وکار بانکداری و همچنین داشتن مزیت‌های رقابتی خاص خود، نیازمند این هستند که تحول سیستم‌های بانکداری متمنکز را یکی از بالاترین اولویت‌های خود بدانند.

منبع: عصر بانک

بخش‌های شعبه و ستاد بانک‌ها قرار می‌گیرند.

معماری سیستم‌های بانکداری متمنکز یک ابزار ارتباطی سهل و ساده ارائه می‌کند که با کمک آن، سیستم‌های دفتر کل با ابزارهای پیشرفته گزارش گیری در هم ادغام می‌شوند تا مدیریت فعالیت‌های روزمره بانکی بسیار سریع و کارآمد شوند. نرم‌افزار بانکداری متمنکز، بهره‌وری یک بانک را به شکل قابل توجهی بالا می‌برد و همچنین به افزایش درآمد کلی بانک هم کمک می‌کند.

ویژگی‌های نرم‌افزارهای بانکداری متمنکز

پلتفرم‌های بانکداری متمنکز، به صورت معمول، ویژگی‌ها و کارکردهای بی‌شماری را ارائه می‌دهند. با این حال، از میان آنها، ویژگی‌های کلیدی نرم‌افزار بانکداری متمنکز که در ادامه آورده شده‌اند، آنقدر ارزشمند هستند که تحول دیجیتالی در بانک را معنادار سازند:

۱. احراز هویت مشتری

در یک سناریوی بانکداری سنتی، احراز هویت مشتری یکی از سخت‌ترین وظایف بانکداری است. اما نرم‌افزارهای بانکداری متمنکز، این فرایند را بسیار ساده می‌کنند. در اینجا از بروکراسی اداری و تأیید چند مرحله‌ای مدارک مشتری خبری نیست. تمامی فرایند با چند کلیک و به صورت کاملاً دیجیتالی تکمیل می‌شود.

۲. مدیریت وجوده دیجیتال

با کمک سیستم‌های بانکداری متمنکز دیجیتال، امروزه می‌توان تراکنش‌های نقدی روزمره مانند سپرده‌گذاری، برداشت و انتقال وجهه را به صورت دیجیتالی و بدون هیچ گونه تعامل رودررو پردازش کرد. این امر باعث می‌شود تا عملیات عادی بانکی، امن و کارآمد شوند. این موضوع را می‌توان به دیگر عملیات بانکی هم تعییم داد؛ عملیاتی چون پرداخت قبوض، پرداخت‌های مبتنی بر کارت اعتباری و تراکنش‌های خرید از خرده‌فروشی‌های آنلاین. این موضوع به خصوص در دوران شیوع ویروس کرونا که حفظ سلامت مشتری از طریق کاهش تماس‌های رودررو، ضروری تر از هر زمانی شده، بسیار حیاتی است.

۳. امن‌سازی مدیریت اطلاعات

مهاجرت داده‌ها و مدیریت داده‌ها دو مورد از مهم‌ترین جنبه‌های حیاتی صنعت بانکداری هستند. پلتفرم‌های بانکداری متمنکز، به صورت هم‌زمان مدیریت داده‌ها را قابل مدیریت و یکپارچه می‌کنند. با در اختیار داشتن داده‌های تلفیقی که شامل داده‌های مشتری، داده‌های تجاری و داده‌های تراکنشی بانک هستند، بانک می‌تواند در گرفتن تصمیمات خود مؤثر تر عمل کند. مدیریت دقیق

ریال دیجیتال دردی از اقتصاد دوانمی کند

■ میناسادات حسینی

علی صالح آبادی، رئیس کل بانک مرکزی در حالی خبر از راه اندازی رمزارز ملی به صورت آزمایشی در ماههای آینده داد که محمد رضا شرفی، رئیس کارگروه رمزارز کمیسیون فاوا اتاق بازرگانی ایران و فعال حوزه بلاکچین معتقد است که عبارت رمزارز ملی از بنیان غلط است و علاوه بر آن، راه اندازی ریال دیجیتال (و نه رمزارز ملی) دردی را از اقتصاد دوانمی کند.

ریال دیجیتال آگاهی ندارد گفت: در بحث راه اندازی پول دیجیتالی، چندین ساختار و مکانیزم متفاوت وجود دارد، ولی ما هنوز سازوکار گرفته شده در آن را نمی‌دانیم، زیرا مشخص نیست در ریال دیجیتال چه ابزارهایی بهره‌گیری شده است؛ بنابراین هنوز مشخص نیست که در اثر بهره‌گیری از این ابزارها چه کاربردها و قابلیت‌هایی در آن تعریف شده و این موضوع بسیار بسته در بانک مرکزی پیش می‌رود.

ریال دیجیتال همچون رمزارزهای خرید و فروش نمی‌شود

رئیس کارگروه رمزارز کمیسیون فاوا اتاق بازرگانی ایران گفت: ریال دیجیتال همچون رمزارزها خرید و فروش نخواهد شد، زیرا ارزش آن ثابت و برابر با همان ریال است.

شرفی با بیان اینکه دولت می‌تواند بر کیف پول‌های ارز دیجیتال نظر نظر نداشت، گفت: با استفاده از امکانات این فناوری دولت در لحظه می‌تواند بر کیف پول‌های ریال دیجیتال نظر نداشت. اگر این پول درست راه اندازی شود می‌تواند به شفافیت نقل و انتقالات مالی کمک کند.

نظارت آمریکا بر انتقالات پولی بادر دیجیتالی

رئیس کارگروه رمزارز و بلاکچین کمیسیون فاوا اتاق بازرگانی ایران در پاسخ به سؤال مبنی بر اینکه تاکنون تجربه راه اندازی ارز دیجیتال ملی در سایر کشورها وجود دارد یا خیر، گفت: یوان دیجیتال پیش از این راه اندازی شده و در حال حاضر در چند استان چین به صورت آزمایشی استفاده می‌شود. ما باید منتظر باشیم دلار دیجیتال نیز راه اندازی شود. راه اندازی دلار دیجیتال برای آمریکا امکانات بسیار بیشتری فراهم می‌کند تا با آن بتواند بر انتقالات دلار جهانی نظر نداشت.

شرفی با بیان اینکه راه اندازی پول دیجیتال برای هر کشوری آثاری متفاوت دارد، گفت: این موضوع در کشورهایی تأثیرگذار است که اقتصاد قوی دارند و پولشان در جهان گردش دارد. قدرت اقتصادی هر کشور به واحد پول آن کشور بها و ارزش می‌دهد. اگر قدرت اقتصادی یک کشور زیاد باشد این ابزارها می‌توانند به توسعه منافع اقتصادی آن کشور کمک کنند. ولی وقتی پولی ارزش ندارد استفاده از صورت فیزیکی یا دیجیتالی آن تفاوتی نخواهد داشت.

وی گفت: ریال دیجیتال ادامه همان روند دیجیتالی شدن دارایی و نقدهای است.

منبع: اقتصاد ۲۴

محمد رضا شرفی در مورد راه اندازی رمزارز ملی که از سوی رئیس کل بانک مرکزی اعلام شد، گفت: نکته نخست این است که این عبارت از بنیان غلط است و نباید به این موضوع رمزارز اطلاق کرد، زیرا در اصل ریال دیجیتالی یا پول دیجیتالی بانک مرکزی است که در حال راه اندازی است.

شوآف تبلیغاتی بانک مرکزی بار مزاز ملی

رئیس کارگروه رمزارز کمیسیون فاوا اتاق بازرگانی ایران و فعال حوزه بلاکچین گفت: صحبت‌های رئیس کل بانک مرکزی در مورد رمزارز ملی، ارتباطی به بلاکچین غیرمتاخر ندارد؛ و از یک سری از قابلیت‌هایی که در فناوری بلاکچین وجود دارد در رمزارز ملی استفاده شده است.

شرفی با بیان اینکه راه اندازی ریال دیجیتال در حدی که تبلیغ می‌شود تحولی ایجاد نخواهد کرد، گفت: ریالی که در گذشته به صورت کش و پول فیزیکی و اکنون به صورت دیجیتالی جایه‌جا می‌شود قرار است این با روش پیشرفتی تری در حوزه دیجیتال به خود بگیرد؛ بنابراین رمزارز به معنای مصطلح جهانی نیست.

انتقال پول دیجیتال با بارکد فارغ از محدودیت زمان و مکان

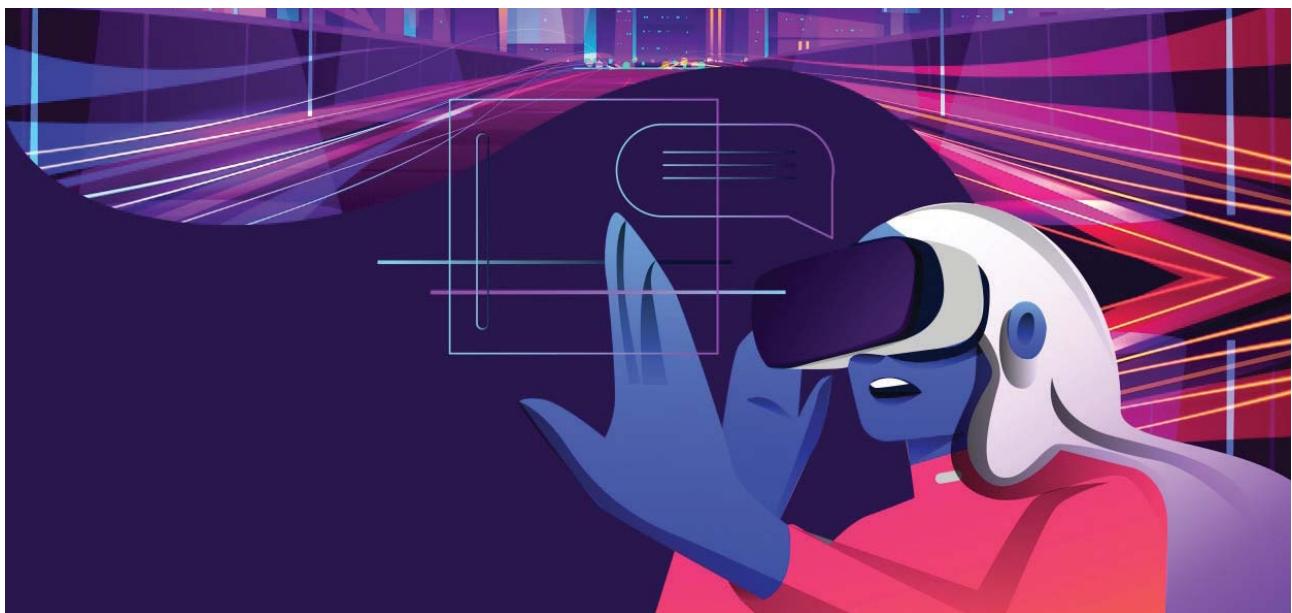
رئیس کارگروه رمزارز کمیسیون فاوا اتاق ایران ادامه داد: عبارت رمزارز ملی اشتباه است و هر کسی چنین لفظی را به کار می‌برد از دید کارشناسان این حوزه فرهنگ‌سازی اشتباه است. در تمام دنیا به این موضوع، پول دیجیتالی می‌گویند. در واقع CBDC مخفف پول دیجیتال بانک مرکزی است. این پول ارتباطی با رمز دارایی ها ندارد و نباید ریال دیجیتال را رمزارز ملی بدانیم و قرار نیست با راه اندازی آن، برای اقتصاد تحول یا گشايشی رخ دهد؛ آن گونه که فضاسازی شده است.

شرفی با بیان اینکه همان ریالی که در جامعه پیش از این در شکل کارت عابر بانک مورداً استفاده بود این با روش دیجیتالی نوینی گرفته است، گفت: با راه اندازی ریال دیجیتال شما می‌توانید این دارایی را که در کیف پول دیجیتالی شماست با استفاده از بارکد یا QR منتقل کنید؛ بنابراین ریال دیجیتال در راستای تسهیل انتقال پول کاربرد دارد. به طور مثال برای انتقال پول شما می‌توانید به جای شماره کارت یک بارکد دیجیتالی بفرستید و ریال منتقل کنید.

جامعه کرپتویی ایران هنوز از چندوچون ریال دیجیتال آگاهی ندارد

به گفته این فعال حوزه بلاکچین، طراحی و اجرای ریال دیجیتال، در دولت قبل انجام شده است که در دولت فعلی از آن رونمایی می‌شود.

شرفی با بیان اینکه جامعه کرپتویی ایران هنوز از چند و چون پروره



متاورس؛ زندگی دلخواه از نوع مجازی

■ بهاره رضاجو ■

"در سال‌های آینده که شاید خیلی هم دور نباشد، هر کس می‌تواند در متاورس‌ها زندگی دلخواه خود را به طور مجازی داشته باشد".

دنیای دیجیتال در حال انفجار است. پول‌هایی که برای خدمات و کالاهای دیجیتالی خرچ می‌کنیم، فراتر از حد تصور است. باور ندارید؟ همین چند ماه پیش بود که مشتریان شرکت اپل، فقط در فاصله کوتاه بین کریسمس و سال نوی میلادی، حدود ۱,۸ میلیارد دلار بابت کالاهای دیجیتال و خدمات این شرکت خرچ کردند؛ بنابراین می‌بینید که اقتصاد دیجیتال به سرعت در حال تحقیق‌یافتن است و ارزهای دیجیتال، بلاکچین و NFT‌ها مرکز این دگرگونی خواهند بود. این روند طی دهه آینده شتاب بیشتری خواهد گرفت و دلیل آن همگرایی گسترده فناوری‌هاست.

- توکن‌های غیرمتشابه (NFTs).

به متاورس (*Metaverse*) خوش آمدید.

متاورس چیست؟

متاورس در یک کلام جهان دیجیتال است؛ جایی که در آن هر چیزی که تصویر کنیم می‌تواند موجود باشد. این واژه در واقع ترکیبی از دو کلمه «متا» – به معنای فراتر و «بونیورس» به معنای جهان است. روزی خواهد رسید که ما دائمًا به متاورس متصل خواهیم بود، حواس بینایی، شنوایی و لمسی ما فراتر از آنچه هستند عمل خواهند کرد، عناصر دیجیتال را با دنیای فیزیک ترکیب خواهیم کرد یا هر زمانی که بخواهیم در محیط‌هایی سه‌بعدی کاملاً غوطه‌ور خواهیم شد. این خانواده از فناوری‌ها در مجموع به عنوان واقعیت توسعه‌یافته (eXtended Reality) یا همان XR شناخته می‌شوند. من بر این باورم که متاورس روزی به یک اقتصاد عظیم تبدیل می‌شود و در آن زمان ارزش آن برابر با بیش از ۱۰ برابر ارزش کل اقتصاد جهانی فعلی خواهد بود.

در حال حاضر نشانه‌هایی اجمالی از چیزی که متاورس در

شاید بپرسید متاورس دیگر کجاست؟ در یک کلمه جهان‌های مجازی؛ اما اگر جزئیات بیشتری می‌خواهید واقعیت این است که برای پاسخ به این سؤال یک جمله یا پاراگراف کافی نیست؛ بنابراین به کمک این مقاله نسبتاً بلند که آقای اریک الیوت (Eric Elliott) نگاشته است، می‌خواهیم شما را با متاورس و اهمیت آن آشنا کنیم. همچنین درباره برخی از روندهای رایج فعلی و اینکه برای توسعه و پیشرفت متاورس در سال ۲۰۲۱ چه چیزهایی را می‌توانیم انتظار داشته باشیم صحبت خواهیم کرد.

قبل از شروع بد نیست بدانید که «متاورس» هزار و یک معنی دارد، اما هر چه که باشد، از عناصر اصلی زیر تشکیل شده است:

- شبکه‌های فراگیر
- ارزهای دیجیتال
- شبکه‌های رمزنگاری مانند بیت‌کوین و اتریوم
- واقعیت توسعه‌یافته (XR)، شامل واقعیت مجازی (VR) و واقعیت افزوده (AR)

در سال‌های قبل از ظهور بیت‌کوین به عنوان اولین ارز دیجیتال ماندگار در دنیا، ویتالیک بوترین یکی از طرفداران پروپرچر ص بازی‌های مجموعه وارکرفت مخصوصاً بازی ورلد آو وارکرفت (World Of Warcraft) بود. ماجرا از آنجا شروع شد که یک روز ویتالیک متوجه شد شرکت بلیزارد (Blizzard) یکی از قابلیت‌های وارلاک محبوب او را حذف کرده است^۱:

"بلیزارد گزینه دمیج (damage) را از اسپل سایفون لایف (Siphon Life spell) وارلاک محبوب من حذف کرد. آن شب با گریه خواهیدم و فهمیدم که سرویس‌های متمرکز چه کابوسی می‌توانند برای ما باشند." ویتالیک بوترین این اتفاق، انگیزه‌ای شد که ایده اترویوم در ذهن ویتالیک شکل بگیرد. اترویوم یک شبکه رمزنگاری غیرمتمرکز است، مانند همان شبکه‌ای که از بیت‌کوین پشتیبانی می‌کند، با این تفاوت که می‌تواند برنامه‌های قراردادی دلخواه به زبان تورینگ کامل را اجرا کند. این برنامه‌ها همان قرارداد هوشمند هستند. با قراردادهای هوشمند می‌توان کارهای زیادی انجام داد. یکی از این کارها، عرضه یک آیتم دیجیتال منحصر به فرد است که توکن غیرمتشابه (NFT) نامیده می‌شود.

چرا متاورس به ارزهای دیجیتال، NFT‌ها و استانداردهای شبکه باز نیاز دارد؟

ارزش بازار آیتم‌های دیجیتال ۱۰ میلیارد دلار است و فقط فورتنایت (یکی از بازی‌های ویدئویی آنلاین پرطرف‌دار) به تنهایی بیش از یک میلیارد دلار در این زمینه فروش کرده است. در حال حاضر آیتم‌های دیجیتال فورتنایت، فقط در فورتنایت کار می‌کنند و اگر ایپک گیمز (Epic Games)، شرکت سازنده فورتنایت، تصمیم بگیرد که فورتنایت را متوقف کند، آن آیتم‌ها یک‌شبه تمام ارزش خودشان را از دست می‌دهند. یعنی یک بازار چندمیلیاردلاری به راحتی به ابدیت خواهد پیوست. در ۱۳ اوت ۲۰۲۰، ایپک گیمز، از اپل به خاطر دریافت ۳۰٪ کارمزد از پرداخت‌های درون برنامه‌ای شکایت کرد. فیسبوک در دسامبر همان سال اعلام کرد که در این دادخواست حقوقی از ایپک گیمز پشتیبانی خواهد کرد. چراکه فیسبوک هم در تلاش بود مخصوص‌لایی را با خریدهای درون برنامه‌ای در اپل استور منتشر کند. توکن غیرمتشابه یک کالای دیجیتالی است که هر کسی می‌تواند بدون نیاز به مجوز یا پشتیبانی از جانب هیچ شرکت متمرکزی آن را ایجاد (ضرب) کند، در بازار آزاد بفروشد یا بخرد؛ بنابراین مالک

آینده نزدیک به آن تبدیل خواهد شد، وجود دارد؛ اما هنوز کاملاً فراغی نیست. برای درک بهتر موضوع، ابتدا ببینیم این مفهوم از کجا به وجود آمد.

در سال ۱۹۸۵ ریچارد گاریوت (Richard Garriott) اصطلاح «آواتار» را برای توصیف شخصیت یک بازیکن در یک بازی ویدئویی ابداع کرد.

الْتِيمَا ۴ (Ultima IV) اولین بازی‌ای بود که می‌خواستم در آن بازیکن به چیزی که آن را «معضلات مورال (اخلاق فردی) و چالش‌های اتیک (اخلاق جمیعی)» نامیدم طوری پاسخ دهد که گویی بازیکن با خود واقعی اش بازی می‌کند [و نه یک خود جایگزین]. وقتی درباره فضایل و اخلاقیات تحقیق می‌کردم تا به نمونه‌های اخلاقی یا فلسفه معنوی دست پیدا کنم، به مفهوم کلمه آواتار در بسیاری از متون هندی برخوردم. آواتار نمود جسمانی یک خدا هنگام فرود آمدن روی زمین بود. این فوق العاده است، زیرا واقعاً دارم سعی می‌کنم روح شما را در قلمرو ساختگی خودم محک بزنم. ریچارد گاریوت

نیل استیونسون در کتاب اسنوکرش (Snowcrash) که در سال ۱۹۹۲ منتشر کرد، دنیایی خیالی به شکل دنیای واقعیت مجازی و مشابه اینترنت ایجاد کرد و آن را «متاورس» نامید؛ جایی که کاربران می‌توانستند با شبکه‌ای دیجیتال خودشان به نام آواتار تعامل ببردار کنند.

از همین کتاب اسنوکرش بود که اصطلاح آواتار به همه داستان‌های تخیلی محبوب راه یافت. یکی از بهترین نمونه‌های آن، فیلم پرطرف‌دار «بازیکن شماره یک آماده (Ready Player One)» است که استیون اسپیلبرگ از روی کتاب ارنست کلاین ساخته است. در این فیلم، یک دانشمند و بازی‌ساز بزرگ یک متاورس متمرکز به نام اوآسیس یا واحه (Oasis) ایجاد کرده بود. این متاورس میزبان آواتارهایی بود که به روش‌های مختلف می‌شد آنها را سفارشی کرد. بازیکنان می‌توانستند آیتم‌ها و لباس‌های مختلفی را برای استفاده در بازی خریداری کنند. این آیتم‌ها ارزش واقعی داشتند و از دادن آنها ضرر و زیان بزرگی به حساب می‌آمد.

تعداد زیادی از بازیکنان بازی‌های ویدئویی بر سر این موضوع توافق دارند که ما برای رسیدن به جوایز درون بازی سخت تلاش می‌کنیم، اما در نهایت قدرت‌های متمرکز که کنترل همه آیتم‌ها در دست آنهاست، هر زمانی که بخواهند می‌توانند آن آیتم‌ها را از ما بگیرند یا اینکه ارزش آنها و قابلیت‌های هر یک از آنها را از بین ببرند.

^۱ کلمات کلیدی بازی را ترجمه نکردیم، چون گیمرها با اصطلاح انگلیسی آنها کار می‌کنند

پایه‌های مهم اقتصاد مالکیت را تشکیل می‌دهند که از متاورس پشتیبانی کرده و آن را به یک کالای همگانی و ماندگار تبدیل می‌کنند.

با وجود یک بازیگر مرکز که توانایی کنترل دارایی‌ها، قابلیت‌های کاربر و حساب‌های بانکی را داشته باشد، هرگز نمی‌توان یک اقتصاد کاملاً بازداشت.

فقط پلتفرم‌های باز که با قرارداد هوشمند کار می‌کنند، غیرمتمرکز هستند، قابلیت همکاری با سایر اپلیکیشن‌ها را دارند و زبان آنها تورینگ کامل است، می‌توانند از اقتصاد مالکیت که برای رشد متاورس لازم است پشتیبانی کنند.

در فیلم «بازیگر شماره یک آماده»، رئیس یک شرکت شیطانی به نام IOI در تلاش بود تا به هر قیمتی شده گنجهای مخفی در اوآسیس را پیدا کرده و کنترل کامل این متاورس را به دست آورد. او برای این کار تعداد زیادی از افراد را استخدام کرد. این شرکت به آنها پول قرض می‌داد و آنها برای جبران آن بدھی‌ها مجبور بودند برایش کار کنند؛ نمونه‌ای از به برگی کشاندن بشریت، آن هم به شکل قانونی.

شاید کمی افراطی به نظر برسد، اما واقعیت دارد. اگر هر شرکتی کنترل بیش از حد روی متاورس پیدا کند، ممکن است تصمیم بگیرد مانند اپل عمل کند و از همه معاملاتی که در متاورس انجام می‌شود کارمزد دریافت کند یا بخش زیادی از آن معاملات را بهزور تصاحب کند. این امر نتیجه‌ای جز ازین بردن کارآمدی اقتصادی ندارد و به تدریج شعله‌های نوآوری و کشف مدل‌های

جدید و مغایر کسب و کار را خاموش می‌کند.

اقتصاد غیرمتمرکز قطعاً عادلانه‌تر، کارآمدتر و پایدارتر از اقتصادی است که در آن به شرکت‌های متمرکز اعتماد کنیم و کلیدهای متاورس را در اختیار آنها قرار دهیم. در کریپتوورس یا دنیای رمزنگاری، هرکسی مالک کلیدهای قلمروهای شخصی خودش است.

مالتی‌ورس (چند جهان در یک جهان)

در حال حاضر، یک متاورس جهانی مانند اوآسیس در فیلم بازیکن شماره یک آماده که قابلیت همکاری داشته باشد وجود ندارد. در عوض، تعداد زیادی پلتفرم متفاوت داریم که برای به دست آوردن کاربران با همدیگر رقابت می‌کنند.

اولین بازی‌های چندنفره آنلاین (MMO) و بازی‌های دنیای بازمانند دنیای وارکرفت و سکن‌لایف (Second Life) در سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۴ پایه‌های مالتی‌ورس‌های سه‌بعدی مدرن

و کنترل‌کننده آن یک کاربر شخصی است.

برای اینکه این آیتم‌های دیجیتال ارزش واقعی و ماندگار داشته باشند، باید مستقل از هر نهاد یا موجودیتی باشند که هر لحظه اختیار حذف یا غیرفعال کردن آنها را داشته باشد. این همان ویژگی توکن‌های غیرمتشابه است که باعث می‌شود قیمت بالایی داشته باشند. برای مثال، کار مشترک تریور جونز (Trevor Jones) و هنرمند کمدین، ژوزه دلبو (José Delbo)، به قیمت ۳۰۲۵۰ اتر فروخته شد که در آن زمان معادل ۱۱۱'۰۰۰ دلار بود. حالا (در زمان نوشت مقاله اصلی) ارزش آن اترها بیش از ۲۲۰'۰۰۰ دلار است. تفاوت بین آیتم‌ها در فورتتاپ و توکن غیرمتشابه است: مالکیت واقعی، حقوق مالکیت دیجیتال. خریدار توکن غیرمتشابه مالک واقعی چیزی است که خریده است. این شخص هرگز نگران نخواهد بود که یک شرکت در فضای ابر می‌تواند خدماتش را متوقف کرده یا حساب او را مسدود کند. متاورس باید یک اکوسیستم باز باشد، نه اکوسیستمی که تحت سلطه هوا و هوس‌های یک شرکت متمرکز قرار دارد.

بخش‌های متاورس

متاورس از بخش‌های زیادی تشکیل شده است؛ اما پایه‌های بنیادین آن عبارت‌اند از:

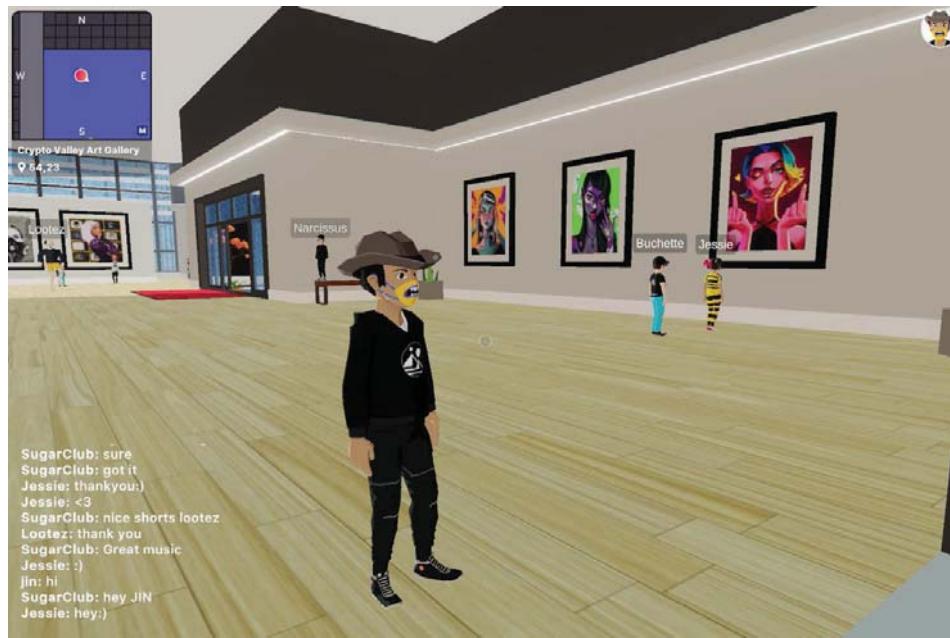
اینترنت: شبکه‌ای غیرمتمرکز از رایانه‌ها که متعلق به هیچ نهاد یا سازمان دولتی نیست و به هیچ مجوزی از طرف چنین نهادی نیاز ندارد.

استانداردهای باز برای رسانه‌ها: شامل متن، تصاویر، صدا، ویدئو، محصولات سه‌بعدی، هندسه سه‌بعدی، وکتورها، توالی‌ها و رویه‌ها برای تولید و ترکیب هر کدام از این موارد. USD پیکسار و MDL انویدیا، پیشرفتهای بزرگی در جهت همکاری با اپلیکیشن‌های سه‌بعدی هستند.

استانداردهای زبان برنامه‌نویسی باز: این استانداردها شامل HTML، جاوا اسکریپت، وب اسملی، وب XR، وب GPU، و نظایر آنها هستند.

سخت‌افزار واقعیت توسعه‌یافته: از جمله این سخت‌افزارها می‌توان به عینک‌های هوشمند، هپتیک‌ها و اولمنی ترمیمی‌ها اشاره کرد.

دفتر کل غیرمتمرکز و پلتفرم‌های قرارداد هوشمند (مثل بلاک‌چین‌ها): برای انجام معاملات شفاف، بدون نیاز به مجوز و مقاوم در برابر سانسور: به عنوان مثال می‌توان به بیت‌کوین، اتریوم، فلو، تتا، بایننس اسپرت‌چین و بسیاری دیگر اشاره کرد. اینها



▲ یک نمایشگاه نقاشی در دسترنالند

مالتی ورس تا حدودی به اینترنت شبیه است. تعداد زیادی اپلیکیشن و فضاهای مختلف دارد و اطلاعاتی که بین آنها به اشتراک گذاشته می‌شود نسبتاً ناچیز است. با این حال همین طور نمی‌ماند؛ چون رمزنگاری و محاسبات غیرمت مرکز دارند برخی از این موانع را از سر راه برمی‌دارند.

برای مثال، در مالتی ورس می‌توانید چیزهایی را که در یک برنامه دارید و مال خودتان است، به برنامه دیگری منتقل کنید. مثلاً می‌توانید یک ارز دیجیتال را در یونی سو اپ معامله کنید و بلا فاصله در صرافی دیگر به یک ارز دیجیتال تبدیل کنید. به همین ترتیب، می‌توانید آیتم‌هایی را که در دسترنالند می‌خرید و لباس‌هایی را که در آنجا می‌پوشید در اپن سی بفروشید. البته این امر درباره بیشتر دارایی‌های مربوط به دنیای سه‌بعدی یا درباره محیط‌های موجود در آن صدق نمی‌کند. برای مثال، اگر دنیایی را در دسترنالند داشته باشیم، نمی‌توانیم آن را در سندباکس پیدا کنیم و بازی‌هایی را که در یونیتی ساخته شده‌اند نمی‌توانیم با برنامه آنریل انجین (Unreal Engine) باز کنیم.

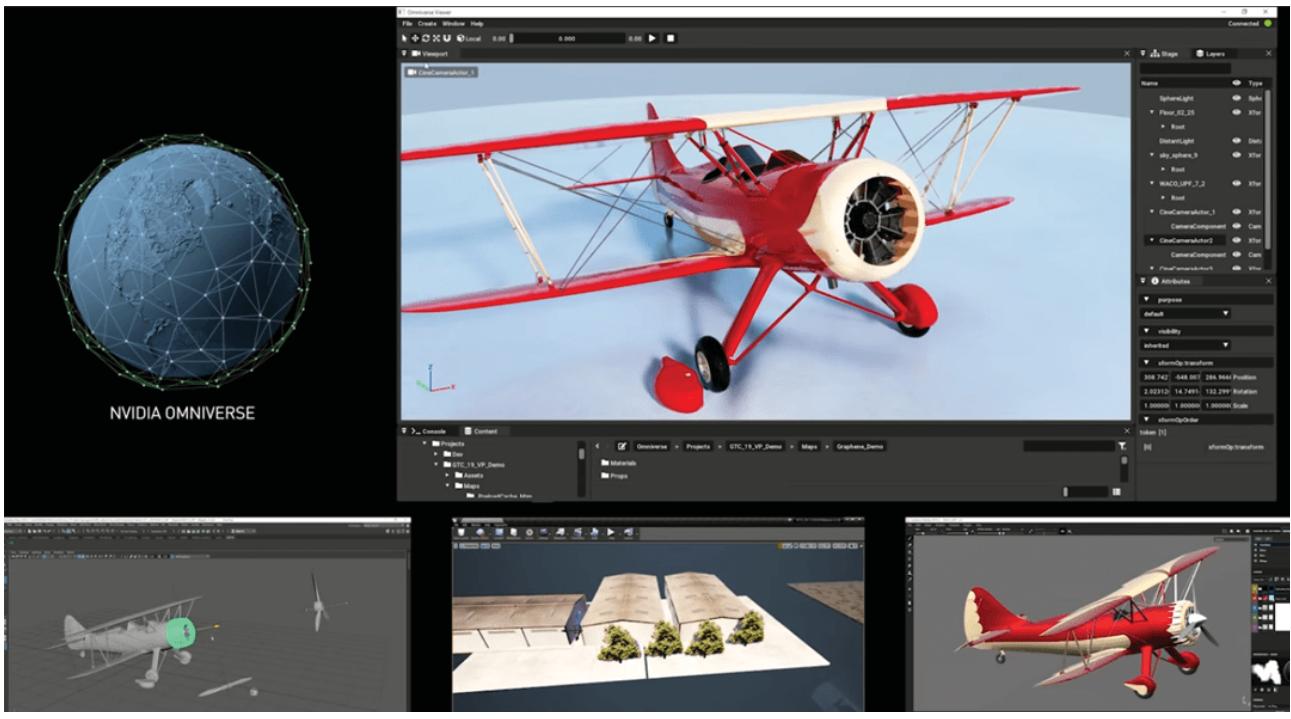
اگر بخواهیم دنیاهای ما باز باشند و بتوانیم آنها را در پلتفرم‌ها، دستگاه‌ها و موتورهای مختلف جستجو کنیم، باید داده‌های باز و قابل دسترسی داشته باشیم. همچنین برای اینکه دارایی‌ها را در هر زمان و هر مکانی که به آنها نیاز داریم به دست آوریم، باید به خدمات آنی و امکان اشتراک داده دسترسی داشته باشیم. اومنیورس اندی (NVIDIA's Omniverse) فرمت‌های فایل باز مانند USD پیکسار را با خدمات شبکه ترکیب می‌کند و بنابراین شما می‌توانید با ابزارهایی که با آنها فضاهایی را برای واقعیت مجازی

را بنا نهادن. با این حال همان‌طور که ویتالیک دریافت، اقتصادهای آنها ۱۰۰٪ به یک شرکت مت مرکز وابسته است که مجبوری دارد آنها اعتماد کنید. حتی نمی‌توانید آیتم‌هایی را که خریده‌اید و پولی را که جمع کردید، از دنیای یک بازی به دنیای بازی دیگری ببرید.

دسترنالند یک فضای سه‌بعدی است که شما می‌توانید در آن دنیاهای مجازی بسازید، بازی کنید، در موزه‌هایی که پر از هنر NFT هستند گشت بزنید، در کنسروت‌های زنده شرکت کنید و کارهایی انجام دهید که متعلق به دنیای واقعی هستند. با نصب افزونه متماسک در یک مرورگر وب استاندارد، اجازه دسترسی به ارزهای دیجیتال و ویژگی‌های NFT را خواهید داشت. می‌توانید دارایی‌ها را خرید و فروش کنید، هنر مجازی خلق کنید و در گالری‌های هنری بفروشید یا اینکه دنیاهای جدیدی بسازید. چندین شرکت در زمینهای دسترنالند سرمایه‌گذاری کرده‌اند و برخی از آنها تمايل دارند برای توسعه آن به معماران ماهر هزینه پرداخت کنند.

انواع مختلفی از بازی‌ها در دسترنالند وجود دارد که هر کدام را دوست دارید می‌توانید بازی کنید. برخی از آنها جوایزی به شکل NFT‌ها به شما ارائه می‌کنند که می‌توانید آنها را در اپن سی (OpenSea) بفروشید. پلتفرم‌های مشابهی مانند سومنیوم اسپیس (Somnium Space) و سند باکس (The Sandbox) هم هستند. البته تا آنجا که من می‌دانم، نمی‌توانید آیتم‌ها و لباس‌هایی را که در دسترنالند استفاده می‌کنید وارد سندباکس کنید.

مالتی ورس به یک اونمی ورس با جهان فراگیر نیاز دارد



▲ پروژه اونیورس

ارز دیجیتال چه ارتباطی با متاورس دارد؟

ما شکل‌هایی از فناوری‌های توزیع شده و همتا را از دهه‌ها قبل داشته‌ایم. برای نمونه، نرم‌افزار محاسباتی توزیع شده‌ای مانند Folding@Home از سال ۲۰۰۰ و بهاشترک‌گذاری فایل به شکل همتا به همتا از دهه ۱۹۹۰ تاکنون وجود داشته‌اند. یعنی ما حداقل سه دهه قبل این امکان را داشتیم که یک سیستم عامل مشترک برای بهاشترک‌گذاری فایل و محاسبه غیرمت مرکز ایجاد کنیم. اما در تمام این سال‌ها جای یک مؤلفه مهم خالی بوده است: اینکه چطور به کاربرانمان پاداش می‌دهیم تا در خدمات عمومی مشارکت کنند؟

تعداد زیادی از افراد هستند که زمان واحد پردازشگر مرکزی (CPU time) خودشان را برای کمک به مبارزه با سرطان و کووید - ۱۹ اهدا می‌کنند، اما همیشه مشکل بزرگی بر سر راه خدمات بهاشترک‌گذاری فایل به شکل همتا به همتا وجود داشته است و آن بارگیری رایگان در آن است. تعداد زیادی از افراد به شبکه متصل می‌شوند، منابع مشترک را مصرف می‌کنند و سپس قبل از آنکه برای جبران هزینه هرآنچه دریافت کرداند به اندازه کافی مشارکت کرده باشند، از سیستم خارج می‌شوند (اتصالشان را قطع می‌کنند).

مشوق‌ها همان مؤلفه‌ای هستند که همیشه جای خالی آن را حس می‌کردیم. ما به مشوق‌ها نیاز داشتیم. ارزهای دیجیتال پول قابل برنامه‌ریزی هستند و با آنها می‌توانیم پروتکل‌های فراروند

ایجاد می‌کنید به آن متصل شوید.

در نتیجه، افرادی که دنیاهای را می‌آفرینند می‌توانند از طریق برنامه‌های مختلف با هم برای ویرایش و مشاهده دارایی‌های مشابه به شکل آنی همکاری کنند. این قابلیت اساساً به همکاری در گوگل داکس برای جهان‌های سه‌بعدی شبیه است.

اومنیورس از پیکسار به عنوان فرمت فایل بومی خودش استفاده می‌کند، اما نسخه پیشرفته‌تر آن را به کار می‌گیرد. به این صورت که دارایی‌ها را به عنوان خدمات فعل در فضای ابر ارائه می‌کند، بنابراین بسیاری از اپلیکیشن‌ها می‌توانند همزمان به آن متصل شوند. USD پیکسار نوعی فناوری منبع‌باز است؛ یعنی هر توسعه‌دهنده‌ای می‌تواند ابزارها را دانلود کرده و این فناوری‌ها را با برنامه‌ها و بازی‌ها ادغام کند. همه کسانی که در پروژه‌های مرتبط با متاورس کار می‌کنند، باید حول این فناوری‌ها و دارایی‌های باز که می‌توان آنها را به اشتراک گذاشت همگرا شوند.

اما به اشتراک گذاشتن داده‌ها پایان کار نیست. داده‌های مشترک، محاسبات مشترک و پهنانی باند مشترک بستر متاورس هستند و فقط زمانی که همه آنها با هم جمع شوند، ما به عنوان یک گونه (species) می‌توانیم با همکاری یکدیگر هر چه بخواهیم به دست آوریم.

اکنون چیزی که نیاز داریم یک اومنیورس غیرمت مرکز است که عمومی باشد و هر کسی بتواند از آن استفاده کند، در آن سهیم شود، میزبان گره‌ها باشد و به گسترش و توسعه آن کمک کند.

نوشته‌ام:

- هوش مصنوعی می‌تواند برای ایجاد، حسابرسی و ایمن‌سازی قراردادهای هوشمند به کار رود و کاری کند که نوشتمن قراردادهای هوشمند و استفاده از آنها آسان و ایمن باشد. ما به این مورد نیاز فوری داریم و اتفاقاً فناوری‌ای که برای آن نیاز داریم موجود است.
 - موجودات هوشمند دارای هوش مصنوعی، می‌توانند در متاورس گستاخ‌گذار کنند و با ما و با یکدیگر تعامل داشته باشند. امروزه هوش مصنوعی می‌تواند تصاویر واقعی و مدل‌های سه‌بعدی از چهره‌های انسان‌ها را تولید کند، متن را به گفتار تبدیل کند تا با صدای انسانی صحبت کند و طوری شخصیت‌های سه‌بعدی را به شکل متحرک درآورد که انگار واقعاً دارند حرف می‌زنند.
 - هوش مصنوعی می‌تواند به ما در ایجاد دارایی‌ها، آثار هنری و محتوا در متاورس کمک کند.
 - هوش مصنوعی می‌تواند نرم‌افزار و فرایندهایی را که ما استفاده می‌کنیم بهبود بخشد. چند سال دیگر، خود هوش مصنوعی، هوش مصنوعی را ارتقا می‌دهد و به انفجار هوش و فناوری منجر می‌شود.
- سرانجام، هوش مصنوعی ممکن است بتواند جهان‌های مجازی کاملی را هم‌زمان که آنها را جستجو می‌کنیم به شکل آنی برایمان تولید کند. مرزهای بین فناوری گرافیک رایانه‌ای و فناوری هوش مصنوعی به تدریج محو می‌شوند. هوش مصنوعی می‌تواند روزی یکسری ورودی مانند «یک محیط جنگلی سرسبز در کنار آبشار جاری» را بگیرد و آن را به یک محیط سه‌بعدی کاملاً فراگیر تبدیل کند که بتوانید در آن بگردیدم و با آن تعامل برقرار کنیم. امروزه هوش مصنوعی به دلیل افزایش مهارت‌های زبانی و خلاقیت، می‌تواند حتی توصیف از چیزی را ارائه کند.

سخت‌افزار

فعلاً سخت‌افزاری که برای XR استفاده می‌شود، همان دست‌مایکروسافت هولولنز ۲ Microsoft Hololens ۲ است. خوشبختانه نرم‌افزار XR بهبودیافته و همه‌جا در دسترس است. برای مثال، اگر یک دستگاه اندروید دارید، برخی از جستجوگرهای گوگل آیتم‌های سه‌بعدی را که از طریق دوربین دستگاهتان می‌توانید در خانه‌تان مشاهده کنید، نشان خواهند داد.

منبع: ارز دیجیتال

خدمات به اشتراک‌گذاری فایل که در آن افراد بابت به اشتراک گذاشتن فضای ذخیره‌سازی و پهنانی باند اضافی شان مبالغی را دریافت می‌کنند. خدمات به اشتراک‌گذاری قدرت محاسباتی که در آن افراد بابت به اشتراک گذاشتن کارت‌های گرافیک گیمینگ گران‌قیمت‌شان در زمان‌هایی که بازی نمی‌کنند مبالغی را دریافت می‌کنند. به همین ترتیب، همه ما می‌توانیم تأمین کنندگان نقدینگی باشیم. یعنی در ازای مشوقی که دریافت می‌کنیم پول‌هایمان را روی هم بگذاریم تا نقدینگی لازم تأمین شود، به‌طوری که کاربران بتوانند به شکلی کارآمد، یک ارز دیجیتال را با ارزی دیگر مبادله کنند. از زمانی که شروع به نوشتمن این مقاله کردہ‌ام، TFUEL ۳۷۶۱۷ (حدود ۰/۱۳ دلار) در شبکه تنا در ازای به اشتراک گذاشتن پهنانی باند و قدرت محاسباتی سیستم دریافت کردہ‌ام. The Theta Folding@Home Edge Compute beta به شکل خودکار، منابع را به اهدا می‌کند. من فقط کاری را که باید، انجام می‌دهم و باشش مشوق دریافت می‌کنم.

با ارزهای دیجیتال می‌توانیم دست به دست هم برای تقویت یک متاورس مشترک تلاش کنیم و هزینه خدماتی را که برای پشتیبانی از آن لازم است بپردازیم، بدون اینکه نگران باشیم یک شرکت بباید و مالکیت همه منابع را در اختیار بگیرد. هر کسی به‌جای پرداخت پول بابت خدمات وب آمازون، می‌تواند نودها را در منزلش اجرا کند و برخی از هزینه‌های سخت‌افزارش را که برای تعامل با متاورس لازم است بازیابی کند.

هوش مصنوعی و متاورس



یکی از جنبه‌های مهم متاورس که اتفاقاً نادیده گرفته شده است، هوش مصنوعی است. این در حالی است که کاربردهای بسیار زیادی برای آن وجود دارد. در ادامه چند نمونه از آنها را



چگونه بر روی نسل بعدی اینترنت (وب ۳.۰) سرمایه‌گذاری کنیم؟

■ فاطمه‌ندیمی

تسلط و چیرگی غول‌های فناوری بر اینترنت و استفاده از داده‌های کاربران برای مقاصدی نامعلوم، آینده‌ای مبهم را ترسیم کرده است. اما در میان این تیرگی‌ها، ایده نوظهور دانشمند بزرگ علوم کامپیوتر یعنی دکتر گوین وود (Gavin Wood) با نام وب ۳.۰، امیدها را برای رسیدن به دنیایی بدون سلطه و کنترل، زنده کرده است. در مقاله پیش رو از وب‌سایت یاردکوچ، جایگاه وب ۳.۰ در آینده اینترنت و اهمیت سرمایه‌گذاری در این حوزه را به بحث و بررسی می‌گذاریم.

داده‌های افراد است که بیش از پیش اهمیت دارد.

امروزه استارت‌آپ‌های سیلیکون‌ولی بر اساس جمع‌آوری داده‌های کاربران، بودجه‌های خود را تأمین کرده و سرمایه‌جذب می‌کنند. برخی از پلتفرم‌ها، تقریباً هرآنچه که شما انجام می‌دهید را ثبت می‌کنند.

وود در ادامه می‌گوید: از این داده‌ها می‌توان برای تبلیغات هدفمند استفاده کرد اما از سوی دیگر این اطلاعات می‌تواند در مواردی همچون درک و فهم بهتر از سازوکار جهان هم مورداستفاده قرار گیرد. شما می‌توانید با داشتن این داده‌ها پیش‌بینی کنید که مردم جهان چگونه فکر می‌کنند؛ در عین حال قادر خواهید بود تغییرات سیاسی در یک کشور را بهتر درک کنید. قدر مسلم شما با داشتن چنین اطلاعاتی حتی می‌توانید مواردی مانند نتایج انتخابات را هم پیش‌بینی کنید.

اگر وب ۳.۰ نادیده گرفته شود چه اتفاقی رخ می‌دهد؟

در حال حاضر بیش از ۴ میلیارد نفر از وب ۲.۰ یا همان نسخه فعلی وب، استفاده می‌کنند. اگر جامعه وب ۳.۰ را نادیده بگیرد و همچنان مصمم بر تمرکزگرایی باشد، ما با خطر فساد مستمر و در نهایت شکست و واماندگی جامعه روبرو خواهیم شد.

قابل‌ت، فساد به همراه دارد و قدرت مطلق زمینه‌ساز فساد مطلق

تحولی شگرف در دنیای اینترنت

اینترنت فعلی از نظر طراحی شکست‌خورده محسوب می‌شود؛ به همین دلیل هفت سال پیش دکتر گوین وود بنیان‌گذار پولکادات و یکی از پایه‌گذاران اتریوم، مفهوم وب ۳.۰ را مطرح کرد.

وب ۳.۰ را می‌توان گام مهم بعدی در فناوری اینترنت دانست. گوین وود اینترنتی بدون واسطه و مجوز را تجسم می‌کرد که در چهارچوب یک جامعه دموکراتیک اداره می‌شود و خبری از قانون‌گذاری مراجع متصرک و سلطه غول‌های بزرگ فناوری بر داده‌های کاربران، در آن نیست.

در حقیقت ایده وب ۳.۰ به این دلیل مطرح شد که غول‌های بزرگ فناوری اطلاعات مانند گوگل، فیسبوک و آمازون، با در اختیار گرفتن بخش زیادی از داده‌های شخصی کاربران در فضای مجازی، از یک سو این اطلاعات را در جهت منافع خود (تبلیغات هدفمند، فروش اطلاعات شخصی کاربران و جهت‌دهی به افکار عمومی) استفاده می‌کنند و از سوی دیگر، با ذخیره کلان‌داده‌ها در سرورهای متصرک خود، امنیت داده‌های کاربران را به خطر می‌اندازند.

گوین وود در پادکستی تحت عنوان نسل سوم وب که در سال ۲۰۱۹ منتشر شد به این نکته اشاره می‌کند که: در حقیقت شبکه‌های اجتماعی به واسطه کاربرانشان ارزش‌گذاری نمی‌شوند؛ بلکه این

برای سرمایه‌گذاری هستند بررسی می‌کنیم.

پولکادات و کوزاما

مهم‌ترین پروژه‌ای که از سوی بنیاد غیرانتفاعی وب ۳.۰ واقع در کشور سوئیس مورد پشتیبانی قرار گرفته، پولکادات (Polkadot) است. پولکادات در کمتر از یک سال بیش از ۳۵۰ نرم‌افزار راهاندازی کرده، فناوری بلاکچین را از طریق پارچین‌ها متحول کرده و بهمنظور تکثیرگرایی و مقابله با ماکسیمالیسم در بلاکچین تلاش‌های فراوانی انجام داده است.

باید اذعان کرد که پولکادات به طور جدی در این عرصه حضور دارد و قرار نیست از آن به عنوان «قاتل اتریوم» یاد شود؛ تنها کاری که این شبکه باید انجام دهد، این است که به عنوان ابزاری برای تعامل پروژه‌ها و ارزهای دیجیتال دیگر ایفای نقش کند.

هدف نهایی وب ۳.۰ ایجاد اتصال میان همه افراد فارغ از موقعیت اجتماعی، گرایش‌های سیاسی و اعتقادات ایدئولوژیک است. در وب ۳.۰ جا برای همه نوع نگرشی وجود دارد.

هر پروژه‌ای که در نهایت بخواهد بر روی پولکادات اجرایی شود، ابتدا باید بر روی کوزاما (Kusama) آزمایش شود. کوزاما پلتفرم پیش‌تولید پولکادات بوده و در نوع خود یک پروژه منحصربه‌فرد به شمار می‌رود. توسعه‌دهندگان ارزهای دیجیتال این امکان را خواهند داشت که برنامه‌های خود را قبل از اجرا کردن بر روی شبکه اصلی، با استفاده از کوزاما آزمایش کنند.

اوشن پروتکل

جمع‌آوری داده هیچ‌گاه به پایان نمی‌رسد. اما روش‌های اخلاقی‌تری هم در این حوزه وجود دارد که حتی امکان حضور غول‌های فناوری را فراهم می‌کند.

اوشن پروتکل (Ocean Protocol) در سال ۲۰۱۷ و مبتنی بر کدهای اتریوم راهاندازی شد. حذف واسطه‌ها، ذخیره غیرمت مرکز داده‌ها و سرویس اشتراک‌گذاری هوش مصنوعی از جمله ویژگی‌های این شبکه است.

این پروژه می‌خواهد مانند صرافی یونی سوپ در حوزه داده‌ها ایفای نقش کرده و امکان دسترسی همه افراد و کسب‌وکارها به بازار آزاد داده‌ها را فراهم کند. مک‌کوناگی (McConaghy) خالق این پروژه سال گذشته در مصاحبه با کوین دسک درباره اهمیت اوشن پروتکل گفت: در گذشته بسیاری از افراد تلاش کرده‌اند بازارهایی مبتنی بر داده‌ها بسازند؛ اما مسائل مرتبط با حریم خصوصی مانع موفقیت آن‌ها شده است. اوشن با استفاده از فناوری بلاکچین و محاسبه و بررسی داده‌ها این موانع را پشت سر گذاشته است؛

است. ما پیش از این شاهد چنین شرایطی در چین مأوثیت و اتحاد جماهیر شوروی کمونیستی بودیم. اینترنت هم از فساد مبرا نیست. در حقیقت اینترنت به این دلیل بیشتر در معرض خطر قرار دارد که هیچ یک از ما آن را از دیدگاه فنی درک نمی‌کنیم.

برای مثال من به سختی می‌توانم وای‌فای خودم را تنظیم کنم چه برسد به اینکه بخواهم کدی که به من امکان نوشتمن کلمات در اینترنت را می‌دهد، درک کنم. من حتی کامپیوتری را که استفاده می‌کنم خودم ساخته‌ام اما به قول دانشمند بریتانیایی آرتور سی کلارک، این فناوری هنوز هم از سحر و جادو قابل تشخیص نیست.

نسل سوم وب مبارزه با سلطه و تمرکزگرایی

نسل سوم وب برای مبارزه با سلطه و تمرکزگرایی، این اهداف را دنبال می‌کند:

شبکه‌ای باز: ارزهای دیجیتال از نرم‌افزار متن‌باز ساخته می‌شوند؛ به گونه‌ای که توسعه‌دهندگان بتوانند به کد آن دسترسی پیدا کنند و با استفاده از تجربیات گذشته، نسخه بهینه مدنظر خود را توسعه دهند. پروژه‌هایی نظیر بایننس اسپارتم چین (Binance Smart Chain) و اتریوم کلاسیک از زبان برنامه‌نویسی اتریوم که یک نرم‌افزار متن‌باز است، استفاده کرده‌اند. **حذف واسطه‌ها** (بدون نیاز به اعتماد): اعتماد به واسطه‌ها، همیشه فسادزاست. بزرگ‌ترین واسطه اینترنت فعلی یعنی شرکت گوگل، زمانی با شعار «شورو نباش (Don't be evil)» پا به دنیای فناوری گذاشت و اعتماد کاربران را به خود جلب کرد؛ اما ما باید از اینکه قواعد و قوانین برای ما کار می‌کنند و نه علیه ما، اطمینان پیدا کنیم. وقتی می‌بینیم جستجوی یک کلمه واحد برای هر یک از دوستان ما نتایج متفاوتی به دنبال دارد، قبول این شعار گوگل دشوار می‌شود. گوگل و آمازون، مافیای اینترنت فعلی ما هستند.

بدون نیاز به مجوز: همه می‌توانند در وب ۳.۰ مشارکت کنند. با وجود بیت‌کوین هرکسی می‌تواند بانک خود را داشته باشد. با اتریوم هرکسی می‌تواند از حقوق آثار هنری اش بهره‌مند شود. در اینجا کدها به منزله قانون هستند. هر چیزی در این سیستم طی یک فرایند دموکراتیک پذیرفته می‌شود. فرایندی که در آن اعضای جامعه در موافقت یا مخالفت با آن رأی می‌دهند. این فرایند همان چیزی است که سافت‌فورک، هارد‌فورک، سازمان‌های خودمند ختار غیرمت مرکز (DAO) و توکن‌های حاکمیتی را به وجود آورده است.

سه پروژه وب ۳.۰

در ادامه، سه پروژه وب ۳.۰ را که از نظر ما گزینه‌های جذابی

فعلی وب را با نسخه‌ای به مراتب متمرکتر جایگزین کند. پس می‌توان نتیجه گرفت که این پروژه نسخه معیوبی از وب ۳.۰ است و اعضای جامعه ارزهای دیجیتال تنها به دلیل نوسانات قیمتی، به سوی آن جذب شده‌اند.

در ادامه این مقاله، قسمتی از گزارش سازندگان این شبکه در ارتباط با خصوصیات اینترنت کامپیوتر را مرور می‌کنیم: با ورود به سال جدید، نزدیک به ۱۰۰۰ نود در اقصی نقاط جهان به عنوان پایگاه‌داده، توسط این شبکه اداره می‌شوند. هر یک از نودها دارای بالاترین استانداردها در عملکرد و امنیت فیزیکی هستند. این نودها به ما این امکان را می‌دهند تا ظرفیت پردازشی موردنیاز برای اجرا و پیاده‌سازی اینترنت کامپیوتر را فراهم کنیم.

عبارة فوق این معنا را می‌رساند که برای فعالیت به عنوان نود ICP، دستگاه‌های مشخص و تأیید شده‌ای لازم است؛ بنابراین چنین روند کترلی و ناصحیحی، عملاً با ماهیت و اهداف وب ۳.۰ در تضاد و تقابل قرار دارد.

جمع‌بندی

وب ۳.۰ دو گزینه را پیش روی ما قرار می‌دهد: اول، آینده‌ای دموکراتیک از طریق غیرمتمرکزسازی و دیگری، نظارت و اقتدارگرایی که تنها در دست چند جناح متمرکز قرار دارد. برای درک این اقتدارگرایی، نباید فقط به کشور چین به عنوان عرضه‌کننده یوان دیجیتال نگاه کنیم؛ بلکه برای درک ماهیت پشت پرده، کافی است به این موضوع توجه کنیم که حزب کمونیست چین می‌تواند برای شما زمان تعیین کرده و شما را وادار به خرج کردن این پول کند. با آنکه چنین موضوعی وحشتناک به نظر می‌رسد اما مردم چین به دلیل آنکه راه چاره دیگری ندارند تن به چنین شرایطی داده‌اند.

همان‌طور که گوین وود در گفته‌های خود به آن اشاره می‌کند، پذیرش وب ۳.۰ سریع و آسان خواهد بود. برخی دولتها در تلاش‌اند تا ارزهای دیجیتال را غیرقانونی اعلام کرده و آنها را با گزینه‌های متمرکزتری جایگزین کنند.

کلمه کلیدی در این شرایط و اوضاع، «تلاش» است. دولتها امکان و توان درست‌کردن وضعیت فعلی را نداشته و افرادی مثل گوین وود هم به هیچ کدام از آنها اعتمادی ندارند.

رقابت سختی در حوزه وب ۳.۰ در جریان است و این تقابل آرام آرام به انتهای مسیرش نزدیک می‌شود. به راستی مشخص نیست در نهایت چه کسی پیروز این میدان خواهد بود.

منبع: ارز دیجیتال

بنابراین هدف ما بازکردن اقتصاد داده با ایجاد بازارهای داده و اتصال خریداران به فروشنده‌گان است. این خریداران و فروشنده‌گان می‌توانند افراد حقیقی، خانواده‌ها، شرکت‌های کوچک و بزرگ، شهرها و حتی کشورها باشند.

اینترنت کامپیوتر

اگر بخواهیم به پروژه‌های که نسبت به اهداف و ماهیت وب ۳.۰ در صدر این حوزه قرار گرفته است اشاره کنیم، باید از اینترنت کامپیوتر (Internet Computer) نام ببریم.

در اوایل سال جاری، توکن اینترنت کامپیوتر توانست به جمع ۱۰ از برتر دیجیتال از نظر ارزش بازار راه پیدا کند. این پروژه بنیاد دینامیتی توانست ظرف مدت کوتاهی به یک نام محبوب در میان سرمایه‌گذاران و علاقه‌مندان کامپیوتر تبدیل شود. در حال حاضر پروژه اینترنت کامپیوتر یک شبکه اجتماعی لینکدین غیرمتمرکز با نام لینکدآپ (LinkedInUp) و نسخه‌ای از شبکه اجتماعی تیک‌تاک با نام کن‌کن (CanCan) را در اختیار کاربران قرار داده است.

با این حال اینترنت کامپیوتر درگیر چند ایراد اساسی است که باید به آن‌ها توجه شود. برخی از این موارد، در برنامه یوتیوب معروف Coin Bureau مورد بررسی قرار گرفته است که شامل موارد زیر هستند: شما برای فعالیت در این شبکه به یک شناسه نیاز دارید. هویتی که عملاً تمامی فعالیت‌ها در این شبکه به داشتن آن وابسته است؛ بنابراین در صورتی که شناسه خود را از دست دهید، برای همیشه دسترسی‌هایتان به اینترنت کامپیوتر مسدود خواهد شد.

سیستم عصبی شبکه (NNS) همه پروتکل‌های اینترنت کامپیوتر را به یکدیگر متصل می‌کند. این سیستم، یک مرجع قدرتمند و متصرکز است که می‌تواند تغییراتی در سازوکار مالی و اقتصادی توکن ICP ایجاد کند.

بیشتر کلدهای استفاده شده در اینترنت کامپیوتر متن باز نیستند. از سوی دیگر دسترسی به بلاک‌چین اینترنت کامپیوتر هم با مجوز صورت می‌گیرد؛ بنابراین NNS هم با توجه به ویژگی‌های عنوان شده، یک نقطه تکین شکست در شبکه به شمار می‌رود.

دومینیک ولیامز (Dominic Williams)، خالق پروتکل اینترنت کامپیوتر، طی مصاحبه‌ای در سال ۲۰۱۸ اظهار داشت هدف این پروژه انطباق با قوانین هر کشوری است که این شبکه قصد دارد در آن فعالیت کند. حال این سؤال مطرح است که چطور چنین موضوعی برای پروتکلی که مدعی حاکمیت باز و غیرمتصرکز است، امکان‌پذیر خواهد بود؟

به عقیده برخی، اینترنت کامپیوتر اساساً قصد دارد نسخه



آموزش ساخت NFT؛ چگونه توکن غیرمثلي خود را بفروشيم؟

■ محمد آذرنیوار

همه جا صحبت از NFT‌ها يا همان توکن‌های غیرمثلي است؛ دارايی‌هایي کمیاب که روی بلاک‌چین ساخته و منتقل می‌شوند. NFT‌ها باعث شگفتی خيلي‌ها شده‌اند؛ يك تصوير ديجيتالي ساده با قيمت بيش از ۱۰۰,۰۰۰ دلار به فروش می‌رسد. از طرف ديگر می‌شوند فردی حاضر است برای توکن يك بازيکن فوتیال چند ده هزار دلار هزينه کند که هیچ کاربرد خاصی هم ندارد. اگر برای شما هم اين سوالات وجود دارد که ساخت NFT دقیقاً به چه معناست، چگونه می‌توانيد در اين حوزه فعالیت کنيد و توکن‌های خود را بسازيد و بفروشيد، اين مقاله را تا انتها بخوانيد.

توکن‌های غیرمثلي هم تقریباً به همین شکل و با ویژگی‌های خاص خود ارزشمند می‌شوند، با این تفاوت که این توکن‌ها مجازی هستند و نمی‌توانند آنها را لمس کنند. يك NFT، مشابه ارزهای ديجيتال (بيت‌کوین، اتریوم و ...) ذخیره و منتقل می‌شود، با این تفاوت که هر واحد از توکن‌های غیرمثلي ویژگی منحصر به فرد خود را دارد و با واحد ديگر هم ارزش نیست.

ارزهای ديجيتال پول هستند یا دست‌کم هدفشان این است که پول باشند. اين یعنی ارزهای ديجيتال نه تنها باید به عنوان ذخیره ارزش، واسطه تبادل و واحد محاسبه عمل کنند، بلکه باید مثلی (Fungible) هم باشند؛ بنابراین (در صورت عادي بودن شرایط) ارزش يك بيت‌کوین با بيت‌کوین ديگر برابر است، همان‌طور که يك اسکناس هزار‌توماني با اسکناس هزار‌توماني ديگر از نظر ارزش فرقی ندارد. وقتی شما يك اسکناس هزار‌توماني به دوست خود قرض می‌دهيد، انتظار نداريد دقیقاً همان اسکناس را پس بگيريد. اما NFT‌ها از قاعده آخر مستثنა هستند؛ یعنی در حالت معمول نمی‌توان يك واحد توکن غیرمثلي را با يك واحد توکن غیرمثلي ديگري برابر دانست؛ همان‌طور که نمی‌توان ماشین يك نفر را قرض گرفت و بعد ماشین ديگري به او تحويل داد.

اصلی‌ترین چيزی که باعث می‌شود يك NFT با سایر دارايی‌های ديجيتال (مانند يك فایل معمولی يا الماس در يك بازی

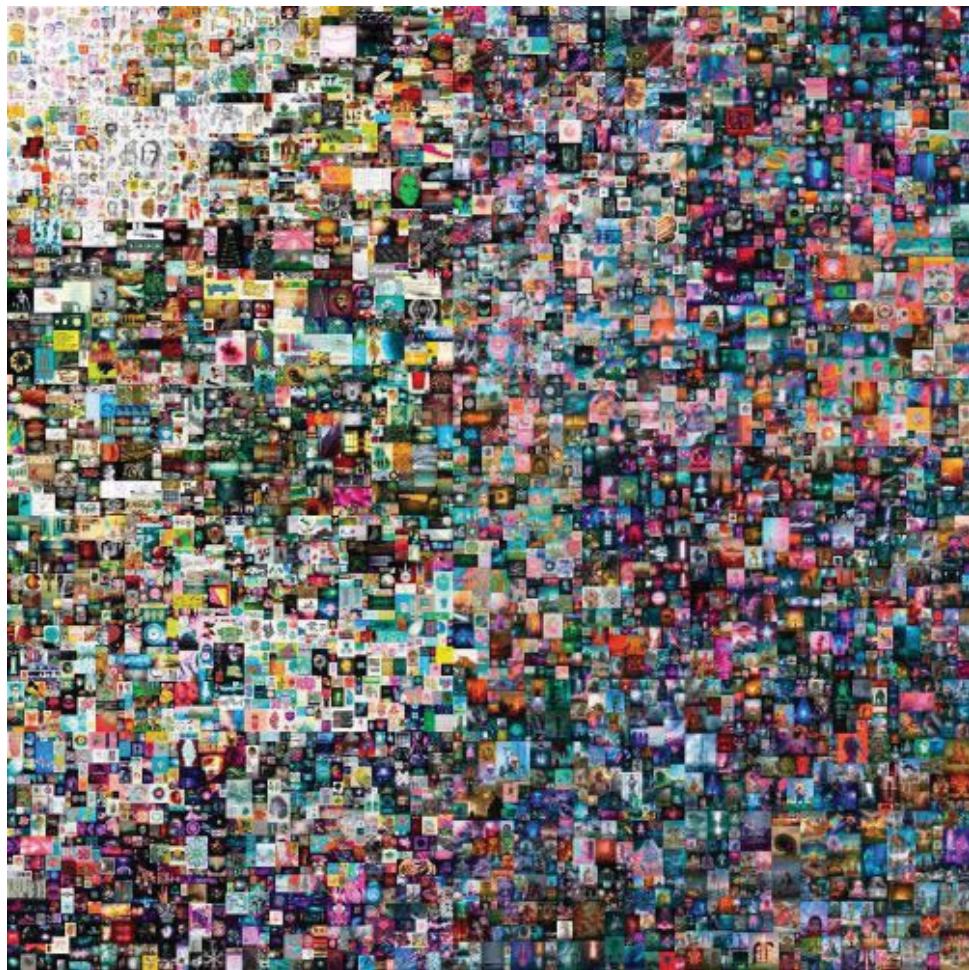
در اين مقاله خيلي قصد ندارم وارد بحث ماهیت و ارزش NFT‌ها شوم و بيشتر تلاش می‌کنم نحوه ورود و فعالیت در حوزه NFT را توضیح بدهم. با این حال، در ابتدا توضیح مختصری از اینکه NFT چیست و چه مزیتی دارد ارائه می‌کنم.

توکن غیرمثلي (NFT) چیست؟

توکن غیرمثلي (Non-fungible token) یا به اختصار NFT نوعی دارايی ديجيتال منحصر به فرد است. برخلاف بيت‌کوین، اتریوم و ارزهای ديجيتال ديگر که مثلی هستند و واحدهای تعويض‌پذير دارند، هر واحد NFT دارای ویژگی‌های خاصی است که آن را از واحدهای ديگر تمایز می‌کند.

اگرچه به نظر می‌رسد NFT‌ها يك نوآوري جدید هستند، اگر کمی بيشتر توجه کنيم، خيلي با آنها غريبه نisit. قيمت يك كفش فوتیال حرفه‌ای شايد به ۲۰ ميليون تoman هم نرسد، اما همان كفش اگر پاي على کريمي، اسطوره فوتیال ايران، بوده باشد و با آن گل ملى مهمی را به ثمر رسانده باشد، چقدر می‌تواند ارزش داشته باشد؟

يك تمبر پستي که امروزه با کمتر از ۵ هزار تoman قابل خريداري است، اگر مربوط به دوره ناصرالدین شاه قاجار باشد و مشخص شود اميرکبير روی آن را امضا کرده است، چقدر ارزش پيدا خواهد کرد؟



▲ اثری که به صورت NFT با قیمت بیش از ۶۹ میلیون دلار فروخته شد. این اثر که «همه روز: ۵۰۰۰ روز اول» نام دارد و خالق آن Beeple است، حاوی ۵,۰۰۰ تصویر دیجیتالی است که هرمند در ۱۳ سال گذشته آنها را خلق کرده است. همچنین فایل باکیفیت اصلی به مالک اهدا می‌شود.

۱. کیف پول (متامسک)

تبادلات در حوزه NFT از طریق کیف پول کاربران انجام خواهد شد. به بیان ساده، وقتی یک NFT می‌خرید یا می‌سازید، این NFT در کیف پول شما ذخیره می‌شود؛ بنابراین برای کار با سایت‌های این حوزه نیاز است که یک کیف پول دیجیتال داشته باشید.

امروزه اغلب پژوهش‌های NFT روی شبکه اتریوم کار می‌کنند و بهترین کیف پول اتریوم برای تعامل با برنامه‌های غیرمت مرکز، کیف پول رایگان متامسک (Metamask) است. این کیف پول به صورت یک افزونه روی مرورگرهای کروم و فایرفاکس نصب می‌شود و می‌توانید از آن با خیال راحت برای تبادل اتریوم و توکن‌های مبتنی بر آن استفاده کنید؛ بنابراین برای اولین قدم، کیف پول متامسک را برای مرورگر خود دانلود کنید و یک حساب اتریوم روی آن بسازید.

کلمات بازیابی (بک‌آپ) را که برنامه در ابتدای ساخت کیف پول به شما می‌دهد، حتماً در جایی امن یادداشت کنید. در صورت پاک شدن نرم‌افزار از روی مرورگر، فقط با آن بک‌آپ می‌توانید دوباره به

کامپیوتری) متمایز باشد این است که مالکیت آن روی بلاکچین (یک پایگاهداده غیرقابل تغییر) ثبت می‌شود و هیچ‌کس نمی‌تواند این مالکیت را نقض کند. همچنین همان‌طور که اشاره کردم، NFT‌ها مانند ارزهای دیجیتال (токن‌های مثلی) روی کیف پول مالک ذخیره می‌شوند و انتقال آنها با یک تراکنش ساده در عرض چند ثانیه امکان‌پذیر است. به عبارت دیگر با کمک NFT‌ها برای انتقال مالکیت (فروش) یک دارایی دیجیتال دیگر نیاز به طی کردن فرایندهای زمان‌بر نیست.

امروزه اگرچه هنوز چالش‌های فنی و حقوقی (رسمیت مالکیت و کپیرایت) در مورد NFT‌ها وجود دارد، اما می‌توان از یک نقاشی، عکس، یک آیتم در بازی، یک ویدیو، یک دامنه اینترنتی، یک بلیط و ... NFT ساخت.

برای ورود به NFT به چه چیزی نیاز داریم؟

اینکه قبل از اقدام برای کار با NFT‌ها، به چه چیزی نیاز است، بستگی به پلتفرم و نوع NFT دارد، اما تقریباً در همه پلتفرم‌ها دو چیز لازم است:

فروش آن می سازید، اما در روش دوم از آنجاکه یک توکن را با قیمت بالایی خریداری می کنید، هیچ تضمینی وجود ندارد که کسی حاضر باشد دوباره آن را از شما بخرد.

توکن های غیرمتشابه می شوند؛ بنابراین برای ساخت یک NFT ابتدا مختلف طبقه بندی می شوند؛ بنابراین برای ساخت یک NFT باید انواع آن را بشناسید تا بدانید چه نوعی بیشتر مناسب شرایط شماست. مثلاً یکی از انواع رایج NFT تبدیل یک اثر هنری یا تاریخی (نقاشی، عکس، سند) به توکن و فروش آن است، اما اگر شما فرد مشهوری نباشید، این روش شاید مناسب شما نباشد. در ادامه با مهم ترین انواع NFT آشنا می شویم.

خیلی مهم: هیچ یک از پلتفرم هایی که در ادامه معرفی می شوند تأیید و تضمین نمی شود و این وب نشریه هیچ توصیه ای برای ورود به این حوزه ندارد. بررسی کلی و فنی این پلتفرم ها بر عهده کاربر است.

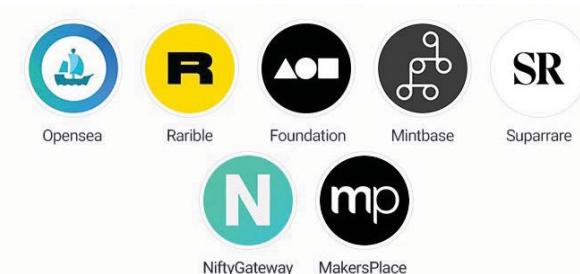
ساخت یک NFT ساده؛ اثر هنری دیجیتال

فراگیرترین نوع NFT ها در مقطع فعلی (اوایل ۲۰۲۱)، هنر دیجیتال یا همان دیجیتال آرت (Digital Art) است. ایده کلی ساده است: یک فایل PNG، JPG، MP4، Gif و ... را به NFT تبدیل می کنید و اگر مایل بودید می توانید آن را برای فروش بگذارید. البته اگر فرد مشهوری نباشید یا NFT شما ساده و بدون جذابیت خاصی باشد، نباید انتظار داشته باشید کسی حاضر باشد پول ارزشمندش را صرف خرید NFT شما کند.

معمولًا NFT های هنری مشهور یا توسط یک هنرمند مشهور ساخته می شوند یا اینکه برای خاص شدن و تغییر حالت، از برنامه نویسی و قرارداد هوشمند در آنها استفاده می شود.

خبر خوب این است که اگر با برنامه نویسی هم آشنا نیستید، فقط با چند کلیک می توانید در پلتفرم های زیادی NFT بسازید. اینجا چند مورد از بزرگ ترین وب سایت هایی را که می توانید در آنها NFT هنر دیجیتال بسازید فهرست کرده ام:

بهترین پلتفرم های هنر دیجیتال در حوزه NFT



● اوپن سی (OpenSea)

دارایی خود دسترسی پیدا کنید.

در آینده ممکن است پلتفرم های NFT روی بلاکچین های دیگر مانند بایننس چین (Binance chain) و ترون هم فعالیت کنند و بنابراین لازم است کیف پول های مناسب این زنجیره ها را دریافت کنید. معمولاً در خود هر سایت حوزه NFT کیف پول هایی که می توانید از آنها استفاده کنید معرفی شده است.

۲. مقداری ارز دیجیتال (ممولاً اتر) برای پرداخت کارمزدها و هزینه ها

اتر

برای ساخت NFT باید دو هزینه اصلی پرداخت کنید: کارمزد پلتفرم و کارمزد شبکه.

مقدار کارمزد پلتفرم به سایتی بستگی دارد که از آن برای ساخت NFT استفاده می کنید و کارمزد شبکه هم بستگی به وضعیت شبکه ای دارد که پلتفرم NFT روی آن فعالیت می کند.

متاسفانه کارمزدهای شبکه اتریوم به دلیل شلوغی شبکه در مقطع فعلی بسیار بالا هستند و بخشی بزرگی از هزینه تمام شده، همین کارمزدها است. در پلتفرم هایی که روی بلاکچین های دیگر مانند بایننس چین ایجاد شوند کارمزدها بسیار کمتر خواهد بود. فراموش نکنید ایجاد کردن یک توکن غیرمتشابه به معنای فروش تضمینی آن نیست و هزینه ای که برای ساخت NFT پرداخت می شود، بازنمی گردد.

دوراه فعالیت در فضای NFT

برای فعالیت مستقیم در حوزه NFT دوراه کلی پیش روی شماست:

● ساخت NFT در پلتفرم های مشخص و فروش آن در سایت های تبادل NFT

● خرید توکن آماده از سایت های تبادل NFT و فروش آن با قیمت بالاتر (معامله NFT ها)

هر کدام از این دو روش چالش های خاص خود را دارند. به عنوان مثال، اگر روش اول را انتخاب کنید، ممکن است نیاز به تخصص، شهرت، مهارت و تجربه های بازاریابی داشته باشید تا بتوانید یک NFT بسازید که کسی حاضر باشد آن را بخرد و در روش دوم، باید سرمایه زیادی داشته باشید و آنقدر با این بازار آشنا باشید که بتوانید تشخیص بدید کدام NFT در آینده ارزشمند خواهد شد.

در روش اول ریسک معمولاً کمتر است، چراکه فقط هزینه پلتفرم و کارمزدها را پرداخت می کنید و NFT خود را به امید

در دنیای NFT‌ها، هر کارت دیجیتالی یک توکن است که مالکیت آن روی بلاکچین ثبت می‌شود و دارنده می‌تواند روی کیف پول شخصی خود (مانند کیف پول اتریوم) آن را ذخیره و به راحتی منتقل کند یا بفروشد.

کارت‌های دیجیتالی که تبدیل به NFT می‌شوند عموماً در بازی‌ها کاربرد دارند، به این صورت که هر کس کارت‌های بیشتر و بهتری داشته باشد، شانس بیشتری نسبت به بقیه خواهد داشت. اینکه هر کارت چه کاربردی دارد و چگونه ارزشمند می‌شود، بستگی به بازی دارد. مثلاً در یک بازی فوتbalی، کارت رونالدو نسبت به کارت یک بازیکن متوسط ارزش بیشتری دارد، چون هر کس کارت رونالدو را داشته باشد، طبیعتاً شانس بیشتری برای پیروزی و کسب امتیاز خواهد داشت.

یکی از فضاهایی که می‌تواند بهشت از NFT‌ها بهره ببرد، همین صنعت چندصد میلیارد دلاری بازی‌های کامپیوتری است. بدون اغراق می‌توان گفت در آینده نه تنیدان دور در بازی‌های رایانه‌ای افلام بازی بهصورت توکن ارائه می‌شوند تا مالکیت حقیقی به بازیکنان اهدا شود و بتوانند آنها را در خارج از بازی هم درازای پول واقعی به فروش برسانند. به عنوان مثال، تصور کنید جم (الماس) بازی معروف کلش آو کلنز بهصورت توکن باشد و هر کس بتواند آن را در صورت نیاز در ازای پول واقعی بفروشد. در حال حاضر بازی‌ها و سیستم‌های بلاکچینی زیادی در حال فعالیت هستند که در آنها کاربران می‌توانند کارت دیجیتالی به دست بیاورند، این کارت‌ها را برای انجام بازی و افزایش قدرت بازی خریداری کنند و در صورت تمایل آنها را به فروش برسانند. در اینجا ساخت NFT را فقط پلتفرم انجام می‌دهد.

البته برخی از کارت‌ها کاربرد بازی ندارند و بیشتر «کلکسیونی» هستند؛ یعنی افراد فقط به خاطر شکل و ویژگی‌های خاصشان آنها را خریداری و نگهداری می‌کنند. این نوع کارت‌ها با کاربرد NFT در هنر دیجیتال ارتباط دارند که بالاتر به آنها اشاره کردیم. در ادامه چند مورد از مطرح ترین پژوهش‌های ارائه‌دهنده کارت دیجیتال بهصورت NFT را معرفی می‌کنم که امکان فعالیت برای همه در آنها وجود دارد:

بهترین پلتفرم‌های کارت دیجیتال در حوزه NFT

سوریر (Sorare): یک بازی فوتbal فانتزی است که بازیکنان می‌توانند در آن با کارت بازیکنان شناخته‌شده تیم شخصی خود را بسازند و با دیگران در لیگ‌ها رقابت کنند. هر کارت بازیکن

- رربیل (Rarible)
- فاندیشن (Foundation)
- مینت‌بیس (Mintbase)
- سوپرریر (SuparRare)
- نیتفی گیتوی (NiftyGateway)
- میکرزپلیس (MakersPlace)

هر کدام از این سایتها ویژگی‌ها و قوانین خاص خود را دارند. به عنوان مثال، در میکرزپلیس افراد برای ساخت NFT باید از هنرمندان دیگر دعوت‌نامه داشته باشند یا اینکه با پرکردن فرمی اثبات کنند که یک هنرمند هستند؛ اما در پلتفرم‌های اوپن‌سی و رربیل هر کسی می‌تواند NFT خود را بسازد.

در این قسمت من ساخت NFT در سایت اوپن‌سی را آموخته‌ترین راه می‌دهم، چون طبق بررسی‌های ما در حال حاضر ساده‌ترین راه ساخت و فروش NFT از این سایت می‌گذرد.

البته اوپن‌سی قبل از اینکه یک وب‌سایت سازنده NFT باشد، پلتفرمی برای خرید و فروش NFT‌ها است و خیلی برای ساخت NFT‌های پیچیده و تغییر حالت دهنده مناسب نیست. برای ایجاد NFT‌های حرفه‌ای‌تر می‌توانید وب‌سایت‌های دیگر را هم امتحان کنید.

کارت‌های دیجیتالی و بازی‌های کلکسیونی

زمانی که کمتر از هشت سال سن داشتم، «کارت بازی» بین بچه‌ها رواج داشت. در کوچه‌ها و محله‌های ایران بچه‌ها با کارت‌های کاغذی بازی می‌کردند و تلاش می‌کردند با هر روشی که شده کارت بیشتری به دست بیاورند؛ به خصوص کارت‌های فوتbalی.

این کارت‌ها کاربردی جز بازی نداشتند، اما بین بچه‌ها هر کس کارت بیشتری داشت، یک‌سر و گردن خود را از بقیه بالاتر می‌دید و می‌توانست شانس بیشتری برای بردن بازی‌های بعدی داشته باشد. بعضی از کارت‌ها به خاطر کمیابی شان از بقیه ارزشمندتر بودند؛ به خوبی به یاد دارم حاضر نبودم یک کارت خاص از دیوید بکهام را حتی با دویست کارت دیگر مبارله کنم. اگر شما هم کارت بازی را تجربه کرده‌اید، تبریک می‌گویم، بدون اینکه خودتان بدانید از قبل با پدیده دارایی‌های غیرمتأثر آشنا شده‌اید.

حالا همین کارت‌ها وارد دنیای دیجیتال شده‌اند و به جای اینکه فیزیکی باشند و در جیبمان بگذاریم، دیجیتالی هستند و در یک پول دیجیتال ذخیره‌شان می‌کنیم. همچنین به جای اینکه در کوچه با آنها بازی کنیم، روی کامپیوتر و موبایلمان بازی می‌کنیم.

زمین در جهان‌های مجازی

اکنون که در حال نوشتن این مقاله هستم، یک‌تکه زمین مجازی، جایی که هیچ وقت نمی‌توانید پایتان را روی آن بگذارید، با قیمت ۳۹,۵۰۰ دلار در پلتفرم اوپن‌سی برای فروش گذاشته شده است و جالب است بدانید مالک این زمین در وصف آن نوشته است: «[زمینی] در محل خوب...»

جهان‌های مجازی (Virtual Worlds) یا همان متاورس‌ها (Metaverse) چیزی فراتر از یک بازی هستند. در این جهان‌ها، شما هویت خود را دارید، با دوستانتان در شهر گردش می‌کنید،



▲ محیط دسترنلد؛ سرزمین غیرمتصرک!

نمایشگاه‌ها برگزار می‌شوند، می‌توانید به شهر بازی (محل انجام بازی‌های کامپیوترا) یا موزه‌ها (محل نمایش آثار هنری دیجیتال) بروید. می‌توانید برای خود لباس و خانه و زمین بخرید و حتی روی زمین خود ساخت‌وساز انجام دهید.

ابتدا گسترش این جهان‌ها از نظر فنی همچنان با چالش مواجه است و کیفیت خیلی بالایی ندارند، اما در آینده این چالش‌ها هم رفع می‌شود و شاهد حضور گستره افراد در این جهان‌ها خواهیم بود.

توکن‌های غیرمتشابه یا همان NFT‌ها برگ برنده دنیاهای مجازی هستند، چراکه با کمک آنها می‌توان همان مزیت مالکیت را که در دنیای حقیقی وجود دارد، به دنیای دیجیتال هم آورد. به عنوان مثال، اگر در یک دنیای مجازی که از NFT‌ها کمک گرفته است، یک لباس بخرید، این لباس به صورت یک توکن روی بلاک‌چین واقع‌باشد از کسی اجازه بگیرید. در اینجا هم ساخت NFT توسط پلتفرم انجام می‌شود.

پروژه‌هایی که در ادامه معرفی می‌کنیم مطرح‌ترین جهان‌های مجازی هستند که از نوآوری NFT استفاده می‌کنند:

دسترنلد (Decentraland): دسترنلد یک دنیای مجازی مبتنی بر بلاک‌چین است که از شبکه اتریوم استفاده می‌کند.

(کارت‌های غیر از معمولی یا Common) یک NFT است و روی کیف پول شخصی کاربر ذخیره می‌شود. امتیازها هم با عملکرد واقعی بازیکنان مشخص می‌شود. به عنوان مثال، یک بازیکن می‌تواند در تیم خود کریم بنزما را وارد کند و اگر این بازیکن گلی به شمر برساند، امتیاز بازیکن در سوریر نسبت به بقیه که بنزما را در تیم خود ندارند، افزایش می‌یابد. در ابتدا کارت رایگان به بازیکنان اهدا می‌شود، اما کارت‌های کمیاب بازیکنان بزرگ باید خریداری شود یا با مسابقه کسب شود. امکان فروش کارت‌های رایگان در بازی وجود ندارد، اما با کارت‌های رایگان می‌توانید در برخی تورنمنت‌های کوچک شرکت کنید. در این تورنمنت‌ها به نفرات برتر کارت کمیاب اهدا می‌شود که ارزش پولی دارد.

کرپیتوکیتیز (CryptoKitties): یک بازی مبتنی بر بلاک‌چین که یکی از اولین و مشهورترین پروژه‌های NFT است. در این بازی کاربران گربه‌های مجازی را جمع‌آوری و معامله می‌کنند. گربه‌ها که هر کدام دارای ویژگی‌های ظاهری خاصی هستند، می‌توانند زادوولد کنند و گربه‌های جدیدی بسازند. اگر گربه‌ای از نژاد برتر داشته باشید یا شناس شما خوب باشد، طبق علم ژنتیک می‌توانید صاحب یک گربه کمیاب و بهشت ارزشمند شوید.

گادز آنچیند (Gods Unchained): یک بازی سبک مبارزه مبتنی بر بلاک‌چین اتریوم است که در آن بازیکنان می‌توانند با کارت‌های دیجیتال با دیگران مبارزه کنند. شروع بازی رایگان است و در ابتدا بازیکنان کارت‌های رایگان دریافت می‌کنند. کارت‌های رایگان NFT نیستند و ارزشی ندارند، اما کارت‌های خاصی با ویژگی‌های منحصر به فرد در این بازی وجود دارد که به شکل NFT به بازیکنان برتر به صورت دوره‌ای اهدا می‌شود و همچنین قابل خریداری هستند.

اکسی اینفینیتی (Axie Infinity): یک بازی مبتنی بر بلاک‌چین است که در آن بازیکنان با کارت‌هایی کارتوونی به نام اکسی مواجه هستند. هر اکسی که به شکل حیوان خانگی است، یک NFT است و کنترل کامل آن در اختیار بازیکن قرار دارد و بازیکنان از آن برای انجام بازی‌های مختلف استفاده می‌کنند. در مقطع فعلی برای موفقیت در اغلب این بازی‌های بلاک‌چینی نیاز به پرداخت پول وجود دارد و به صورت رایگان یا امکان بازی وجود ندارد یا اگر هم وجود داشته باشد بازی‌ها به طوری طراحی شده‌اند که کاربر برای ادامه موفقیت مجبور به خرید کارت باشد؛ بنابراین قبل از شرکت در این پروژه‌ها به فکر جیبتان باشید!

فناوری مالی (فین‌تک)

ذخیره می‌شود و او می‌تواند از آن به عنوان یک شماره حساب برای دریافت پول (ارز دیجیتال) یا یک آدرس سایت استفاده کند. در حال حاضر دو شرکت زیر بزرگ‌ترین ارائه‌دهنده دامنه‌های اینترنتی به صورت NFT هستند:

دامنه‌های غیرمت مرکز

اتریوم نیم سرویس (Ethereum Name Service) یا به اختصار ENS: این شرکت ارائه‌دهنده دامنه‌های مبتنی بر اتریوم ETH است. از این دامنه‌ها می‌توان برای تعامل با بلاکچین اتریوم و دریافت اتر و توکن‌های مبتنی بر اتریوم و همچنین در وب‌سایت‌ها استفاده کرد.

آن استاپل دومینز (Unstoppable Domains): این شرکت ارائه‌دهنده دامنه‌های Crypto است که همانند دامنه‌های ENS در دریافت ارزهای دیجیتال و استفاده در وب‌سایت‌ها کاربرد دارند، با این تفاوت که این شرکت ساختاری مت مرکز تر دارد.

نکته مهم: دامنه‌های مبتنی بر بلاکچین هنوز با استانداردهای دامنه‌های معمولی (استانداردهای شرکت آیکان) هماهنگ نیستند و حداقل در این مقطع به سادگی نمی‌توان از آنها مشابه دامنه‌های عادی استفاده کرد؛ بنابراین در زمان نگارش این مطلب، خرید این دامنه‌ها تنها با دید بلندمدت و یا برای استفاده به عنوان شماره حساب (آدرس کیف پول) منطقی است، نه برای استفاده در وب‌سایت‌ها.

از دریای بی‌انتهای NFT‌ها فعلاً فقط نقاط کم عمق را دیده‌ایم. در آینده نه‌چندان دور احتمالاً انواع و کاربردهای بسیار بیشتری از NFT‌ها پدید می‌آید که اکنون نمی‌توان به طور دقیق آنها را تصور کرد.

هر جا که نیاز باشد مالکیت اقلام مختلف در دنیای دیجیتال اثبات شود، می‌توانیم جای خالی NFT‌ها را احساس کنیم. حتی در مقطع فعلی هم توکن‌های غیرمتشابه بندی گستره‌تری دارند، اما در این مقاله تنها به انواعی از آنها اشاره شد که در زمان نگارش مطلب بیشترین تعداد کاربر را به خود اختصاص داده‌اند.

معامله‌های NFT

برای معامله هر NFT باید به بازار NFT‌ها مراجعه کنیم که در قالب سایت و اپلیکیشن در دسترس همگان قرار دارند. عموماً هر پلتفرمی که اجازه ایجاد NFT را می‌دهد، در داخل خودش یک بازار (Market) برای معاملات دارد. به عنوان مثال، در پلتفرم فاندیشن پس از ایجاد NFT می‌توانید آن را در همین پلتفرم برای فروش قرار دهید.

همان‌طور که از اسمش پیداست (سرزمین غیرمت مرکز)، هدف نهایی این پلتفرم این است که کاربرانش آن را اداره کنند و هر کس قادر باشد در این جهان زندگی مجازی خود را داشته باشد و محتوا و خدمات کاربردی تولید کند. در حال حاضر اصلی‌ترین دارایی که در این بازی معامله می‌شود، زمین است. هر زمین یک NFT است که با توکن MANA (ارز داخلی دست‌ترالند) مبادله می‌شود. زمین‌ها نسبت به منطقه‌ای که قرار دارند، ارزش متفاوتی پیدا می‌کنند. همچنین تصمیمات آینده این جهان با رأی گیری از جامعه دست‌ترالند اخذ خواهد شد.

سندباکس (SandBox): سندباکس یک جهان مجازی غیرمت مرکز است که افراد می‌توانند روی زمین‌های آن بازی بسازند، دارایی‌های سه‌بعدی ایجاد کنند و با کسب بازی و فروش دارایی‌ها کسب درآمد کنند. در زمان نگارش این مقاله، این پروژه همچنان در فاز آزمایشی قرار دارد و هنوز از نظر رابط کاربری جای کار زیادی دارد.

کرپتوواکسلز (Cryptovoxels): یک جهان مجازی ساخته شده از تکه‌های سه‌بعدی که روی بلاکچین اتریوم فعالیت می‌کند. افراد می‌توانند در این جهان زندگی را تجربه کنند و زمین و دارایی‌های مختص خود را داشته باشند.

دامنه‌های اینترنتی

بحث مالکیت در دامنه‌های اینترنتی همیشه میان دوستداران اینترنت آزاد در جریان بوده است. آنها همه موافق این حقیقت هستند: در اینترنت امروز (اینترنت مت مرکز) افراد مالک واقعی دامنه‌ها نیستند.

شرکت‌های ارائه‌دهنده دامنه‌های غیرمت مرکز برای حل این مسائل و چالش‌های مرتبط با انتقال دامنه‌های اینترنتی وارد عرضه شده‌اند.

این شرکت‌ها برای حل مشکلاتی از قبیل سانسور، نقض مالکیت و همچنین فرایند زمان بر انتقال دامنه به‌غیر، اطلاعات مالکیت هر دامنه را روی بلاکچین ثبت می‌کنند و به‌این‌ترتیب با انجام یک تراکنش ساده روی بلاکچین می‌توان مالکیت را هم منتقل کرد.

دامنه غیرمت مرکز یکی از مهم‌ترین جنبه‌های NFT است و برخلاف اغلب انواع دیگر NFT که بیشتر کاربرد کلکسیونی داشته‌اند، کاربرد این دامنه‌ها برای حل یک مشکل، بیشتر احساس می‌شود.

هر دامنه یک توکن است که روی کیف پول شخصی مالک

سرقت نشدن یا سانسسور) هنوز دشوار است؛ بنابراین یک پلتفرم NFT ممکن است باهدف کلاهبرداری راهاندازی شده باشد یا کدهای قرارداد هوشمند آن از نظر فنی مشکل داشته باشد.

وقتی می خرید و نمی توانید بفروشید: هیچ تضمینی وجود ندارد ارزش یک NFT بعد از مدتی به نزدیک صفر نرسد. همچنین هیچ ضمانتی نیست که بعد از خرید یک NFT فردی حاضر باشد آن را با قیمتی بالاتر از شما خریداری کند.

قطعًا موارد بیشتری را می توان اضافه کرد که تنها با تجربه در این حوزه می توان آنها را درک کرد. در کل باید بدانید حوزه NFT در حال حاضر مانند بازار ارزهای دیجیتال در سال ۲۰۱۶ است؛ احتمالاً چند سال دیگر از خیلی از پروژه‌ها، NFT‌های گران قیمت و پلتفرم‌های امروزی اثری وجود نخواهد داشت.

باتوجه به تمام این استدلال‌ها، اگر هنرمند، خوره فناوری (گیک) و یا کلکسیونر نیستید و هدف شما صرفاً کسب سود از بازارها است، سرمایه‌گذاری روی توکن‌های مثلی (ارزهای دیجیتال) حوزه NFT منطقی تر است. به عنوان مثال، زمین‌های بازی دسترنده هر کدام یک توکن غیرمتشابه هستند، اما اگر بخواهید این توکن‌ها (زمین‌ها) را خریداری کنید، باید از توکن کاربردی دسترنده یعنی مانا (MANA) استفاده کنید. در اینجا سرمایه‌گذاری روی مانا شاید منطقی تر باشد.

جمع‌بندی

ساخت یک NFT با وجود پلتفرم‌های متعدد به خودی خود کار سختی نیست، اما اگر فرد سرشناسی نیستید یا NFT شما ویژگی‌های خاصی ندارد، نباید انتظار داشته باشید کسی حاضر باشد آن را از شما خریداری کند.

توکن‌های غیرمتشابه اندواع مختلفی دارند که درباره مهم‌ترینشان در این مقاله خواندید و بنابراین توکن یک تصویر یا ویدئو فقط نوعی از اندواع متعدد NFT است.

در این مقاله تلاش کردم بهترین پلتفرم‌ها برای هر نوع NFT را معرفی کنم، اما حتماً خودتان پیش از هر کاری درباره هر پلتفرم تحقیق کنید تا گرفتار مشکلات فنی یا کلاهبرداری نشوید.

در حال حاضر برای فعالیت مؤثر در حوزه NFT یا باید مشهور و هنرمند باشید و یا باید جیتان پرپول باشد؛ بنابراین اگر قصد فعالیت در این حوزه را داشتید حتماً این حقیقت را در نظر بگیرید که ریسک برنگشتن سرمایه به علت کارمزدها و خرید یک NFT بی ارزش بسیار زیاد است.

منبع: ارز دیجیتال

به جز امکان معامله در مارکت‌های داخل هر پلتفرم، امكان معامله NFT‌ها در مارکت‌های عمومی هم وجود دارد. در مارکت‌های عمومی، مانند صرافی‌های ارز دیجیتال همه انواع NFT‌ها از پلتفرم‌های مختلف معامله می‌شود.

در زمان نوشتن این مقاله، برترین مارکت عمومی برای NFT‌ها پلتفرم اوپن‌سی است. اوپن‌سی از طیف وسیعی NFT پشتیبانی می‌کند و بیش از ۱۴ میلیون توکن غیرمتشابه متنوع در این وبسایت برای معامله ثبت شده است.

از نظر دسته‌بندی و تنوع NFT اوپن‌سی یک سروگردان از سایر پلتفرم‌ها بالاتر است، اما اغلب حرفاً‌های ترجیح می‌دهند در همان پلتفرم سازنده NFT اثر خود را به فروش برسانند و اوپن‌سی بیشتر برای معامله‌گران خرد کاربرد دارد.

به جز کارمزدهای شبکه، قراردادن یک NFT جدید برای فروش در اوپن‌سی رایگان است، اما پس از فروش، این وبسایت ۲.۵٪ از مبلغ را به عنوان کمیسیون برمی‌دارد. به جز اوپن‌سی در این مقطع مارکت عمومی قابل توجه دیگری برای معرفی وجود ندارد.

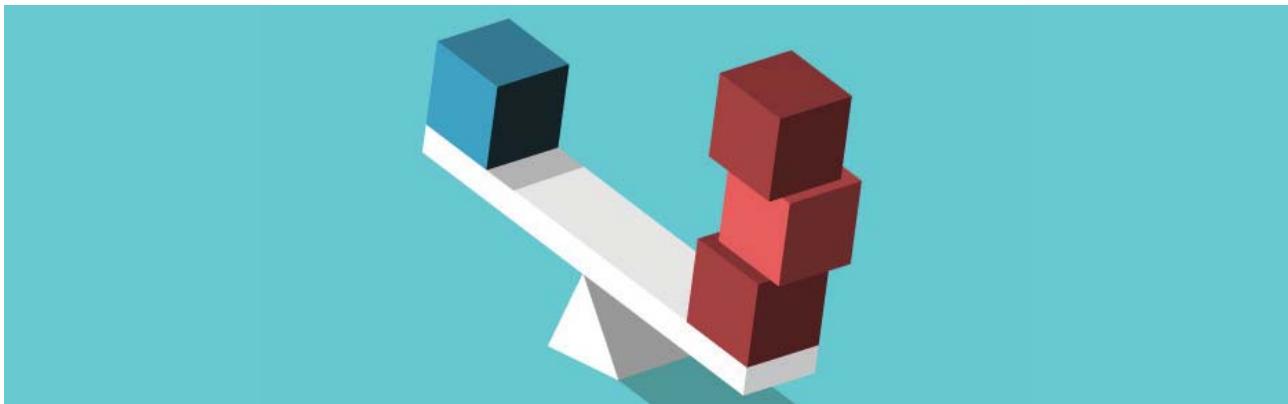
ریسک‌ها و هزینه‌ها

همان‌طور که بالاتر هم اشاره کردم، فعالیت مستقیم شما در حوزه NFT (حداقل در این مقطع) می‌تواند بسیار پر ریسک و پرهزینه باشد. چند مورد از مهم‌ترین ریسک‌ها و هزینه‌هایی که کار با NFT‌ها می‌تواند داشته باشد:

کارمزدها: اغلب پروژه‌های NFT در حال حاضر روی شبکه اتریوم فعالیت می‌کنند و این شبکه هم با چالش جدی کارمزدها مواجه است. در زمان نگارش این مقاله به طور متوسط هر تراکنش روی قراردادهای هوشمند مرتبط با NFT بیش از ۵۰ دلار کارمزد دارد.

دریافت پول برای برد: در حال حاضر برای فعالیت در پروژه‌های NFT زیادی (به خصوص بازی‌ها) مجبور هستید برای بالابردن شناسن فروش یا پیروزی خود هزینه کنید و این هزینه هیچ تضمین بازگشتی ندارد. در برخی بازی‌های NFT اگر هزینه‌ای پرداخت نکنید، احتمالاً شناسنی هم برای پیروزی (کسب درآمد) نخواهید داشت.

پلتفرم‌های نامعتبر: سن فضای NFT به چهار سال هم نمی‌رسد و اکنون (اوایل ۲۰۲۱) که در حال نوشتن این مقاله هستم، هنوز وب‌سایتها و اپلیکیشن‌های میزبان NFT رقابت نزدیکی با یکدیگر دارند؛ بنابراین هنوز شناخت چندان زیادی از این پلتفرم‌ها وجود ندارد و بررسی کدهای قرارداد هوشمند (برای اطمینان از



معامله توکن لوریج دار (Leveraged Token)

■ محمد آذر نیوار

چطور می‌توان در بازار علاوه بر رشد قیمت‌ها، از سقوط قیمت‌ها هم سود برد؟ چطور می‌شود با چندبرابر سرمایه معامله کرد؟ پاسخ، فعالیت در بازارهای آتی (فیوچرز) و اختیار (آپشن) است. با این حال، در بازار ارزهای دیجیتال برای افرادی که می‌خواهند ریسک کمتری تجربه کنند و خیلی درگیر پیچیدگی‌های بازارهای آتی و اختیار نشوند، یک راه خیلی ساده‌تر وجود دارد: معامله توکن لوریج دار (Leveraged Token) یا همان توکن دارای اهرم.

معامله توکن لوریج دار در یک صرافی دقیقاً مانند معامله ساده ارزهای دیجیتال است؛ با این تفاوت که با توکن‌های لوریج دار می‌توانید مزه سود چندبرابری را بچشید. همچنین معامله یک توکن لوریج دار این امکان را به معامله‌گران می‌دهد که علاوه بر سود بردن از رشد قیمت‌ها، بتوانند از کاهش قیمت هم به سود برسند. خبر خوب دیگر درباره توکن‌های لوریج دار این است که معامله این توکن‌ها خطر لیکوید ندارد؛ چیزی که کابوس معامله‌گران فیوچرز است. البته فراموش نکنید توکن‌های لوریج دار هم بدون ریسک نیستند و ممکن است ضرر زیادی را متحمل شوید. اگر این توضیحات برای شما پیچیده و نامفهوم به نظر می‌رسد، جای نگرانی وجود ندارد. در ادامه این مقاله با بیانی ساده توکن‌های لوریج دار را توضیح می‌دهیم و در پایان معامله این توکن‌ها را یاد می‌گیرید.

توکن لوریج دار چیست؟

خرید یک توکن لوریج دار، همان معامله ارزهای دیجیتال مختلف با قابلیت اهرم (معامله با چندبرابر سرمایه) است. مثلاً معامله توکن لوریج دار بیت‌کوین به این معنی است که می‌خواهید سود خود از معامله بیت‌کوین را چندبرابر کنید. همچنین وقتی یک ارز دیجیتال را به روش معمولی خریداری می‌کنید، فقط می‌توانید از رشد قیمت سود ببرید؛ اما درباره توکن‌های لوریج دار، هم در افزایش قیمت (خرید توکن لانگ) و هم در کاهش قیمت (خرید توکن شورت) امکان سود بردن وجود دارد.

یک مثال خیلی ساده برای درک بهتر این موضوع:

فرض کنید یک معامله‌گر تازه‌کار هستید و طبق تحلیل‌هایی که انجام داده‌اید، حدس می‌زنید قیمت بیت‌کوین می‌تواند ۱۰٪ رشد کند؛ بنابراین به صورت یک معامله معمولی یا همان اسپات (Spot)، بیت‌کوین می‌خرید و اگر حدس شما درست بوده باشد

حال همین مثال با توکن لوریج دار: شما یک معامله‌گر نیمه‌حرفه‌ای هستید و طبق تحلیل‌هایی که انجام داده‌اید، حدس می‌زنید قیمت بیت‌کوین می‌تواند ۱۰٪ رشد کند. این بار قصد دارید کمی ریسک کنید و بیشتر سود ببرید؛ بنابراین توکن لانگ (سبز) لوریج دار بیت‌کوین با اهرم ۳ (токن $3 \times \text{BTC Long}$) را می‌خرید. اگر حدس شما درست بوده باشد و قیمت بیت‌کوین ۱۰٪ رشد کند، نیروی اهرم به کمک شما می‌آید و به جای ۱۰٪ این بار ۳۰٪ سود می‌کنید. این قسمت شیرین معامله بود؛ اما اگر پیش‌بینی شما بر عکس از آب در بیاید و به جای رشد، بیت‌کوین ۱۰٪ سقوط کند، شما ۳۰٪ ضرر می‌کنید.

اگر هم فکر می‌کنید بیت‌کوین سقوط می‌کند، می‌توانید توکن لوریج دار شورت (قرمز) بیت‌کوین را بخرید تا با سقوط قیمت، چندبرابر سود ببرید.

امروز در چند صرافی خارجی از جمله بایننس و کوکوین، معامله توکن‌های لوریج دار بیت‌کوین، اتریوم، کاردانو و چندین

(یادتان نرود صرافی به شما پول قرض داده است!) تمام سرمایه اولیه را برمی دارد.

اما در معامله توکن های لوریچ دار، سازوکاری با نام «تنظیم مجدد» (Rebalancing) در هنگام نوسانات شدید یا نیمه شب به وقت جهانی (نسبت به صرافی می تواند متفاوت باشد)، اهرمها را ثابت نگه می دارد تا جلوی ضرر ۱۰۰ درصدی گرفته شود و سرمایه لیکویید نشود؛ بنابراین این احتمال وجود دارد که مثلاً ۶۰٪ در یک روز ضرر کنید؛ اما تمام سرمایه از دست نمی رود و لیکویید نمی شوید.

البته به دلیل اهرم ثابت و تنظیم مجدد آن در زمان نوسانات شدید، ترید توکن های لوریچ دار بیشتر اوقات از ترید مستقیم در بازار فیوچرز سود کمتری دارد؛ اما برای معامله گرانی که از یک طرف نگران لیکویید شدن هستند و از طرف دیگر نمی خواهند فعالیت در فیوچرز را از دست بدهنند، توکن های لوریچ دار بهترین گزینه ممکن است.

معامله آسان و سود چندبرابری

اگر معامله گری حرفه ای نباشد و تلاش کنید در بازار فیوچرز با استفاده از اهرم سود چندبرابری داشته باشد، به جز اینکه هر لحظه در خطر لیکویید شدن هستید، باید خود را برای پیچیدگی انجام معاملات هم آماده کنید.

در حقیقت فضای معاملاتی سنگینی که در بازار فیوچرز وجود دارد هر معامله گر متوسطی را می ترساند؛ پر از دکمه ها و گزینه های گنگ و نامفهوم.

از طرف دیگر، معامله توکن های لوریچ دار کار اصلاً سختی نیست و از طریق همان فضای معاملات معمولی انجام می شود. توکن ها مانند یک ارز دیجیتال جداگانه در حساب معامله گران می نشینند و بررسی سود و زیان آنها به راحتی آب خوردن است.

خطرات و عیوب توکن لوریچ دار

وقتی پای اهرم وسط باشد، قطعاً شما در گیر ریسک می شوید و این را نمی توان انکار کرد. اگرچه معامله توکن های لوریچ دار نسبت به معامله مستقیم در بازار فیوچرز خطرات کمتری دارد؛ اما این نوع معامله هم برای معامله گر تازه کار مناسب نیست. بهتر است قبل از شروع معامله در این توکن ها، تا حد متوسط در معاملات معمولی پیش فتن کرده باشید.

در کل اگر بخواهیم خطرات و عیوب های معامله این توکن ها را خلاصه بگوییم، می توان به دو مورد زیر اشاره کرد:

ارز دیجیتال بزرگ دیگر امکان پذیر است و روزبه روز به فهرست ارزهای دیجیتالی که توکن لوریچ دار دارند، اضافه می شود.

چرا توکن لوریچ دار؟

برای معامله در بازار ارزهای دیجیتال به طور کلی سه راه دارید:

- معامله معمولی:** به آن معامله اسپات هم می گویند که همان خرید و فروش ساده ارزهای دیجیتال است.
- معامله مارجین:** در مارجین تریدینگ، از صرافی چندبرابر سرمایه اولیه خود پول قرض می کنید، معامله مدنظر خود را انجام می دهید و پس از کسب سود، پول صرافی را پس می دهد. صرافی سرمایه اولیه شما را به عنوان وثیقه در نظر می گیرد و اگر ضرر شما بیشتر از مقدار سرمایه شود، تمام سرمایه شما برای جبران ضرر صرافی برداشته می شود یا به اصطلاح لیکویید می شوید.
- معامله در بازار مشتقه (Derivatives):** بازار مشتقه شامل دو بازار فیوچرز و آپشن می شود. توضیح این دو بازار در چند خط نمی گنجد؛ اما این بازارها برای معامله گران حرفه ای است و از ویژگی های آن می توان به قابلیت اهرم های بالا (تا ۱۲۵ برابر سرمایه) اشاره کرد.

تا همین دو سال پیش در صرافی های ارز دیجیتال تنها این سه نوع معامله انجام می شد؛ اما ورود شدید معامله گران مبتدی به بازار مشتقه (به خصوص بازار فیوچرز) و از دست رفتن یک شبه سرمایه تازه کارها به دلیل لیکویید شدن های مداوم و همچنین پیچیدگی های معاملات فیوچرز باعث شد برای اولین بار صرافی FTX ایده توکن های لوریچ دار را پیاده کند.

با موفقیت این ایده، خیلی زود صرافی های بزرگ دیگر مانند بایننس و کوکوین هم این قابلیت را اجرا کردند. معامله توکن های لوریچ دار به چند دلیل می تواند جذاب باشد؛ به خصوص برای معامله گران نه چندان حرفه ای. این دلایل عبارت اند از:

لیکوییدنمی شوید

لیکویید شدن به معنای از دست رفتن تمام سرمایه است که در بازار فیوچرز زیاد اتفاق می افتد و خیلی ها را به ورشکستگی می رساند.

در بازار فیوچرز، وقتی از اهرم استفاده می کنید و نوسانات بازار افزایش پیدا می کند، اگر بازار در جهت پیش بینی شما حرکت نکند، در نقطه ای که به آن «نقطه لیکویید» می گویند سرمایه شما دیگر نمی تواند موقعیت را باز نگه دارد و صرافی برای جبران ضرر



✓ مزیت‌ها

- معامله آسان بدون پیچیدگی‌های بازاری (فیوچر)
- امکان سود چند برابری
- بدون ریسک‌لیکوئید

✗ عیب‌ها

- احتمال ضرر چند برابری
- مناسب سرمایه‌گذاری بلندمدت نیست

توکن لوریج دار



معامله توکن لوریج دار (Leveraged Token) نوعی روش معامله است که در برخی از صرافی‌های ارز دیجیتال وجود دارد و امکان استفاده از قابلیت اهرم در معامله ارزهای دیجیتال را فراهم می‌کند.

استفاده از اهرم به این معنی است که سود شما از معامله چند برابر می‌شود. البته نباید فراموش کرد ضرر هم چند برابر خواهد شد.

احتمال ضرر چند برابری

همان قدر که احتمال دارد با معامله یک توکن لوریج دار چند برابر سود کنید، همان قدر هم احتمال دارد چند برابر ضرر کنید. نیاز به اشاره دوباره نیست که در بازار پر نوسان ارزهای دیجیتال، اگر یک توکن با اهرم ۳ بخرید و بازار ۱۵٪ برخلاف پیش‌بینی شما (صعودی یا نزولی) حرکت کند، کسی که معمولی معامله کرده است ۱۵٪ ضرر می‌کند؛ اما برای شما ۴۵٪ ارزش سرمایه از دست می‌رود.

برای سرمایه‌گذاری بلندمدت مناسب نیست

وقتی به طور معمولی در صرافی ارزهای دیجیتال خرید و فروش می‌کنید، در حقیقت خود ارز دیجیتال را می‌خرید یا می‌فروشید؛ اما درباره توکن‌های لوریج دار این طور نیست. به عنوان مثال، زمانی که توکن لوریج دار اتریوم را می‌خرید، در حقیقت خود اتریوم را نخریده‌اید و این توکن فقط در صرافی شما اعتبار دارد. در حقیقت شما به صرافی اعتماد کرده‌اید.

در صرافی‌ها امکان برداشت توکن لوریج دار به کیف پول شخصی وجود ندارد و فقط صرافی FTX این امکان را فراهم کرده است که البته در این صورت هم توکن‌ها فقط در همین صرافی به رسمیت شناخته می‌شوند.

همچنین، نگهداری از یک توکن لوریج دار شامل کارمزد اضافی می‌شود که در هر صرافی متفاوت است. به عنوان نمونه، در کوکوین برای هر بار خرید و فروش توکن لوریج دار ۱۰٪ و برای هر روز نگهداری از این توکن ۴۵٪ کارمزد کسر می‌شود. برای کوتاه‌مدت، این اعداد چندان زیاد نیست؛ اما در بلندمدت ممکن است عدد قابل توجهی شود.

به طور کلی توکن‌های لوریج دار برای سفت‌ههای بازی و تریدها

کوتاه‌مدت (نهایتاً چند ماهه) طراحی شده‌اند و نمی‌توانند گزینه مناسبی برای سرمایه‌گذاری بلندمدت باشند.

معامله توکن لوریج دار

در گام اول، صرافی شما باید از توکن‌های لوریج دار پشتیبانی کند. اولین صرافی که از معامله این توکن‌ها پشتیبانی کرد، XFTX بود و حالا صرافی‌های دیگری مانند بایننس و کوکوین از این نوع معامله پشتیبانی می‌کنند.

در هر صرافی برای معامله این توکن‌ها فقط کافی است بخش دسترسی به این بخش می‌توانید منوی «Derivatives» اقدام کنید. فراموش نکنید تعداد ارزهایی که برای آنها توکن لوریج دار وجود دارد محدود است و حداقل در مقطع فعلی نمی‌توانید توکن لوریج دار ارزهای گمنام و ناشناخته را معامله کنید. به عنوان نمونه، کوکوین از بیش از ۱۰ ارز دیجیتال شناخته‌شده پشتیبانی می‌کنند که بیکوین، اتریوم، کارданو، پولکادات، رپل، دوج‌کوین و چند آلت‌کوین‌شناخته‌شده دیگر را شامل می‌شود.

در ترید، برای هر ارز دو توکن لوریج دار وجود دارد: ● توکن لوریج دار صعودی (انگ) که با رنگ سبز دیده می‌شود.

● توکن لوریج دار نزولی (شورت) که با رنگ قرمز دیده می‌شود.

همچنین جلوی هر توکن لوریج دار با عدد و علامت ضربیدر مشخص شده است که چه اهرمی دارد.

به عنوان مثال: توکن لوریج دار صعودی (انگ) بیکوین با اهرم ۳ در صرافی کوکوین به این شکل نشان داده می‌شود: BTC3L

پیش‌بینی می‌کنید قیمت یک ارز دیجیتال کاهش پیدا می‌کند

اگر پیش‌بینی می‌کنید قیمت یک ارز دیجیتال کاهش پیدا می‌کند، باید توکن لوریچ دار نزولی (شورت) آن ارز دیجیتال را بخرید. مثلاً اگر پیش‌بینی می‌کنید قیمت پولکادات کاهش پیدا می‌کند، می‌توانید توکن DOT^{3L} را بخرید.

توکن صعودی ممکن است در بعضی از صرافی‌ها با نمادهای DOWN (به معنای کاهش) یا Bear (به معنای خرس = نماد سقوط بازار) هم دیده شود.

سخن پایانی

اگر می‌خواهید در بازارهای فیوچرز معامله کنید و از خطر لیکویدشدن می‌ترسید یا این نوع معامله برایتان پیچیده به نظر می‌رسد، می‌توانید به معامله توکن لوریچ دار هم فکر کنید. در این صورت، هم ریسک کمتری وجود دارد و هم می‌توانید از اهرم (امکان سود چندبرابری) در معاملات خود بهره ببرید.

این نوع معامله که در این مقاله نحوه انجام آن را توضیح دادیم، ریسک لیکویدشدن ندارد و خیلی ساده‌تر از معاملات مستقیم در فیوچرز است؛ اما بدون ریسک هم نیست و همان‌طور که می‌تواند سرمایه شما را دوبرابر کند، اگر در پیش‌بینی‌های خود اشتباه کنید، چندبرابر ضرر می‌کند.

این نکته را هم فراموش نکنید که خرید توکن لوریچ دار به هیچ‌وجه گرینه خوبی برای سرمایه‌گذاری بلندمدت نیست و کاربرد آن فقط در ترید کوتاه‌مدت است.

منبع: ارز دیجیتال



▲ نماد توکن لوریچ دار بیت‌کوین از نوع صعودی (لانگ) در صرافی کوکوین

● نماد بیت‌کوین است.

● عدد ۳ نشان‌دهنده اهرم است. اگر قیمت بیت‌کوین ۱۰٪ رشد کند، شما با داشتن این توکن ۳۰٪ سود می‌کنید.

● حرف L کلمه اول Long است که یعنی شما با خرید این توکن پیش‌بینی می‌کنید قیمت بیت‌کوین رشد می‌کند. بنابراین در معامله توکن‌های لوریچ دار دو احتمال بیشتر وجود ندارد:

● پیش‌بینی می‌کنید قیمت یک ارز دیجیتال رشد می‌کند.

● پیش‌بینی می‌کنید قیمت یک ارز دیجیتال کاهش پیدا می‌کند.

پیش‌بینی می‌کنید قیمت یک ارز دیجیتال رشد می‌کند

اگر پیش‌بینی می‌کنید قیمت یک ارز دیجیتال رشد می‌کند، باید توکن لوریچ دار صعودی (لانگ) آن ارز دیجیتال را بخرید. مثلاً اگر پیش‌بینی می‌کنید قیمت پولکادات رشد می‌کند، می‌توانید توکن DOT^{3L} را بخرید.

توکن صعودی ممکن است در بعضی از صرافی‌ها با نمادهای UP (به معنای افزایش) یا BULL (به معنای گاو = نماد رشد بازار) هم دیده شود.

پایگاه خبری و اطلاع‌رسانی

elececo

اقتصاد الکترونیکی

www.elececo.ir

مارادر شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید

در

elececo
elececo.ir
elececoir
elececoir

به روزترین مقالات و گزارش‌ها و آخرین اخبار

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

ماه‌نامه

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



خوب و بد رمزارزها در اقتصاد جهان

■ گفت و گو از: مریم سلیمانی

فرشاد پرویزیان، مدرس دانشگاه و عضو انجمن اقتصاددانان با بیان اینکه بانک‌های مرکزی در رأس مخالفان رمزارزها قرار دارند، معتقد است اگر نهادهای غیردولتی، ارزهای خاص خود را منتشر کنند، بانک‌های مرکزی، احتمالاً همه یا بخش زیادی از قدرت خود را از دست خواهند داد.

وی با اشاره به تأثیرات مخرب زیست‌محیطی رمزارزها از دیدگاه مخالفانی یاد می‌کند که بنا بر نظرشان، رمزارزها در سه دهه آینده میانگین دمای کره زمین را بیش از ۲ درجه افزایش خواهند داد.

این متخصص در حوزه اقتصاد و رسانه در لیست مخالفان رمزارزها، از بانک‌های مرکزی، دولت‌ها به ویژه دولت ایالات متحده یاد می‌کند و اینکه بنا بر باور برخی اقتصاددانان آمریکا همواره سعی در پایان دادن به عمر بیت‌کوین یا حداقل تضعیف آن داشته و دارد. بیت‌کوین دیریازود به حکومت دلار آمریکا پایان خواهد داد و دلار مرجعیت خود را ازدست داده و روزی ارزش همه ارزهای دیگر بر اساس بیت‌کوین سنجیده خواهد شد.

وی با بیان اینکه شنیده می‌شود حداقل برخی از نیروگاه‌ها به علت نرخ برق خردباری، توسط دولت، دارای ارزش اقتصادی نبوده و حتی اورهال این نیروگاه‌ها با مشکلاتی روبرو است، با ارائه راهکارهایی معتقد است در این خصوص ساده‌ترین راه، ایجاد یک موافقت اصولی برای تأمین برق فعالان این بازار به نرخی قابل قبول و در نتیجه ایجاد ارزش اقتصادی برای نیروگاه و حتی اورهال کلی نیروگاه توسط فعالان رمزارزهای دیجیتال است. حتی توسط ماینرها نیز قابل بررسی و تعریف گذاری است.

دیجیتالی موجود و مشهورترین آنها یعنی بیت‌کوین نیست. به ویژه پس از آن که فیسبوک اعلام کرد که قصد دارد، رمزارز اختصاصی خود را به نام «لیبرا»، معرفی و وارد جریان اقتصادی کند. برخی از بانک‌های مرکزی در حال بحث و گفت‌و‌گو در مورد چگونگی انتشار ارز دیجیتالی خود هستند. حتی بانک تسویه‌حساب‌های بین‌المللی و هفت بانک مرکزی از جمله فدرال رزرو، بانک مرکزی اروپا و بانک مرکزی بریتانیا طی نشستی در اکتبر سال ۲۰۲۰ چارچوب اولیه‌ای را برای آن تعیین کردند و با انتشار گزارشی برخی از نیازهای اصلی ارزهای دیجیتال تحت نظارت بانک‌های مرکزی را اعلام کردند.

داستان ارزهای دیجیتال، تأثیرات بزرگی بر نقش فعلی بانک‌های مرکزی خواهند گذاشت؛ چرا که اگر نهادهای غیردولتی، ارزهای خاص خود را منتشر کنند، بانک‌های مرکزی، احتمالاً همه یا بخش زیادی از قدرت خود را از دست خواهند داد.

علاوه بر این باید توجه داشت که بیت‌کوین، تنها یکی از بیش از هزار و ششصد ارز دیجیتالی است که اکنون در سراسر جهان در گردش است. اما برخی کارشناسان بازارهای مالی با یادآوری

■ علت مخالفت‌های مخالفان رمزارزها آنها بگویید.

□ بانک‌های مرکزی انحصار انتشار پول و ارز را در اختیار دارند و از سیاست پولی برای اعمال نفوذ اقتصادی، پرداخت اعتبارات بانکی و تنظیم تورم، رشد اقتصادی و بیکاری استفاده می‌کنند. آنها همچنین نحوه انتقال ارزهای رایج را تعیین و بر روند انتقال آن نظارت می‌کنند.

بانک‌های مرکزی از این طریق به دولت‌ها کمک می‌کنند تا از میزان درآمد افراد و کسب و کارها مطلع شوند و از آنها مالیات بگیرند. همچنین نظارت آنها موجب شناسایی فعالیت‌های مجرمانه از جمله پولشویی است.

کریستین لاگارد، رئیس بانک مرکزی اروپا در اظهار نظری درباره ارزهای دیجیتال در نیمه ماه نخست سال ۲۰۲۱ میلادی، خواستار تنظیم مقررات جهانی برای بیت‌کوین شده و گفته این ارز دیجیتالی (رمزارز) در برخی موارد برای فعالیت‌های پولشویی و تبهکارانه به کار می‌رود و باید مسیرهای موجود برای این گونه بهره‌برداری‌ها از بیت‌کوین بسته شود.

این نخستین انتقاد یک مقام ارشد بانک مرکزی از ارزهای

اگر افراد از بیتکوین و سایر ارزهای دیجیتال استفاده کنند، هیچ نیازی به اتحادیه‌های پولی غرب و سایر بنگاههای مالی نخواهد بود.

■ چرا مسئولان دولتی علاقه‌ای به بیتکوین و دیگر رمزارزها ندارند؟

□ این تجارت، اولین شبکه پرداخت غیرمت مرکز است که بدون هیچ‌گونه رئیس مرکزی یا واسطه‌ها، توسط کاربران آن، هدایت می‌شود. نبود یک هسته مرکزی در این شبکه، علت اصلی ممانعت دولت‌ها از رمزنگاری ارزی آن است.

«فیات مانی» یا همان پول بی‌پشتونه یا پول اعتباری، اصطلاحی متداول برای توصیف ارزهای دولتی است. در واقع پول دستوری یا فیات، همان پول یا ارز داخلی است که با وجود فقدان پشتونه و نداشتن ارزش ذاتی، دولت آن را به عنوان پول رایج کشور معرفی می‌کند و در حقیقت فیات‌ها اوراقی ارزشمند و مورد تأیید دولت‌ها هستند.

فیات مانی ابزار اساسی چنبره و دخالت دولت در اقتصاد است. دولت ارزهای فیات را کنترل کرده و تحت نظارت دارد. اساس تحقق سیاست پولی، حجم نقدینگی، نرخ‌های بهره، دسترسی به منابع مالی و تسهیلات، همه‌وهمه از طریق انحصار بانک مرکزی در انتشار فیات مانی در اختیار دولت‌ها است.

اگر کل اقتصاد را به یک تریلر بزرگ تشییه کنید، شاید بتوان گفت فیات مانی همان محور چرخ این خودرو است که موجب رانش و حرکت خواهد شد. در عبارتی صریح‌تر حتی در تمامی دادوستدهای خصوصی تان چه بخواهید و چه نخواهید، شریک سومی به نام دولت وجود دارد. چرا که مبادله شما توسط همان فیات مانی انحصاری دولت شکل می‌گیرد و شوربختانه ارزش آن فیات مانی ممکن است هر لحظه توسط همان شریک سوم به بازی گرفته شود. این تحلیل بهویژه در کشورهای جهان سوم و بدون استقلال بانک مرکزی قابل‌لمس و درک است.

بانک‌های مرکزی با به کارگیری سیاست‌های پولی برای کاهش تأثیرات اقتصادی، جو ضعیف اقتصادی را بررسی و تقویت می‌کنند. دولت‌ها نحوه انتقال این ارزهای فیات اطلاع‌رسانی می‌کنند با وضع مالیات بر ارزها با اقدامات مجرمانه برخورد می‌کنند و زمانی که اشخاص غیردولتی، بنگاههای ارزی خصوصی خود را به راه اندازند، تمام این کارهای دولت برای کنترل بازار پول و ارز و اقتصاد، بی‌اعتبار خواهد شد.

نقش ارز در سیاست‌های پولی یک کشور، بسیار گستردۀ است.

شکست بسیاری از ارزهای دیجیتالی غیرمت مرکزی که منتشر می‌شود، جلب اعتماد عمومی به آنها به عنوان یک روش مبادله کارآمد را دشوار می‌دانند.

به اعتقاد آنها جهش‌های قیمتی اخیری که برای بیتکوین رخداده و بهای آن را ظرف یک سال پیش از ۴ برابر کرده، موجب شده تا این رمزارز مشهور بیشتر نقش یک دارایی سوداگرانه همچون طلا را بر عهده بگیرد و امکان معاملات خرد با آن به عنوان یک ارز رایج، روزبه روز دشوارتر شود.

■ برخی علت مخالفت با رمزارزها را به دلیل مشکلات زیست‌محیطی آنها عنوان می‌کنند، نظر شما در این خصوص چیست؟

□ هشدارها نسبت به تأثیرات مخرب زیست‌محیطی این ارز مجازی دوچندان شده است چرا که استخراج بیتکوین و نقل و انتقال آن میزان بسیار زیادی انرژی مصرف می‌کند. الکس دو وریس، اقتصاددان هلندی گفته است: «جهش ارزش بیتکوین در آغاز سال می‌تواند منجر به مصرف انرژی برابر با کل نیروی مصرفی مراکز داده‌ها در سراسر جهان شود؛ پدیده‌ای که در صورت تحقق، به میزان لندن کربن تولید خواهد کرد». دو وریس معتقد است برای به کار انداختن پول مجازی سالانه به ۷۸ تا ۱۰۱ تراوات برق معادل مصرف سالانه برق کشوری مانند فناوری است.

بیل گیتس، بنیان‌گذار مایکروسافت نیز پیش‌ازاین در گفت و گو با نیویورک‌تايمز نسبت به اثرات مخرب زیست‌محیطی بیتکوین هشدار داده و گفته بود این ارز مجازی چیز خوبی برای (گرمایش) آب‌وهوا نیست چرا که بیش از هرگونه شیوه دیگر تراکنش مالی، برق مصرف می‌کند.

این نگرانی‌ها در حالی ابراز می‌شود که پژوهشگران دانشگاه هاوایی کالیفرنیا پیش‌تر در سال ۲۰۱۸ در مقاله در مجله تغییرات آب‌وهوا (Climate Change) هشدار داده بودند که اگر استفاده از بیتکوین با آهنگ رشد دیگر فناوری‌های مشابه دنیال شود، منجر به تولید میزانی از گاز دی‌اکسیدکربن خواهد شد که در سه دهه آینده میانگین دمای کره زمین را بیش از ۲ درجه افزایش خواهد داد.

پیمان مقابله با تغییرات اقلیمی پاریس ۲۰۱۵ موسوم به کوب ۲۱، هدف خود را تلاش جهانی برای نرسیدن به این فاجعه زیست‌محیطی تعریف کرده است.

فیات مانی ابزار اساسی چنبره و دخالت دولت در اقتصاد است

موفقیت این ارز دیجیتال، تعدادی از شرکت‌ها و غول‌های فناوری جهان را وسوسه کرده است تا ارزهای مشابه خلق کنند.

فاش شده است که دادستان فدرال ایالات متحده در سال ۲۰۱۲ از کنی هانا که بعدها به یکی از متخصصان بیت‌کوین تبدیل شد خواسته است به دنبال راه‌هایی برای خفه کردن این ارز باشد.

کنی هانا در مصاحبه‌ای به خبرنگار شبکه CNBC گفته بود: «به من گفتند از شما می‌خواهیم درباره این چیزی که بیت‌کوین نامیده می‌شود تحقیق مفصلی انجام دهید. آن زمان برای نخستین بار بود که اسم بیت‌کوین را می‌شنیدم».

هانا که ظرف چند ماه مدیر عامل هیئت بیت‌کوین و مبادرات ارزی ایالات متحده شده بود و در ارتباط با استخراج بیت‌کوین، یک کلاس آموزشی در دانشکده حقوق دانشگاه استنفورد برگزار کرد، گفته است: برای خفه کردن بیت‌کوین همه کار شد اما موفقیتی به دست نیامد که بتنه باید هم چنین باشد چون دقیقاً مثل این می‌ماند که پول را تحت تعقیب قرار دهید.

فیس بوک به کمک هانا که اکنون نخستین مقام ارشد زن در شرکت سرمایه‌گذاری آندریسن هوروویتز است، تلاش دارد پول دیجیتال خاص خودش با نام لیرا را خلق کند.

البته استیون مونچین وزیر خزانه‌داری آمریکا (بازوی اصلی اجرای تحریم‌های آمریکا علیه ایران) به فیس بوک و شرکت‌هایی که پروژه‌های مشابه دارند به شدت حمله کرد و این کار را مصدق اقدام علیه امنیت اقتصادی آمریکا توصیف کرد.

هانا معتقد است: انتقادات به لیرا عین همان انتقاداتی است که قبل از بیت‌کوین می‌شد.

■ از موافقان رمزارزها و علت حمایت آنها از ارزهای دیجیتال بگویید.

□ در مقابل مخالفان استخراج و عرضه رمزارزها، مدافعان آنها قرار دارند. مدافعان این ارزها معتقدند در شرایط فعلی فعالیت‌هایی همچون قاچاق مواد مخدر و انسان، روسپی‌گری و تروریسم، راه‌های گریز از نظارت سیستم‌های بانکی را پیدا کرده‌اند و همچنان فرارهای مالیاتی در جهان رخ می‌دهد.

بنابراین سد کردن راه توسعه ارزهای دیجیتالی تنها به این دلیل که نقل و انتقال غیرقانونی پول را تسهیل می‌کند، چندان منطقی نیست و تلاشی برای سرپوش گذاشتن بر خلافهای قانونی و فساد موجود در سیستم‌های بانکی است که به دلیل اختصار آنها در روند انتشار پول و تعیین نحوه تبادل آن به وقوع پیوسته است.

دولت‌ها به طور هدفمند برای تشویق به سرمایه‌گذاری، ایجاد اشتغال و یا کنترل تورم و رکود و اهمیت بیش از حد چرخش مالی در جامعه، میزان پول رایج در اقتصاد کشور را افزایش یا کاهش می‌دهند. اما استفاده کنندگان از بیت‌کوین، نیازی به سیستم کنونی بانک‌ها ندارند. این ارز زمانی که به اصطلاح کاوشگران از قدرت شبکه‌های رایانه‌ای خود برای حل الگوریتم‌های پیچیده برای معاملات بیت‌کوین استفاده می‌کنند، در فضاهای مجازی ایجاد و مبادله می‌شود. پاداش افراد برای پرداخت هزینه‌ها در فضای مجازی با ذخیره دیجیتالی داده‌ها بدون نیاز واسطه، میان خریدار و فروشنده ارائه می‌شود.

اگر بیت‌کوین یا سایر رمزگاری‌های مجازی توسط عموم مردم استفاده شوند، وجود شبکه‌های بانکی ممکن است بی‌معنا، غیرضروری و حتی هزینه‌زا باشد؛ اما روی دیگر سکه نیز مهم است. بدون شبکه‌های بانکی چطور می‌توان هنگام هک شدن حساب، راه حلی پیدا کرد؟ چه کسی می‌تواند میزان سود حساب مالی شما را محاسبه کند؟ چه کسی می‌تواند هنگام ایجاد مشکل در انتقال سهام یا مشکلات فنی، لحظه‌ای شما را یاری کند؟ بحران‌های مالی اقتصادی، ارزش بیشتری نسبت به قبل به اهمیت وجود بانک‌ها قایل می‌شوند اما باید بر مؤسسه‌ای که انتقال سرمایه را به طور دوره‌ای مؤثر و با اطمینان بیشتر در ثبت تجارت‌ها انجام دهنده نیز نظارت کرد.

البته با حذف بانک‌ها از چرخه اقتصادی کشور، مشاغلی که بر اساس مالیات درآمدی بانک‌ها و کارمندان آن ایجاد شده‌اند نیز حذف خواهد شد. حتی تجارت انتقال وجهه در دنیای مجازی نیز به مرور حذف خواهد شد. اگر افراد از بیت‌کوین و سایر ارزهای دیجیتال استفاده کنند، هیچ نیازی به اتحادیه‌های پولی غرب و سایر بنگاه‌های مالی نخواهد بود.

■ از رابطه رمزارزها و جرایم ارزی بگویید.

□ طبق نکات بی‌شماری که تاکنون در مورد فضای مجازی و جرایم رایانه‌ای بیان شده است، نیازی به بررسی مجدد رابطه معاملات مالی غیرقابل برگشت و سهولت انجام جرایم ارزی نیست. سایر کارهای غیرقانونی مانند قاچاق دارو، فحشا، تروریسم، پول‌شویی، فرار مالیاتی و سایر انواع فعالیت‌های تخریبی، از فرایندهای جابه‌جاکی پول در مسیرهای نامشخص و بی‌بازگشت از جمله این موارد است.

قیمت بیت‌کوین در دهه اول عمرش به حد انفجار رسیده است و بعضی استخراجگران را به ثروت‌های افسانه‌ای رسانده است.

تایگر دایرکت استفاده کنید. شما می‌توانید از بیت‌کوین‌ها یا دیگر ارزها برای خرید کارت‌های تبریک از طریق سایت‌های هوم دیپوت، کی مارت و آمازون استفاده کنید.

با این حال چنین تیتری بر سایت بیت‌کوین وجود دارد که «بیت‌کوین هیچ ارزش قانونی و دولتی در حوزه‌های قضایی ندارد».

■ جایگاه رمزارزها را اقتصاد ایران چطور ارزیابی می‌کنید.

□ رمزارزها در ایران با چالش‌هایی رویرو خواهند بود، از این جمله بحث چالش انرژی است.

به علت نرخ‌های بسیار ارزان برق در کشور، انگیزه زیادی برای اختفای مزارع استخراج بیت‌کوین وجود دارد اما به جهت قابلیت‌های فنی ابتدایی صنعت برق، یعنی بررسی کنتور مبادی مصرفی، به راحتی این موارد قابل شناسایی است. کافی است یک سیاست شفاف مدیریتی و تعریفهایی برای چنین فعالانی تصویب و اجرا شود.

شنیده می‌شود حداقل برخی از نیروگاه‌ها به علت نرخ برق خریداری، توسط دولت، دارای ارزش اقتصادی نبوده و حتی اورهال این نیروگاه‌ها با مشکلاتی رویرو است. در این خصوص ساده‌ترین راه، ایجاد یک موافقت اصولی برای تأمین برق فعالان این بازار به نرخی قابل قبول و در نتیجه ایجاد ارزش اقتصادی برای نیروگاه و حتی اورهال کلی نیروگاه توسط فعالان رمزارزهای مجازی است.

حتی ایده اعطای مجوز برای راهاندازی نیروگاه خصوصی توسط ماینرها نیز قابل بررسی و تعریفه گذاری است.

■ از دیگر چالش‌ها در ارتباط با ارزهای دیجیتال، چالش سیاست پولی کشور است. اما در این خصوص سؤالاتی از این دست مطرح است که آیا در شرایط فعلی اقتصادی کشور تحت تأثیر تحریم‌های ظالمانه، اولویت‌های اقتصادی کشور چیست.

البته شاید بخشی از مخالفت‌ها نیز به علت پیچیدگی فناوری در این حوزه برای کارشناسان اقتصاد باشد چرا که فیات مانی جاری با دستور بانک مرکزی چاپ و این روزها فقط در رایانه‌ها تایپ می‌شود، اما رمزارز دیجیتال، در فضایی نوین و فناورانه توسط جوانان مسلط بر حوزه فناوری دیجیتال و البته ناشناس، استخراج خواهد شد.

منبع: تسنیم

■ در ارتباط با رمزارزها چه نکاتی اساسی و لازم را باید رعایت کرد؟

□ پیش از تبدیل پول خود به بیت‌کوین و دیگر ارزهای دیجیتال، باید به توجه کنید که بیت‌کوین و دیگر ارزهای دیجیتال توسط برنامه‌نویس (یا برنامه‌نویسانی) ناشناس طراحی شده است (هیچ توافقی بر اسامی این افراد نیست و هیچ هویتی هنوز تأیید نشده است).

توجه داشته باشید، ارز بیت‌کوین، الکترونیکی است، یعنی قابل لمس یا نگه‌داری نیست. ارزش این ارز نوسان زیادی دارد. یعنی دارای بیشترین دامنه ریسک و خطرپذیری است. این ارز توسط برنامه‌نویسانی نامشخص، طبق یک الگوی کاملاً پیچیده برای بیشتر مردم که چندان در مورد آن چیزی نمی‌دانند طراحی شده است.

طبق تحقیقی تحت عنوان «طرح‌واره‌های ارزهای مجازی» که توسط بانک مرکزی اروپا منتشر شده است، چون بیت‌کوین‌ها بر سیستم رایانه‌ای فرد، ذخیره می‌شوند، «اگر کاربران، آنتی ویروس‌های کافی و نسخه‌های پشتیبان مناسب نداشته باشند، با خطر ازدستدادن این ارزها مواجه هستند».

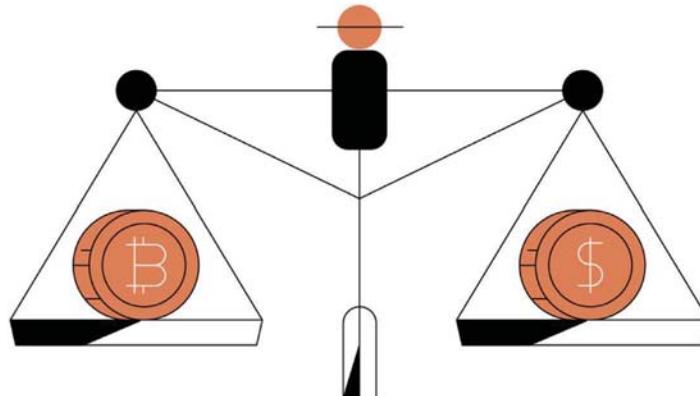
مشکلات سخت‌افزاری جانبی و انداختن رایانه قدیمی خود در سلط زباله، بدون جایه‌جا کردن بیت‌کوین‌هایتان، از دیگر راه‌های ازدستدادن ثروت دیجیتال و مجازی شماست.

اگر از بیت‌کوین‌ها استفاده می‌کنید، یعنی پول خود را به شبکه‌ای که نمی‌شناسید، مردمی که آن‌ها را ندیده‌اید و محیطی که هیچ حق قانونی ندارید، واگذار کرده‌اید. در شبکه‌های قدیمی سرمایه‌گذاری، این ناآشنایی‌ها باعث حذف دائمی این سیستم جایه‌جایی پول خواهد شد.

طبق گزارش بانک مرکزی اروپا، بیت‌کوین‌ها فقط برای ارزهای بالاتر از ۵۰۰ واحد ارزی موجود در گردش مالی جهانی، نتیجه‌بخش خواهند بود. حتی با وجود شکست فوری بیت‌کوین‌ها یا پذیرفتن نقشی بسیار اندک در عرصه ارزهای جهانی، اگر این واحد ارزی موفق شود، تحول عظیمی در بازارهای جهانی ایجاد خواهد کرد.

■ آینده بیت‌کوین و چنین ارزهای دیجیتال چه خواهد بود؟

□ احتمالاً می‌توان گفت این ارزها تداوم خواهند داشت. شما می‌توانید از این ارزهای دیجیتال برای خرید سطح گستره‌ای از بازی‌های کامپیوتری از خرده‌فروشان اینترنتی چون اورستوک یا



کدام یک گمراه‌کننده‌تر است: ارزهای دیجیتال یا ارزهای فیات؟

■ محمدامین علی‌یاری

احتمالاً شنیده‌اید که می‌گویند ارزهای دیجیتال پیچیده هستند، به سختی می‌توان آنها را درک کرد و ماهیت مبهمی دارند. از نظر فنی این دیدگاه کاملاً قابل درک است، با این حال همچنان این حقیقت نادیده گرفته می‌شود که ارزهای دیجیتال که جایگزین یا مکملی برای ارزهای فیات هستند، تنها کمی بیشتر از یک ذره پیچیدگی دارند، درک آنها چندان سخت نیست و ماهیت مبهمی هم ندارند.

بیت‌کوین و ارزهای دیجیتال شده‌اید. حتی چهره‌های ظاهرآ دلسوزی مانند مارک کوبان (Mark Cuban) و جان مک‌آفی (John McAfee) هم که در سال‌های اخیر به این حوزه وارد شده‌اند، گفته‌اند که پیچیدگی بیش از حد ارزهای دیجیتال می‌تواند از پذیرش گسترده آنها جلوگیری کند.

با این حال بیشتر طرف‌داران این نظریه دو موضوع متفاوت در مورد بیت‌کوین و دیگر ارزهای دیجیتال را با یکدیگر اشتباہ گرفته‌اند. آنها به پیچیدگی‌های فنی مانند روش‌های رمزگاری و ساختار بلاک‌چین ارزهای دیجیتال نگاه می‌کنند و به این نتیجه می‌رسند که این پیچیدگی اقتصاد کلان ارزهای دیجیتال را هم در بر می‌گیرد.

هانا هالابوردا (Hanna Halaburda)، دانشیار حوزه فناوری، عملیات و آمار در مدرسه کسب‌وکار دانشگاه نیویورک، گفته است: پیچیدگی ارزهای دیجیتال و ارزهای فیات با یکدیگر متفاوت است. استفاده از پول نقد، حداقل شکل امروزی آن، آسان است، چراکه می‌توانید دارایی خود و چیزی را که خرج می‌کنید بینند.

او افروزد: در مقابل، ارزهای دیجیتال عمدهاً سیاست پولی شفافی دارند و صدور واحدهای جدید [به صورت مستقیم انجام می‌شود]. با این حال استفاده از آنها کار پیچیده‌ای است. باید رمز کیف پول خود را به‌خاطر بسپارید، اگر آدرس گیرنده را اشتباه وارد کنید ممکن است پول خود را از دست بدھید و کسی وجود ندارد

به گزارش کریپتو نیوز، مطمئناً همه می‌دانند که چطور دلار یا یورو خود را خرج کنند، اما کمتر کسی می‌داند پولی که مردم در جیب خود از آن نگهداری می‌کنند بر مبنای چه سیستمی اداره می‌شود. یک مثال ساده برای این موضوع، نظرسنجی‌ای است که در سال ۲۰۱۴ در انگلستان انجام شد و مشخص کرد که تنها ۱۰ درصد از اعضای پارلمان بریتانیا، کسانی که برای قانون‌گذاری واجد شرایط شناخته شده‌اند، می‌دانند که بیشتر حجم پول‌های این کشور هنگام اعطای وام و اعتبار توسط بانک‌های تجاری عرضه می‌شود. این نظرسنجی نشان داد ۷۱ درصد از اعضای پارلمان بریتانیا تصور می‌کردند که تنها دولت یا بانک مرکزی اجازه چاپ پول‌های جدید را دارد.

این موضوع نشان می‌دهد که درک کردن ارزهای دیجیتال در مقایسه با سیستم پولی ارزهای فیات، حداقل در سطح اقتصادی، آنقدرها هم که به نظر می‌رسد سخت نیست. به گفته بسیاری از کارشناسان، ارزهای فیات و ارزهای دیجیتال را باید با روشهای دیگر مقایسه کرد. ارزش بنیادی ارزهای فیات در مقایسه با بیت‌کوین و دیگر ارزهای دیجیتال بیشتر نیست و درواقع ارزش هر دوی آنها به طور یکسان به میزان تقاضا و اعتماد مصرف‌کنندگان بستگی دارد.

اشکال مختلف پیچیدگی

بدون شک شما هم درگیر بحث‌های مربوط به پیچیدگی

می‌کند و همین موضوع درمورد دلار، یمن و پوند هم صدق می‌کند.

ارزش بنیادی؟

انتقاد دیگری که از ارزهای دیجیتال می‌شود، نداشتن ارزش بنیادی (فاندامنتال) است. شاید درست باشد، اما تقریباً همین موضوع درمورد ارزهای فیات هم صدق می‌کند.

هانا هالابوردا گفته است: ارزهای فیات به خودی خود هیچ ارزش بنیادی یا فاندامنتالی ندارند. آنها [در واقع] با سیاست‌های دولت صادرکننده‌شان پشتیبانی می‌شوند و این یک استراتژی مؤثر بر بسیاری از ارزهای فیات بوده است.

هالابوردا می‌گوید ارزهای فیات به عنوان دارایی‌های بالارزش بنیادی در نظر گرفته می‌شوند، چراکه تنها با استفاده از آنها می‌توان مالیات پرداخت کرد و بنابراین همیشه، یا حداقل در دوره‌های پرداخت مالیات، تقاضا برای آنها وجود خواهد داشت.

دانشیار دانشگاه نیویورک افزود: جدا از این موضوع، ارزهای فیات فقط به این خاطر دارای ارزش هستند که عده‌ای تصور می‌کنند دیگران در آینده‌ای نزدیک برای [این ارزها] ارزش قائل خواهند بود.

هالابوردا بیت‌کوین را «نسل جدید ارزهای فیات» خوانده، اما همچنان با کسانی که می‌گویند این ارز دیجیتال ارزش ذاتی ندارد مخالف است.

هالابوردا می‌گوید: بیت‌کوین و دیگر ارزهای دیجیتال خدماتی ارائه می‌دهند که تا پیش از این وجود نداشته است؛ [مانند] تراکنش‌های نیمه ناشناس آنلاین. به عقیده من این ارزش بنیادی بیت‌کوین است.

لو کرنر می‌گوید که ارزهای دیجیتال حداقل در مقایسه با ارزهای فیات ارزش بنیادی بیشتری دارند. او بالین حال معتقد است که هر دوی این دارایی‌ها فاقد ارزش ذاتی هستند.

او در این رابطه گفته است: ارزش ارزهای فیات و بیت‌کوین، [هر دو] بر اساس میزان عرضه و تقاضا تعیین می‌شود و پشتونهای در کار نیست.

درمورد ارزهای فیات نبود ارزش بنیادی باعث می‌شود که حداقل برخی از آنها به مرور ارزش خود را از دست بدهنند. کرنر افروزد: [دولتها] ارزهای فیات بیشتری صادر می‌کنند تا زمانی که مردم به این نتیجه برسند که [آنها] دیگر ارزشی ندارند. [اما] بیت‌کوین این مشکل را حل کرده است.

دونمیکو لومباردیا (Domenico Lombardia)، مدیر بخش اقتصاد جهانی در مرکز بین‌المللی نوآوری‌های مدیریتی کانادا،

که برای رفع این مشکل بتوانید با او تماس بگیرید.

درک سیستم پولی بیت‌کوین کار بسیار ساده‌ای است. با استخراج هر بلاک جدید مقداری بیت‌کوین صادر می‌شود. پاداش بلاک هر چهار سال یک‌بار در دوره‌های هاوینگ کاهش می‌یابد تا در نهایت ۲۱ میلیون واحدی که به عنوان عرضه کل بیت‌کوین در نظر گرفته شده است، استخراج شود. از طرفی دیگر، سیستم پولی آمریکا و دیگر کشورهای جهان نه تنها پیوسته تغییر می‌کند، بلکه از لایه‌های پیچیده مختلفی هم تشکیل شده است.

علاوه بر این، بسیاری از فعالان این حوزه معتقدند که پیچیدگی ظاهری تجربه و رابط کاربری پلتفرم‌های ارز دیجیتال در طول زمان کمتر خواهد شد.

لو کرنر (Lou Kerner)، از سهامداران شرکت بلاکچین کوین وستورز (Blockchain Coinvestors) و تحلیل‌گر ارشد ارزهای دیجیتال در کوانتم اکونومیکس (Quantum Economics)، گفته است: همان‌طور که تکامل فناوری باعث شد استفاده از اینترنت به قدری آسان شود که همه بمراحتی از آن استفاده کنند، فناوری ارز دیجیتال هم در حال تکامل است و در مسیر پذیرش به عنوان جریان غالب قرار دارد.

کرنر می‌گوید بازبودن و تغییرناپذیری فناوری بلاکچین باعث شفافیت فوق العاده ارزهای دیجیتال شده است، تا جایی که دقیقاً می‌دانیم تابه‌حال چه تعداد بیت‌کوین استخراج شده است.

کرنر افزود: [این در حالی است که] هیچ کس نمی‌داند همین دیروز چند اسکناس چاپ شده است! فیلیپ گرادول (Philip Gradwell)، کارشناس اقتصادی ارشد چینالیسیس (Chainalysis)، با نظر کرنر موافقت کرده و گفته است: این یک اشتباه رایج است که تصور می‌کنند ارزهای دیجیتال شفافیت ندارند. در واقع [تمامی اطلاعات] روی دفتر کل عمومی بلاکچین ثبت می‌شوند و این یکی از شفاف‌ترین شیوه‌های انتقال ارزش است. در وهله اول، این شفافیت ارزهای دیجیتال است که باعث شده شرکت‌های تحقیقاتی ای مانند چینالیسیس وجود داشته باشند.

باید به این نکته هم توجه داشت که اگر درک چیزی حداقل از نظر فنی سخت باشد، به این معنی نیست که مردم نمی‌توانند یا نمی‌خواهند از آن استفاده کنند.

جان پائول کانینگ (John Paul Koning)، کارشناس اقتصادی، گفته است: درک سیستم پولی سنتی بسیار دشوار است. بیشتر مردم هیچ تصوری در رابطه با شیوه کار [این سیستم] ندارند. اما برای راندن یک خودرو نیازی نیست بدانید که چگونه کار

انگلستان در سال ۲۰۱۴ اعلام کرد که سپرده‌های بانکی ۹۷ درصد از چرخه پولی این کشور را تشکیل می‌دهند. این موضوع نشان می‌دهد که سپرده‌های بانکی بیشتر در قالب وام و توسط خود بانک‌های تجاری ایجاد می‌شود، در نتیجه می‌توان گفت تنها چیزی که پشتونه این پول‌هاست تعهد بازپرداخت بدھی است.

پایه پولی شامل سپرده‌های بانک‌های تجاری نزد بانک مرکزی، وجه نقد در گردش در دست مردم و پول‌هایی است که به طور فیزیکی در بانک‌ها نگهداری می‌شود. پایه پولی در واقع بخشی از کل عرضه پول یک کشور است که بالاترین قابلیت نقدشوندگی را دارد.

رابطه کاربری پلتفرم‌های ارز دیجیتال

تعداد کمی از مردم انگلستان می‌دانند که بیشتر عرضه پول‌های کشور از سوی بانک‌های تجاری است. باید این موضوع را به خوبی درک کرد که سیستم پولی ارزهای فیات حداقل به اندازه ارزهای دیجیتال گمراهنده و غیرشفاف است.

درست است که ارزهای دیجیتال از نظر فنی پیچیده هستند، اما ساختار بک‌اند (Backend) خود پردازهای بانکی و برنامه‌های موبایل بانک هم شرایط مشابهی دارد. این پیچیدگی باعث نمی‌شود که از ارزهای فیات استفاده نکنیم. در مرور ارزهای دیجیتال هم این پیچیدگی ساختاری، حداقل در شرایطی که رابط کاربری پلتفرم‌ها ساده‌تر شود، مانع از به کارگیری آنها نخواهد شد.

منبع: ارز دیجیتال

معتقد است که ارزهای فیات ارزش ذاتی ندارند، چراکه موقعیت آنها کاملاً به اعتماد مردم به بانک مرکزی و یا دولت صادرکننده‌شان بستگی دارد.

لومباردیا گفته است: بانک‌های مرکزی مختلف سطوح متفاوتی از اعتماد را [برای مردم] فراهم می‌کنند. در تمام سیستم‌ها بانک مرکزی بالاترین جایگاه را دارد. حاکمیت قانونی و چهارچوب‌های سازمانی که بانک مرکزی مطابق آنها فعالیت می‌کند با سخت گیرانه‌ترین استانداردها طراحی شده است.

لومباردیا معتقد است برای اینکه ارزهای دیجیتال بتواند با ارزهای فیات رقابت داشته باشد، باید با طراحی چهارچوبی اعتماد کاربران عادی جلب کنند. وی افروزد: این امر بدون قانون‌گذاری و نظارت دست‌یافتنی نخواهد بود.

اما تمام فعالان حوزه ارز دیجیتال با این نظریه که ارزهای فیات ارزش بنیادی ندارند، موافق نیستند. جان پائول کانینگ می‌گوید بانک‌های مرکزی معمولاً قبل از صدور پول‌های جدید اقدام به خرید دارایی می‌کنند.

این کارشناس اقتصادی گفته است: [بانک مرکزی] می‌تواند از این دارایی‌ها بازخرید هر واحد از ارزهایی که صادر کرده است استفاده کند، با این کار ارزش پول هم تقویت می‌شود. در صورتی که به کمک اضافی نیاز باشد، بانک مرکزی می‌تواند از دولت بخواهد تا برای افزایش موجودی خزانه‌داری [بخشی از درآمد مالیاتی] [کشور] را در اختیار آنها قرار دهد.

البته این مسئله تنها پایه پولی را در بر می‌گیرد. بانک مرکزی



رمزارز و چالش‌ها

یک کارشناس اقتصادی با اشاره به تعاریف مختلف ارزهای دیجیتال و مجازی از نگاه مؤسسه‌های مختلف بین‌المللی به مزايا و همچنین چالش‌های حوزه رمزارزها پرداخته و از لزوم استفاده از رمز پول بانک مرکزی می‌گويد. در نظر ياور دشت‌بانی، پژوهشگر مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی آمده است.

و یک سیستم پرداخت غیرمت مرکز است.»
بانک تسویه حساب‌های بین‌المللی (۲۰۱۵): «ارز دیجیتال یک دارایی است که به صورت الکترونیکی ذخیره شده و همان نقش پول فیزیکی به عنوان ابزاری برای تسهیل کردن پرداخت‌ها را ایفا می‌کند.»

اهم مزايا و چالش‌های رمزارز
۱. آزادی در پرداخت و دسترسی بین‌المللی به ویژه در شرایط تحريمی

۲. هزینه عملیاتی پایین در معاملات بین‌المللی
۳. سرعت بالا در انتقالات بین‌المللی و فرامرزی
۴. عدم امکان خلق پول بی‌رویه در اقتصاد
۵. عدم توانایی دولت‌ها در مصادره و بلوکه کردن
۶. قراردادهای هوشمند
۷. کاهش قدرت تحريم دلاری آمریکا علیه اقتصاد ايران.
۸. امکان ایجاد رمزینه ارزهای منطقه‌ای و تسهیل در پیمانهای پولی دو و چند جانبه

۹. تسهیل در جهانی شدن کسب و کارهای داخلی و بهبود صادرات غیرنفتی
۱۰. عدم امکان جعل و چاپ یا انتشار تقلیبی رمزارزها
۱۱. امکان جذب سرمایه‌گذاری خارجی
۱۲. جلوگیری از خروج ارز از کشور
۱۳. ایجاد پایه‌های مالیاتی جدید و ...

اما برخی از اين مزايا محل بحث و ملاحظه و حتی نقد اساسی است؛ به عنوان نمونه، درباره بند یک؛ وجود رمزارزها و بهره‌گيری از آن با خارج ساختن دلار از یک هژمونی و جهان‌روايی در عرصه تجارت بین‌الملل، امکان تجارت بدون نگرانی و ترس از تحريم (به ویژه تحريم‌های ثانويه) را فراهم کند، در حالی که شرط اول تجارت اعتماد دو طرف مبادله نسبت به يكديگر است و دقیقاً همین موضوع در استفاده از رمزارزها، ایجاد در درسر خواهد کرد، چرا که احتمال آن می‌رود که شخص وارد کننده به دلیل عدم وجود

استفاده از پول مجازی و رمزارزها در سراسر دنيا در حال گسترش است و گسترش کاربرد ارزهای مجازی نظير بيت‌کوين و دیگر انواع رمزارزهای موجود در بازار موسوم به آلت‌کوین‌ها می‌تواند در کنار فرصت‌های بالقوه، تهدیدات مهمی را نيز به دنبال داشته باشد. واقعیت آن است که در يك دسته‌بندی کلی منشأ عمده چالش‌ها و بعض‌اً فرصت‌ها به موارد زیر مرتبط است:

- الف - تغییر در اکوسیستم بازارهای مالی
 - ب - تغییر در اکوسیستم انرژی
 - ج - امنیت اقتصادی و عدم پشتونه دولتی
 - د - تحت تأثیر قرارگرفتن سیاست‌های پولی به ویژه استقلال ر- کنترل بانک مرکزی در اقتصاد پول کشور.
- بنابراین لازم است مبنی بر موارد کلی مورد اشاره، حوزه رمزارزها را مورد مطالعه و ملاحظه قرار داده و سیاست‌ها و تنظیم‌گری متناسب با پذیرش یا عدم پذیرش کشورها صورت پذیرد.

تعاریف مختلف پول دیجیتال و ارز مجازی

بانک مرکزی اروپا (۲۰۱۲): «یک ارز مجازی، نوعی از پول دیجیتال، قانون‌گذاری نشده که توسط توسعه‌دهنده‌های خصوصی توسعه داده شده و کنترل می‌شود. نکته قابل توجه اينکه اين پول تنها در میان افرادی که عضو اين جامعه خصوصی هستند استفاده و پذيرفته می‌شود.»

کارگروه اقدام مالی (۲۰۱۴): «ارز مجازی یک نمایش دیجیتال از يك ارزش است که می‌تواند به صورت دیجیتال مبادله شود و نقش‌های واسطه مبادلات، مبنای ارزش‌گذاری و ذخیره ارزش را داشته باشد. اين در حالی است که هیچ وجهه قانونی ندارد و تنها در يك شبکه خصوصی و منطقه خاص قانونی که توسط اعضای آن پذيرفته شده قابل استفاده است.»

کمیته پرداخت‌ها و زیرساخت‌های بازار (CPMI) اما دیدگاه متفاوت‌تری نسبت به ارز دیجیتال دارد: «ارز دیجیتال به عنوان هر شکل الکترونیکی پول، يا وسیله مبادله‌ای که دارای دفتر توزیع شده

بازارهای مالی در اکوسیستم رمزارزها (Crypto Currency) استفاده از پول‌های رایج فراهم است) در آن (ICO) که در آن کسب سود از طریق خرید توکن‌ها یا کوین‌های عرضه اولیه صورت می‌گیرد و البته لازم است به مواردی از جمله:

- ۱) دشواری ارزیابی فنی پروژه برای مخاطب عام
 - ۲) نااطمینانی درباره ظرفیت‌های تیم پروژه
 - ۳) نااطمینانی درباره سرنوشت و آینده رمزارز؛ توجه داشت.
- ب) بازار اسپات رمزارز (Spot Market) یا خرید و فروش رمزارز در بازار تسویه آتی رمزارزها که در آن کسب سود از طریق آربیتریج و معاملات کوتاه‌مدت و نوسان‌گیری صورت می‌گیرد و البته لازم است به:
- ۱) کسب سود تنها از طریق رشد قیمت
 - ۲) عدم انتفاع از کاهش قیمت
 - ۳) کسب سود تنها به‌اندازه موجودی سرمایه، توجه شود.

ج) بازار مشتقات رمزارز (Derivatives market) یا معامله ابزارهای مالی توسعه داده شده مبتنی بر رمزارزها که در آن کسب سود از طریق

- ۱) موقعیت‌های معاملاتی
- ۲) امکان انتفاع از هرگونه تغییر قیمت

۳) امکان استقرارض و دریافت اعتبار معاملاتی صورت می‌گیرد. البته باید توجه شود که خطر تبدیل اکوسیستم رمزارز به یک پلتفرم شرط‌بندی وجود دارد.

منبع: اینجا

مستندات قانونی و عدم تضمین‌های بانکی و دولتی (که در شرایط استفاده از پول‌های رایج فراهم است) دریافت وجه را منکر شده یا باوجود دریافت وجه در ارسال کالا یا خدمت اهمال کند و این یعنی «ریسک در تجارت با استفاده از رمزارز».

از سوی دیگر در شرایط استفاده از پول‌های رایج، با استفاده از ابزارهای بازار مشتقه پوشش لازم به دلیل ریسک ناشی از نوسانات ارز صورت می‌گیرد. حال این سؤال مطرح می‌شود که آیا چنین پوششی در شرایط استفاده از رمزارزها ممکن و فراهم است؟! یا می‌دانیم زمانی دولت‌ها در نظام مالی و بانکی اقدام به مصادره کردن پول می‌کنند که امری خلاف قانون مانند پول‌شویی یا فرار مالیاتی صورت گرفته است، حال سؤال این است که آیا عدم امکان مصادره در شرایط استفاده از رمزارز مزیت محسوب می‌شود؟! اینها مصادیقی است که نقد اساسی به آن وارد است.

البته برخی موارد نیز باید با ملاحظاتی همراه شود؛ به عنوان نمونه استفاده از رمزارزها منجر به کاهش هزینه کارمزد انتقالات و عملیات مالی می‌شود، نه کل هزینه عملیات. چه بسا بخش مهمی از هزینه‌های عملیات مالی می‌تواند ریشه در عدم تقارن اطلاعات داشته باشد که گمان می‌رود در شرایط بهره‌گیری از رمزارزها این مورد پررنگ‌تر باشد.

در واقع سرعت بالای نقل و انتقالات از این منظر به عنوان مزیت مطرح می‌شود و گرنه در عملیات معمول نقل و انتقالات مالی با پول‌های رایج (Fiat Money) نیز سرعت بسیار بالایی حاکم است که لازم است توجه کارشناسان و کاربران حوزه رمزارزها به این موارد و ملاحظات لازم جلب شود.



آخرین مقالات و گزارش‌ها:

- ۱- اقتصاد دیجیتال
- ۲- فناوری مالی (فین‌تک)
- ۳- ارز دیجیتال
- ۴- بانک دیجیتال
- ۵- ...
- ۶- کسب‌وکار دیجیتال
- ۷- فروش آنلاین
- ۸- دیجیتال‌مال
- ۹- رسانه دیجیتال
- ۱۰- ...

اقتصاد دیجیتال
www.DigitEco.ir

بازتاب خبری و اطلاع رسانی
elececo
اقتصاد الکترونیکی
www.elececo.ir

ما را در شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید



پژوهشکده پولی و بانکی؛ ضرورت قانون گذاری رمزارزها

بررسی‌های رسمی نشان می‌دهد تدوین چهارچوب مقررات گذاری و نظارتی در زمینه رمزارزها باید باهدف اطمینان‌بخشی از ایمنی و کارایی نظام مالی و بانکی، حمایت از مصرف‌کننده و سرمایه‌گذاران خارجی، به حداقل رساندن فرصت‌های تخلف از مقررات نظارتی مبارزه با دورزدن قوانین و مقررات کنترل ارزی، مبارزه با جریان‌های غیرمالی و پولشویی و تأمین مالی تروریسم، مبارزه با فرار مالیاتی و حمایت از شمولیت مالی و پیشرفت‌های فناورانه صورت گیرد. از این‌رو بانک مرکزی کشور باید سامانه‌های مبادلاتی و زیرساخت‌های رمزارزها را انتخاب و پایه‌ریزی کند. دوم این‌که، این نهاد پولی در کشور باید مانع از خرید و فروش ارز حاصل از استخراج رمزارزها برای مقاصد سوداگرانه شود. مورد دیگر این‌که به منظور بهبود فرایند نظارت در این حوزه به شناسایی دقیق استخراج کنندگان و شناسایی مشتریان مختص رمزارزها پردازد. در نهایت این‌که اخذ مالیات در حوزه رمزارزها کلید شفافیت این حوزه نیز محسوب می‌شود.

نقل و انتقالات نظام پرداخت‌ها. دیگر این‌که رمزارزها می‌توانند

به عنوان ابزار مالی جایگزینی برای ایجاد و توزیع پول شوند؛ البته در این مسیر با چالش‌ها و مسائل مختلفی روبرو هستند. استفاده از دارایی رمزنگاری شده به عنوان ابزار مالی موجب کاهش بحران خلق پول و جلوگیری از انحراف سرمایه‌های کشور خواهد شد؛ در حالی‌که دارایی‌های رمزنگاری همچنان در حال توسعه، تغییر و تحول هستند.

ضرورت قانون گذاری رمزارزها

در بخش دوم این گزارش به ضرورت قانون گذاری در رمزارزها پرداخته شده است. با توجه به اهمیت موضوع و کارکردهای رمزارزها، مسئله مقررات گذاری در رمزارزها مسئله جدیدی است. به عبارتی دیگر طی سال‌های اخیر با مطرح شدن رمزارزها به عنوان یک ابزار پرداخت در مبادلات، ناظران و تنظیم‌کنندگان مقررات در بازارهای مالی در این حوزه وارد شده‌اند و باید تصمیمات مشخصی در مورد چگونگی و نظارت بر رمزارزها داشته باشند. بررسی گزارش‌های رسمی نشان می‌دهد با توجه‌به این‌که قانون گذاران در بازارهای مالی و پولی، در توافق در مورد دارایی‌های رمز پایه، دچار مشکلات متعددی نظیر دشواری فرایند قانون گذاری در دارایی‌های رمز پایه و نیز وجود اختلاف نظر شدیدی در مورد طبقه‌بندی و تعریف هریک از رمزارزها هستند؛ چهارچوب قانون گذاری رمزارزها اهمیت پیدا می‌کند. علاوه بر این به تازگی، هشدار مشترکی درباره خطرهای ارزهای مجازی برای

ماهیت رمزارز

پژوهشکده پولی و بانکی در گزارشی به بررسی چارچوب مقررات گذاری رمزارزها در ایران با بررسی رویکردهای بین‌المللی و ارائه پیشنهادهای سیاستی پرداخت. در بخش نخست این گزارش به تعریف رمزارزها و کارکردهای مختلف آن پرداخته شده است. رمزارزها زیرمجموعه‌ای از پول‌های دیجیتال هستند که با استفاده از پروتکل‌های رمزگذاری یا سیستم‌های کدگذاری بسیار پیچیده‌ای که انتقال اطلاعات حساس را رمزگذاری می‌کند، واحد مبادله خود را ایمن می‌سازد.

این نوع دارایی با تمرکز زدایی معنی می‌یابد. عرضه و ارزش پول‌های مجازی نه بر اساس تصمیم‌گیری‌های آگاهانه بانک‌های مرکزی و سایر مقامات نظارتی، بلکه با فعالیت‌های کاربران و پروتکل‌های بسیار پیچیده‌ای که در کدهای نظارتی آنها ساخته شده است، کنترل می‌شود. بنا بر گزارش‌های رسمی، در سیستم‌های غیرمتتمرکز در دارایی‌های رمزنگاری شده، هیچ نهاد مرکزی وجود ندارد که سیستم را مدیریت کند و نهاد مرکزی با چارچوبی از پروتکل‌های داخلی جایگزین می‌شود که عملکرد سیستم را راهبری و نظارت می‌کند و تأیید تراکنش‌هایی را که توسط اعضای همان سیستم صورت می‌گیرد، امکان‌پذیر می‌سازد و پرداخت‌ها و تراکنش‌ها از طریق سیستم الکترونیکی صورت می‌گیرند.

کارکردهای مختلفی بر حسب انواع رمزارزها وجود دارد؛ مورد اول تقویت رقابت و نوآوری در نظام‌های پرداخت و تسهیل در

ارز دیجیتال

در بخش دیگری از این گزارش، به ملاحظات مرتبط با قانون گذاری در این حوزه پرداخته شده است. بنا بر گزارش‌های رسمی مقررات گذار در سطح بانک مرکزی باید به مسئله تفاوت رمزارز با دارایی‌های رمزنگاری شده توجه کند. در این حوزه، ماهیت و طبقه‌بندی بسته به کارکردهای هریک اهمیت دارد. چالش‌های ساختاری و ابهامات حقوقی، جنبه‌های مثبت و منفی و رویکردهای مختلف حوزه کسب و کار با ارزهای دیجیتال از جمله موضوعات بحث‌برانگیز در این زمینه است.

دارایی رمزنگاری شده بازنمایی دیجیتالی از دارایی‌هاست که با توکنایز کردن دارایی و فعال‌شدن دارایی‌های منجمد، فضایی برای سرمایه‌گذاری‌های خرد در کشور ایجاد می‌کند. عدم اجماع در مورد اصطلاحات، تعاریف و طبقه‌بندی می‌تواند مانع اساسی برای ایجاد یک چارچوب نظارتی قوی باشد و ممکن است مانع از هماهنگی بیشتر نظارتی در بازارهای مالی شود. با توجه به ماهیت ذاتی معاملات رمزنگاری، تفسیر واضح از اصطلاحات در بین نهادهای نظارتی ممکن است نظرات را تسهیل کند. از سوی دیگر، بهبود جمع آوری داده‌ها در مورد فعالیت‌های رمزنگاری، اعم از داخلی و بین‌المللی، برای ناظران جهت درک ریسک‌ها و فرستهایی که می‌تواند به طور قابل توجهی در اهداف نظارتی آنها اثر گذارد، بسیار مهم است.

مجموعه‌داده‌های تجربی گستردere ت و دقیق‌تر را می‌توان مستقیماً از شرکت‌کنندگان در بازار یا سایر نهادهای نظارتی تهیه کرد. علاوه بر این، با توجه به استانداردهای بین‌المللی مطرح شده در گزارش هریک از رمزارزها بسته به حوزه‌هایی که در آن اثر گذار است، نهاد متولی قانونی خاص خود را خواهد داشت. بنا بر گزارش‌های رسمی، بانک مرکزی کشور باید سامانه‌های مبادلاتی و زیرساخت‌های رمزارزها را انتخاب و پایه‌ریزی کند. همچنین بانک مرکزی در کشور باید مانع

کارکردها و بازیگران در حوزه رمز ارز مطابق با آیین‌نامه بانک مرکزی			
انواع رمزارز	کارکرد رمزارز	ناظران و بازیگران در این حوزه	
استخراج	عموم مردم و سرمایه‌گذاران	صرافی‌های مجاز	رمزارز جهان‌روا
مبادله	بازار پرداخت	غیرقانونی	رمزارز ملی
صدور و انتشار	بانک مرکزی	بانک‌های کشور	رمزارز منطقه‌ای
مبادله	قانونی	بانک‌های کشور	دارایی رمزنگاری شده
صدور و انتشار	بانک مرکزی	بانک مرکزی، بانک‌های کشور و صرافی‌ها	توکن‌های ریالی
مبادله	قانونی	بانک مرکزی، بانک‌های کشور	توکن‌های ارزی
صدور و انتشار	بانک مرکزی	بانک‌های دارایی مجوز از بانک مرکزی	توکن با پشتوانه دارایی
مبادله	بانک‌ها و صرافی‌ها	بانک‌ها و صرافی‌ها	توکن با پشتوانه طلا
اصدراحت	غیرقانونی	سازمان بورس و اوراق بهادار	
مبادله	غیرقانونی	سازمان بورس و اوراق بهادار	
اصدراحت	اخذ مجوز از بانک مرکزی و ضمانت بانک‌ها	اصلاح قوانین پولشویی و مبارزه با تامین مالی توربیسم	
مبادله	بانک‌های کشور و صرافی‌ها	اصلاح قوانین مرتبط با ریسک‌های مالی	
اصدراحت	غیرقانونی	اصلاح قوانین فناوری اطلاعات	

مقایسه رویه‌های انتخابی کشورهای دار خصوص نظارت بر رمزارزها		
کشور	تعاریف	توضیحات
چین	عدم تعريف	ارائه دستورالعمل نظارتی منوعیت قانونی بلطفهای ارائه دهنده اصلاح قوانین پولشویی و مبارزه با تامین مالی توربیسم اصلاح قوانین مرتبط با ریسک‌های مالی اصلاح قوانین فناوری اطلاعات
آمریکا	دارایی رمزنگاری شده هنوز تعریف نشده است و تعاریف کلی از ارز مجازی وجود دارد. ارزش دیجیتالی که به عنوان مبادله، واحد حساب، ارزش ذخیره که رواج قانونی ندارد، ارائه شده است. قانون بازار سرمایه و سرمایه‌گذاری مالی این دارایی را بامهیت اوراق بهادار پذیرفته و مشمول این قانون است.	تغییر در قوانین مالیات‌ها و قانون پولشویی و تامین مالی توربیسم تغییر در قانون محرمانگی بانکی اجراه ثبت‌نام ارائه دهنده دگان خدمات دارایی رمزنگاری شده در شبکه اجرای جرائم مالی
کره جنوبی	بدون تعريف مشخص و دسته‌بندی از دارایی رمزنگاری شده و قانون بازار سرمایه و سرمایه‌گذاری مالی این دارایی را بامهیت اوراق بهادار پذیرفته و مشمول این قانون است.	تغییر در قانون مالیات‌ها و قانون پولشویی و تامین مالی توربیسم، ایجاد محدودیت برای فعالیت‌های سوداگرانه رمزارزها در صرافی‌ها و موسسات مالی، ایجاد سیستم معاملاتی برای خرید و فروش دارایی رمزنگاری شده ایجاد و استفاده از دارایی رمزنگاری شده نیازی به نظارت ندارد، ولی پلت‌فرم‌ها و مبادلات نیازمند نظارت هستند. الزامات سرمایه‌ای جدید برای انواع توکن‌هادر آلمان برقرار شده است.
آلمان	ارزش دیجیتالی است که بر اساس ساختار بلاک‌چین تنظیم شده‌اند.	

صرف کنندگان صادر و تحقیقات گسترده‌ای در مورد ریسک‌های احتمالی این نوع دارایی‌ها انجام شده است. از این‌رو لزوم برقراری قوانین و مقررات در مورد این نوع از دارایی‌ها مورد تأکید بسیاری از سازمان‌های بین‌المللی است.

ملاحظات مقررات گذاری

خدمات کارگزار در نظر گرفته شده است. در انگلستان در اکتبر ۲۰۱۸، مقامات انگلیس نتیجه گرفتند که برای ارزیابی نظارتی دارایی رمزنگاری شده، مشاوره بیشتری لازم است. رمزارزها مجوز پول الکترونیکی را به دست آورده و بنابراین با جنبه‌های عملیاتی یک اپراتور پول الکترونیکی مطابقت داده شده است.

جمهوری خلق چین از سال ۲۰۱۳ سیاستگذاری نسبت به ارزهای دیجیتال را شروع کرد. اما اقدامات محدودکننده اصلی آن از سال ۲۰۱۷ آغاز شد. کارشناسان اقتصادی بر این باورند که زمانی که بانک خلق چین دستور به منع انجام معاملات ارزهای دیجیتال داد. علاوه بر اظهارات این گزارش کارشناسان بر این باورند که این اقدامات تا سال ۲۰۲۰ به طور جدی عملی نشد. اما سختگیرانه ترین اقدام دولت چین در سال ۲۰۲۱ رخ داد؛ جایی که دولت هرگونه معامله و استخراج ارزهای دیجیتال و حتی ارتباط با صرافی‌های ارز دیجیتال در خارج از کشور را ممنوع کرد. در پی این اقدام معاملات در این کشور بسیار افت کرد و کشوری که زمانی قطب ماینینگ در جهان به حساب می‌آمد، تبدیل به بزرگ‌ترین مبدأ مهاجرت برای ماینرها شد.

کره جنوبی خواستار تنظیم دقیق‌تر صرافی‌ها و محدودیت‌های مربوط به ثبت حساب معاملات دارایی رمزنگاری شده است؛ بنابراین این انتظار وجود دارد که بانک‌های بزرگ کره‌ای ثبت حسابداری خود را تغییر دهند. در ژانویه ۲۰۱۸، مقامات ثبت و ضبط حساب‌های تجاری افراد ناشناس را ممنوع اعلام کردند؛ اما قرار است مقررات مشابه بانکی مبادلات دارایی‌های رمزنگاری شده را ارائه دهند.

در ژاپن، رژیم ثبت‌نام و مجوزدهی مورد بازیینی قرار گرفته است. ثبت‌نام و مجوزدهی از طریق «اپراتورهای صرافی مجازی» در سال ۲۰۱۷ از طریق اصلاح قانون خدمات پرداخت مشخص شده است. این قانون «ارزهای مجازی» را تعریف کرده و مقررات و ثبت‌نام‌های لازم را برای انجام تجارت در ارزهای مجازی به عنوان خدمات مبادله ارز مجازی تعیین می‌کند.

در آمریکا در مارس ۲۰۱۳ شبکه اجرای جرائم مالی رهنمودی را ارائه کرده که مبادله کننده «ارزهای مجازی» شامل مشاغل خدمات پولی بوده و موظف به انجام و پیگیری مراحلی مانند ثبت‌نام، اخذ مجوز و پیروی از قوانین مبارزه با پولشویی‌اند. این رهنمود میان ارزهای مجازی متصرف و دارایی‌های رمزنگاری شده غیرمتصرف تمایز قائل می‌شود. در سال ۲۰۱۵ کمیسیون معاملات کالا و معاملات آتی بیت‌کوین و سایر ابزارهای رمزنگاری را

از خرید و فروش ارز حاصل از استخراج رمزارزها برای مقاصد سوداگرانه شود. در نهایت اینکه اخذ مالیات در حوزه رمزارزها کلید شفافیت این حوزه نیز به شمار می‌رود.

بررسی تطبیقی رویه‌های انتخابی مقررات گذاری در کشورهای جهان

به‌منظور بررسی چارچوب نظارتی برای دارایی‌های رمزنگاری شده، این موضوع در کشورهای مختلف تجزیه و تحلیل شده است. تحلیل‌های رسمی نشان می‌دهد در کشورهای مورد بررسی در این پژوهش، سه رویه استفاده از مقررات موجود، تنظیم مجدد قوانین و مقررات و تنظیم مشخص و سفارشی قوانین و مقررات بیشتر به کاررفته است. این رویه‌ها می‌توانند در ارائه چارچوب پیشنهادی برای نهادهای نظارتی در این حوزه راهگشا باشند. بر اساس مطالعات انجام شده، کشورهای جهان در فرایند نظارت دارایی‌های رمزنگاری شده سه رویه را دنبال کرده‌اند.

مورد اول - رویه استفاده از مقررات موجود: در این رویه، از قوانین یا مقررات موجود برای دارایی‌های رمزنگاری شده استفاده می‌شود. بسیاری از راهنمایی‌های نظارتی در مورد کاربرد و اهمیت قوانین و مقررات موجود ارائه شده است و می‌توان بیان کرد که تا حدودی تمرکز بر قوانین و مقررات بانکی و قوانین ارائه‌دهنده پرداخت بوده است.

مورد دوم - تنظیم مجدد قوانین و مقررات: در این رویه، ناظران به دنبال اصلاح قوانین یا مقررات موجود برای یک یا چند مورد از انواع فعالیت‌های رمزنگاری هستند. ضمن اینکه یک آئین نامه اصلاح شده ارائه می‌شود که دامنه و حدود فعالیت‌های رمزنگاری را مشخص می‌کند یا قانون یا آئین نامه موجود را گسترش می‌دهد.

مورد سوم - تنظیم سفارشی قوانین و مقررات: در این رویه، قانون یا آئین نامه جدیدی به طور خاص تصویب یا تنظیم می‌شود تا حدود و دامنه فعالیت‌های رمزنگاری را مشخص کند. به طور معمول، این رویه جدید چارچوب قانونی جداگانه‌ای ایجاد می‌کند که فقط برای فعالیت‌های رمزنگاری اعمال می‌شود. در این صورت، یک چارچوب نظارتی مجزا برای مجموعه‌ای از فعالیت‌های رمزنگاری اعمال می‌شود که فعالیت‌های رمزنگاری یکی از جنبه‌های آن است.

بررسی گزارش‌های رسمی حاکی از آن است که در آلمان، مقام ناظر مالی آلمانی بیان می‌کند که استخراج و استفاده از دارایی‌های رمزنگاری شده به عنوان جایگزین پول در مبادله معاملات نیازی به مجوز ندارد. مبادلات دارایی‌های رمزنگاری شده مشابه مجوز

منطقه‌ای، توکن‌های ریالی، توکن‌های ارزی، توکن با پشتوانه دارایی و توکن بر مبنای پشتوانه طلا معرفی شده است.

در این صورت مطابق با نظر کمیته بال، کارکردهای رمزارزها در چارچوب مقررات گذاری استفاده شده است. کارکردهای هریک از این رمزارزها در این ضوابط از طرف بانک مرکزی در قالب جدولی بیان شده است. در این جدول کارکردهای استخراج، مبادله و ابزار پرداخت برای هریک از این رمزارزها در نظر گرفته شده؛ به نحوی که برخی از این کارکردها در موادی در ضوابط بانک مرکزی محدود و منع در نظر گرفته شده است.

به عنوان مثال کارکرد رمزارزهای جهان روا، توکن‌های ارزی، توکن با پشتوانه دارایی و توکن با پشتوانه طلا از سوی بانک مرکزی، غیرقانونی اعلام شده است. علاوه بر این، آینه نامه بانک مرکزی به خوبی با شناسایی و مشخص کردن ماهیت رمزارزها توانسته است مطابق با استانداردهای بین‌المللی، کارکردهای هریک از انواع رمزارزها را محدود یا قانونی معرفی کند و هریک از نهادهای تأثیرگذار و ناظر بر فعالیت‌های رمزارز نیز به خوبی مشخص کند. براین‌اساس، باید در هر بخش از بانک مرکزی و سایر نهادها با توجه به بازیگران و فعالان در این بخش اقدام به مقررات گذاری کنند که در این حوزه هنوز پژوهش‌های متعددی باید صورت پذیرد.

بنا بر گزارش‌های رسمی در بیشتر کشورهای مورد بررسی، رویه‌های نظارتی مختلفی صورت گرفته است. این رویه‌ها را به طور کلی می‌توان در دو بخش تغییر و اصلاح قوانین و مقررات و یا تدوین قوانین و مقررات جدید تقسیم‌بندی کرد.

بررسی مقررات موجود نشان می‌دهد به استثنای سازمان مالیاتی و البته ابلاغیه دولت در خصوص رمزارزها به نهادهای ذی‌ربط، تاکنون اقدام رسمی در خصوص مقررات گذاری شفاف در حوزه رمزارزها انجام نشده است. در این ارتباط، بانک مرکزی در حال مطالعات اولیه در خصوص جنبه‌های فنی و حقوقی آن در ایران است و سایر نهادهای قانون‌گذار همچون سازمان بورس اوراق بهادران نیز اقدام مؤثری در این حوزه انجام نداده است. به‌حال، رمزارزها یکی از محصولاتی است که بر پایه سیستم‌های غیرمت مرکز بلاک‌چین شکل گرفته و باید سیاست‌ها، مقررات و استانداردهای شناسایی و افشاری خاص خود را بر اساس الزامات نهادهای ناظر مختلف داشته باشد. علاوه‌بر آن، انتظار می‌رود وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات نیز همسو با تغییرات، زیرساخت و بستر مناسب را برای توسعه رمزارزها در کشور فراهم کند.

منبع: دنیای اقتصاد

طبقه‌بندی کرد. نظارت بر آنها در صورتی انجام می‌شود که یک دارایی رمزنگاری شده در یک قرارداد مشتقه استفاده شود یا وقتی کلاهبرداری یا دست‌کاری یک ارز مجازی در تجارت بین ایالتی وجود داشته باشد.

علاوه بر اظهارات این گزارش، تحلیلگران اقتصادی بر این باورند که این کشور از زمان افزایش محبوبیت ارزهای دیجیتال به دنبال قانون‌گذاری در مورد آنها بوده است. ترسی که ایالات متحده را به سمت قانون‌مند کردن این حوزه کشاند، غیرقابل‌ردیابی بودن معاملات در این حوزه است. اولین واکنشی که کاخ سفید به این موضوع نشان داد، دستور به کارگزاران ارزهای دیجیتال برای دریافت اطلاعات شناسایی از کاربران بود. اتفاقی که با مخالفت‌های زیادی رو به رو شد. اما در نهایت با فشار دولت اجرایی شد تا مسیر برای ردیابی معاملات و راحت‌تر شدن وضع مالیات بر این کلاس جدید دارایی هموارتر شود. بسته حمایتی باید نیز یکی از مواردی است که سیاست‌های جدیدی را برای فعالان ارزهای دیجیتال وضع می‌کند.

باید در نظر دارد تا بخشی از تأمین مالی این بسته را از فعالان ارزهای دیجیتال و کارگزاران آنها دریافت کند. بعد از محدودیت‌گذاری چین و شروع مهاجرت ماینرها به کشورهای مختلف، ایالات متحده به مقصد اول فعالان این صنعت تبدیل شد. جذابیت ایالات متحده از بعاد مختلف باعث شده تا آمریکا تبدیل به قطب اول استخراج در جهان تبدیل شود و یک‌سوم از هشت‌ریت شبکه بیت‌کوین در این کشور جای بگیرد. وجود زیرساخت‌های مناسب، قیمت پایین انرژی در بسیاری از ایالات‌ها و علاقه برخی از سیاستمداران مانند فرماندار تگزاس به این حوزه موجب شده تا این سرزمین به مقصد جذاب فعالان این صنعت تبدیل شود.

چارچوب پیشنهادی مقررات گذاری در رمزارزها

در قسمت پایانی این گزارش، به بیان چارچوب پیشنهادی مقررات گذاری در رمزارزها پرداخته شده است. در چارچوب پیشنهادی مورد نظر باید با توجه به ماهیت رمزارزها و یا دارایی‌های رمزنگاری شده و همچنین ناظران و تنظیم‌کنندگان رمزارزها باید تفکیک‌هایی را قائل شد. در این زمینه، مراجعة به قوانین و مقررات مربوطه در بانک مرکزی می‌تواند راهگشا باشد؛ به این صورت که در بخش ماهیت رمزارزها، از الزامات و ضوابط بانک مرکزی در حوزه رمزارزها استفاده شده است.

بر مبنای این قانون، هفت تفکیک برای رمزارزها در نظر گرفته شده که این موارد شامل رمزارز جهان روا، رمزارز ملی، رمزارز



CARDANO

گری اسکیل ویژگی‌های شبکه کاردانو را بررسی می‌کند

■ بیتا نادری

گری اسکیل (Grayscale)، یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های سرمایه‌گذاری در ارزهای دیجیتال، اخیراً با انتشار مطلبی شبکه کاردانو را از جنبه‌های مختلف مورد بررسی قرار داده و ابعاد تاریک و روشن این پروژه را زیر ذره‌بین برده است.

پروژه در ۱۲ سپتامبر (۲۱ شهریور) به نتیجه رسید. بالاین حال کاردانو از نظر زمان راه‌اندازی این فناوری، چندین سال با شبکه‌هایی که از قراردادهای هوشمند پشتیبانی می‌کردند و در این حوزه پیشرو بودند، فاصله دارد.

با اضافه‌شدن امکان پشتیبانی از قراردادهای هوشمند به اکوسیستم کاردانو، این سؤال مطرح می‌شود که آیا کاربران از آن استفاده خواهند کرد یا خیر؟ از آنجاکه در حال حاضر شبکه‌های زیادی در حوزه امور مالی غیرمت مرکز فعالیت می‌کنند، کاربران برای مهاجرت به کاردانو و استفاده از آن به دلایل قانع‌کننده‌ای نیاز دارند. در گزارش گری اسکیل آمده است: سبک‌سنگین کردن رویکرد کاردانو همچنین به بزرگ‌ترین نقاط ضعف آن منجر شده است که برخی از آنها عبارت اند از: پشتیبانی نکردن از قراردادهای هوشمند، نداشتن سوابق روشن برای اینکه آیا عملکرد برنامه‌های غیرمت مرکز خوب خواهد بود یا نه، تداوم [و طولانی شدن] تکامل اکوسیستم توسعه‌دهندگان شخص ثالث، نبود برنامه‌های غیرمت مرکز فرآگیر در شبکه اصلی و بازدهی پایین کارمزد تراکنش‌هast.

از آنجاکه این شبکه هنوز مورد آزمایش قرار نگرفته است، همچنان این تردید بین کاربران وجود دارد که عملکرد برنامه‌های غیرمت مرکز بر بستر شبکه کاردانو چگونه خواهد بود. به طور مشخص این توسعه‌دهندگان هستند که باید شبکه کاردانو را برای کار خود مناسب تشخیص دهند.

به گزارش نیوز بی‌تی‌سی، گری اسکیل در جدیدترین نسخه از نشریه ماهانه خود ویژگی‌های شبکه کاردانو را مورد بررسی قرار داده است. این گزارش کاملاً بر سومین ارز دیجیتال بزرگ بازار مت مرکز شده و کاردانو را از جنبه‌های گوناگونی مانند پیاده‌سازی، رهبری، جامعه کاربران و مواردی از این دست بررسی کرده است. کاردانو سومین دارایی بزرگ صندوق «GDLC» گری اسکیل است. به همین دلیل است که این شرکت مدیریت دارایی به این ارز دیجیتال علاقه خاصی نشان داده است و به سرمایه‌گذاران خود درباره یکی از بزرگ‌ترین دارایی‌های خود آموزش می‌دهد. در این گزارش جنبه‌های مثبت و منفی شبکه کاردانو بررسی شده و به روزرسانی‌هایی در آن معرفی شده است که راه‌اندازی آنها این شبکه را در جایگاه مناسبی برای رقابت با سایر ارزهای بزرگ بازار قرار می‌دهد.

رقابت با دیگر ارزهای بازار

با گذشت زمان سازوکار شبکه کاردانو نقصی را در طراحی خود آشکار کرد. زمانی که صنعت امور مالی غیرمت مرکز (DeFi) رونق گرفت، بدیهی بود که شبکه کاردانو به دلیل پشتیبانی نکردن از قراردادهای هوشمند قادر به رقابت با اتریوم نخواهد بود. در ادامه توسعه‌دهندگان کاردانو مشغول اضافه کردن امکان پشتیبانی از قراردادهای هوشمند به شبکه این ارز دیجیتال شدند و سرانجام این



▲ نمودار قیمت کاردانو (نمای ۱ روزه بازار کاردانو / دلار)

محوری شبکه را بین هزاران شرکت‌کننده گسترش داده است. توکن اصلی شبکه کاردانو یعنی «ADA» در اختیار میلیون‌ها نفر از مردم سراسر جهان قرار دارد و افراد می‌توانند این توکن را به آسانی در صرافی‌های بزرگ و کوچک خرید و فروش کنند. نکته آخر اینکه شبکه کاردانو منابع مالی خوبی در اختیار دارد. موجودی خزانه‌داری آن در حال حاضر ۱.۶ میلیارد دلار است. با توجه به تغییرات مداوم فناوری در فضای ارزهای دیجیتال، این موضوع مزیت رقابتی خوبی به شبکه کاردانو می‌دهد و باعث رشد و ارتقای اکوسیستم این ارز دیجیتال می‌شود.

منبع: ارز دیجیتال

مزایای رقابتی کاردانو

گری اسکیل در گزارش خود مزایای بلاکچین کاردانو را با شبکه‌های دیگر مقایسه کرده است. رهبری این پروژه همچنان به عنوان یکی از قوی‌ترین بخش‌های این شبکه شناخته می‌شود. جامعه کاربران کاردانو همیشه به بنیان‌گذار آن یعنی چارلز هاسکینسون (Charles Hoskinson) وفادار بوده‌اند، کسی که همواره چشم‌انداز خود را درباره این پروژه با جامعه به اشتراک گذاشته است. به همین دلیل جامعه کاردانو بدون توجه به قیمت این ارز دیجیتال از آن پشتیبانی می‌کند.

تمرکزدایی از ویژگی‌های مهم بلاکچین کاردانو است. این پروژه کاملاً منبع باز بوده و به روزرسانی شلی (Shelly) اجماع





بیت‌کوین چیست؟ ETF

ورود بیشتر شرکت‌های سرمایه‌گذاری و ثروتمندان، رسمیت حقوقی بیت‌کوین به عنوان یک دارایی و در نتیجه رشد قیمت بیت‌کوین؛ این‌ها می‌توانند مزایای یک ETF بیت‌کوین باشند. در روی دیگر سکه، این پدیده چالش‌ها و معایب خاص خود را هم دارد.

سرمایه‌گذارانی که سهام ETF خریداری می‌کنند، می‌توانند بدون واردشدن به فرایندهای پیچیده خرید و همچنین بدون تجربه خطر نگهداری از یک دارایی، در آن سرمایه‌گذاری کنند. به عنوان مثال، اگر یک سهام ETF طلا را بخرید، بدون داشتن طلای واقعی در طلا سرمایه‌گذاری کرده‌اید.

حالا که در سال ۲۰۲۱ برای اولین بار در آمریکا ETF یا همان صندوق قابل معامله در بورس پذیرفته شده است، در این مقاله قصد با پاسخ به سوالات زیر، ای‌تی‌اف را به‌طور جامع و با زبانی ساده توضیح می‌دهیم:

ETF بیت‌کوین چیست و چگونه کار می‌کند؟

ETF بیت‌کوین چه مزایا و معایبی دارد؟

تأثیر پذیرش ETF بیت‌کوین بر قیمت چیست؟

یک ETF سنتی چیست؟

قبل از اینکه به سراغ ETF بیت‌کوین برویم، بهتر است یک قدم به عقب برگردیم و ببینیم که اصلاً یک ETF چیست؟

یک ETF چیست؟

صندوق قابل معامله در بورس (Exchange-traded fund) یا به اختصار ETF، صندوقی است که در آن یک یا چند دارایی وجود دارد و اشخاص می‌توانند با خرید سهام آن صندوق در دارایی‌های مدنظر خود سرمایه‌گذاری کنند.

خرید و فروش سهام ETF از طریق بورس انجام می‌شود و معامله آن مانند معامله یک سهام معمولی است؛ بنابراین رسمی و منطبق بر مقررات بورس یک کشور است.

امروزه برای دارایی‌های بسیار مهم و کاربردی از جمله طلا و نفت ETF وجود دارد و هر روز در بورس کشورهای مختلف جهان معامله آنها انجام می‌شود.

بیت‌کوین به زبان ساده

به بیان خیلی ساده، یک ETF بیت‌کوین صندوقی است که

داخل آن مقدار زیادی بیت‌کوین واقعی وجود دارد یا به بازار آتی بیت‌کوین (نسبت به نوع صندوق) متصل است. اشخاص حقیقی و

✓ مزایا

✗ معایب

ورود بیت‌کوین به بورس و
رسمیت‌بخشی

ورود شرکت‌های سرمایه‌گذاری و
ثروتمندان بیشتر

افزایش حجم معاملات بیت‌کوین

خطرمندگردن

خطرباری حريم خصوصی

با خرید ETF بیت‌کوین واقعی
به دست نمی‌آورید

دارد از سرمایه‌گذاران ETF در مقابل خطرات متعدد بازار محافظت کنند.

همچنین بر اساس قوانین اوراق بهادار، امکان به ارث رسیدن ETF وجود دارد و این برای کسانی که نگران سرنوشت بیت‌کوین‌های خود بعد از مرگ هستند یک مزیت کم‌نظیر است.

سهولت سرمایه‌گذاری و نگهداری

برای کسی که در بازار بورس فعالیت کرده باشد، واردشدن به دنیای ارزهای دیجیتال پیچیده به نظر می‌رسد. چنین شخصی برای سرمایه‌گذاری در بیت‌کوین می‌تواند سهم صندوق را مانند یک سهم عادی در بورس بخرد.

اگر شخص ثروتمندی باشید و بخواهید مقدار زیادی بیت‌کوین بخرید، نگرانی درباره نگهداری امن بیت‌کوین‌ها و همچنین چالش نقدینگی ممکن است آزارتان دهد. در این صورت خرید سهم ETF به جای بیت‌کوین واقعی می‌تواند منطقی باشد.

تخفیف یا معافیت مالیاتی

در بیشتر کشورها، ETF‌ها شامل معافیت یا تخفیف مالیاتی هستند. برای شخص سرمایه‌گذاری که مقدار زیادی بیت‌کوین دارد، در افتادن با سازمان مالیات خطروناک است و شاید ترجیح بدهد به جای بیت‌کوین واقعی ETF آن را بخرد.

تنوع بخشی به سبد سرمایه‌گذاری

در یک صندوق بورسی، ممکن است علاوه بر بیت‌کوین در دارایی‌هایی دیگری مانند سهام شرکت‌ها یا طلا سرمایه‌گذاری شود؛ بنابراین شخصی که سهم یک ETF را دارد می‌تواند از سود تمام دارایی‌های موجود در صندوق به طور هم‌زمان بهره‌مند شود. در حقیقت سرمایه‌گذاری در ETF یکی از بهترین راههایی است که کمک می‌کند به این ایده عمل کنید: «همه تخمه غایت

حقوقی می‌توانند سهام ETF بیت‌کوین را مانند یک سهم در بورس معامله کنند. قیمت سهام صندوق بر اساس قیمت بیت‌کوین بالا و پایین می‌شود.

سهام ETF بیت‌کوین به جای صرافی‌های ارز دیجیتال، در بورس خرید و فروش می‌شود. بدیهی است که معاملات فقط در ساعتی که بورس یک کشور باز است، انجام می‌شود.

به‌طور کلی دو نوع صندوق قابل معامله در بورس برای بیت‌کوین وجود دارد:

فیزیکی: این نوع صندوق به طور کامل با بیت‌کوین واقعی پشتیبانی می‌شود؛ خطر بزرگی که برای آن وجود دارد این است که نگهداری بیت‌کوین واقعی (در حجم بالا) بسیار مشکل است.

آتی (فیوچرز): این نوع صندوق به طور مستقیم با بیت‌کوین پشتیبانی نمی‌شود؛ بلکه از بازار قراردادهای آتی (فیوچرز) استفاده می‌کند. توضیح کامل قراردادهای آتی در این مقاله نمی‌گنجد؛ اما همین قدر بدانید که بیت‌کوین واقعی در آن نگهداری نمی‌شود و فقط با قیمت بیت‌کوین ارزش سهام بالا و پایین می‌شود. ETF‌های بیت‌کوینی که قرار است در آمریکا پذیرفته شود از این نوع هستند.

چرا خود بیت‌کوین راخریم؟

یکی از اصلی‌ترین سوالاتی که ممکن است درباره صندوق بورسی بیت‌کوین مطرح شود این است که دقیقاً ETF بیت‌کوین چه مزیتی برای سرمایه‌گذار دارد که باعث می‌شود به جای خرید خود بیت‌کوین، کسی سهم بورسی آن را بخرد. شاید برای یک سرمایه‌گذار معمولی خرید خود بیت‌کوین بهتر باشد؛ اما برای اشخاص ثروتمند یا شرکت‌های سرمایه‌گذاری، خرید سهم ETF فرصت فوق العاده‌ای است؛ به دلایل زیر:

رسمیت قانونی

یک ETF بیت‌کوین از سمت نهادهای قانون‌گذار به رسمیت شناخته می‌شود. اگر یک سازمان بزرگ باشید و از خرید مستقیم بیت‌کوین به دلایل حقوقی نگران هستید، می‌توانید روی صندوق بورسی آن سرمایه‌گذاری کنید تا تحت پوشش و حمایت نهادهای قانون‌گذار هم قرار بگیرید. به عنوان مثال، در آمریکا کمیسیون بورس و اوراق بهادار (SEC) به‌طور مستقیم وظیفه



نمودار یک‌ماهه قیمت بیت‌کوین؛ تأثیر اخبار پذیرش ETF ▲

بزرگی از بیتکوین‌ها باشند. مالکیت بیتکوین حقیقی نیست

در یک صندوق بورسی، صاحبان سهام هر کدام مالک قسمتی از این صندوق هستند؛ اما به طور واضح مالک واقعی بیتکوین‌هایی که روی آن سرمایه‌گذاری کرده‌اند نخواهند بود.

در واقع طبق قاعده‌های بیتکوین، کسی صاحب بیتکوین‌هایش است که کلید خصوصی یا کلمات پشتیبانی کیف پول خود را در اختیار داشته باشد؛ چیزی که در ETF بیتکوین رخ نمی‌دهد.

مسئله فورکها

زمانی که هارد فورکی در شبکه بیتکوین رخ بدهد (مانند هارد فورک بیتکوین کش)، مجبور هستیم درباره توزیع ارز دیجیتال جدید حاصل از فورک به صندوق اعتماد کنیم.

با اینکه هر صندوق ETF مشتریان و سرمایه‌گذاران زیادی خواهد داشت؛ اما این مدیر صندوق خواهد بود که تصمیمات اساسی را مثلاً درباره کوین‌های فورک شده خواهد گرفت.

خطر خریم خصوصی

خریم خصوصی دارندگان بیتکوین هم یکی دیگر از نگرانی‌های بیتکوین‌ها است. برای فعالیت در بورس، اشخاص احراز هویت می‌شوند و اطلاعات شخصی معامله‌گران ثبت می‌شود؛ چیزی که می‌تواند حریم خصوصی در بیتکوین را کم رنگ‌تر کند و دولتها بیشتر بتوانند روی دارندگان بیتکوین کنترل داشته باشند.

جمع‌بندی

پذیرش صندوق قابل معامله در بورس یا همان ای‌تی‌اف بیتکوین، به پادشاه ارزهای دیجیتال از نظر قانونی وجه بهتری می‌بخشد و احتمالاً درها را برای ورود موج جدیدی از سرمایه‌گذاران بزرگ باز می‌کند.

اگرچه این اتفاق برای قیمت به‌طور کلی مثبت تلقی می‌شود، در بلندمدت ممکن است بیتکوین را به سمت تمرکز بکشاند. برای دارایی نوپایی مثل بیتکوین که ذات غیرمت مرکز دارد هنوز نمی‌توان با اطمینان گفت که ETF تا چه اندازه تأثیرگذار خواهد بود.

پس از ۸ سال انتظار بالاخره صندوق بورسی بیتکوین در آمریکا پذیرفته شده است. نظر شما چیست؟ ETF بیتکوین خوب است یا بد؟ در قسمت نظرات همین مقاله بنویسید.

منبع: ارز دیجیتال

را در یک سبد نگذار».

پذیرش ETF چه تأثیری بر قیمت بیتکوین دارد؟

از پذیرش ETF برای بیتکوین (به خصوص در آمریکا به عنوان بزرگ‌ترین بازار سرمایه جهان) همیشه به عنوان یکی از عواملی یاد می‌شود که می‌تواند قیمت پادشاه ارزهای دیجیتال را به «ماه» برساند.

از سال ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۱ کمیسیون بورس آمریکا چندین و چند درخواست متنوع از سمت شرکت‌های بزرگ را برای ایجاد صندوق بورسی بیتکوین رد کرده است. با این حال، اکنون (اوخر ۲۰۲۱) که در حال به روزرسانی این مقاله هستیم انتظارها به پایان رسیده است.

زمزم‌ها درباره پذیرش اولین ETF بیتکوین در آمریکا تأثیر خود را بر بازار گذاشته و قیمت بیتکوین را به اوج تاریخی خود رسانده است.

شاید پس از راه‌اندازی اولین ETF بیتکوین، در کوتاه‌مدت بازار طبق استراتژی «با شایعه بخر و با خبر بفروش» سقوط کند؛ اما در بلندمدت، شناس و رود سرمایه‌گذاران بزرگ و اشخاص ثروتمند زیاد است و این می‌تواند به معنای تزریق میلیون‌ها دلار سرمایه به بازار باشد.

سرمایه‌گذاران نهادی با کمک ای‌تی‌اف به صورت قانونی در بیتکوین سرمایه‌گذاری می‌کنند و دیگر از بابت قانون و مقررات، به ارت رسیدن و همچنین نگهداری امن بیتکوین‌ها نگرانی خواهند داشت.

اما این یک روی سکه بود و روی دیگر سکه را هم در نظر گرفت که می‌تواند آینده بیتکوین را در بلندمدت تغییر بدهد. به سراغ قسمت تاخ موضع می‌روم؛ خطرات و معایب این صندوق.

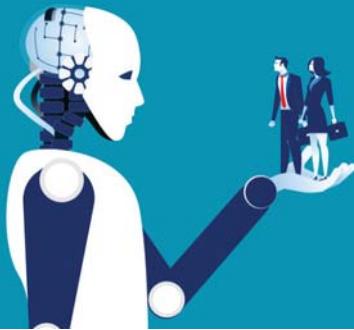
معایب احتمالی ETF‌های بیتکوین

خیلی از اعضای جامعه بیتکوین معتقدند ETF برای بیتکوین نه تنها مفید نیست، بلکه می‌تواند آینده این ارز دیجیتال را هم تهدید کند. آنها معمولاً برای ادعای خود دلایل زیر را ارائه می‌کنند:

تمرکزگرایی

طرح صندوق متمرکز برای بیتکوین در طول زمان می‌تواند هدف اصلی بیتکوین یعنی تمرکزدایی را تهدید کند. طرفداران پروپاگرنس بیتکوین عقیده دارند ETF بیتکوین این دارایی را به سمت تمرکز و انحصار بیشتر می‌برد. به گفته آنها، این خطرناک است که صندوق‌های سرمایه‌گذاری انحصار طلب مالک بخش

کارمندان هوش مصنوعی را رقیب خود می‌دانند؟



پیشرفت هوش مصنوعی به قدری سریع شده است که اگر در ایران هم نهادهای حاکمیتی و سازمان‌های خصوصی نتوانند خود را با این ضرباهنگ کنند به طورقطع از غالله قدرت و ثروت جا خواهند ماند. تا سه سال پیش متجم گوگل، متون فارسی را با خطاهای فاحش ترجمه می‌کرد اما امروز، هرگز اشتباهات گذشته را مرتكب نمی‌شود و خود را اصلاح کرده است؛ حال با این سرعت پیشرفت آیا می‌توان گفت تا چند سال دیگر، شغل مترجمی تمام می‌شود؟ یا منظور کارشناسان فناوری از اینکه تا چند سال آینده با رشد هوش مصنوعی مشاغل منشی‌گری، پستیبانی تلفنی خدمات، روزنامه‌نگاری و حتی برخی امور مهندسی از بین خواهند رفت، چیست؟

این موضوعات را با محمدرضا محتاط، کارشناس و مدرس هوش مصنوعی در میان گذاشتیم.

هوش مصنوعی باعث بیکاری نمی‌شود

محمدرضا محتاط در توضیح اینکه «منظور از مورد پذیرش نبودن تکنولوژی هوش مصنوعی چیست؟» گفت: مدیران سازمانی و حتی نیروی انسانی سازمان‌ها روی خوشی به ورود این تکنولوژی نشان نمی‌دهند. مدیران درک درستی از پیامدهای این پیشرفت ندارند و از طرف دیگر نیروی انسانی سازمان‌ها به دلیل آنکه این نوع پیشرفت ارقیب موقعیت شغلی خود می‌داند، در برابر آنها مقاومت می‌کند.

وی در همین رابطه گفت: بانک‌های ایران تا حد زیادی خود را با پیشرفت هوش مصنوعی هماهنگ کرده‌اند اما مثلاً شرکت‌های بیمه با این پیشرفت همراهی نکرده‌اند.

محتاط در پاسخ به این سؤال که «در صورت ورود هوش مصنوعی، موقعیت شغلی افراد چه تغییری خواهد کرد» گفت: حتی با ورود هوش مصنوعی باز نیروی انسانی تصمیم‌گیرنده نهایی است. حال این دایره تصمیم‌گیری در برخی حرفة‌ها بیشتر و در برخی حرفة‌ها که حساسیت کمتری دارند، کمتر خواهد بود. برای مثال کمکی که هوش مصنوعی به پزشکان این است که توصیه‌های تشخیص عمیق‌تر و بهتری به آنها پیشنهاد می‌دهد اما همچنان پزشک تشخیص‌دهنده نهایی است لذا هوش مصنوعی تهدیدی برای پرستاری یا پزشکی نیست، بلکه این تکنولوژی قدرت

محمد رضا محتاط در پاسخ به این سؤال که «آیا هوش مصنوعی تهدیدی برای برخی شغل‌ها خواهد بود یا نه؟» گفت: با رشد هوش مصنوعی، شکل کار برخی مشاغل تغییر می‌کند اما این به معنای پایان پذیرفت نقص انسان نیست. حتی با روند کنونی رشد این تکنولوژی.

همچنان این انسان خواهد بود که تصمیم‌گیری نهایی است و کاری که ماشین‌ها می‌کنند این است که امکان تصمیم‌گیری برای انسان را آسان می‌کنند

این مدرس هوش مصنوعی در خصوص اینکه «وقتی گفته می‌شود با رشد این تکنولوژی در آینده نزدیک این تحولات اتفاق می‌افتد، منظور چند سال آینده است؟» گفت: این موضوع به متغیرهای زیادی وابسته است اما این مسئله برای کشورهای توسعه‌یافته می‌تواند سه سال آینده باشد و برای ایران می‌تواند بین ۵ تا ۱۰ سال آینده باشد.

وی در همین رابطه افزود: هرچند زیرساخت‌های توسعه هوش مصنوعی در ایران به اندازه کشورهای توسعه‌یافته نیست اما ایران فاصله زیادی با آن کشورها ندارد. زیرساخت‌ها و متخصصان در ایران تا حدودی هم سطح کشورهای توسعه‌یافته هستند هرچند نقایصی وجود دارد اما مشکل اصلی پذیرش عمومی هوش



Great Hack به انتخابات آمریکا پرداخت و گفت: در انتخابات ۲۰۱۶ آمریکا، هوش مصنوعی توانست رقابت انتخاباتی را به نفع دونالد ترامپ تغییر دهد. کمپین ترامپ با به کار گیری این تکنولوژی توانست پیشتر انتخابات شود.

مستند هک بزرگ مستندی است به کار گردانی جهیان نجیم و کریم عامر که به رسوبایی فیسبوک - کمربیچ آنالیتیکا می پردازد. «هک بزرگ» به تسلط رسانه ها بر افکار و اندیشه های جامعه امروز و دیگری، قرار گرفتن رسانه ها در اختیار سیاستمدارانی که از دستبرد

به حریم خصوصی مردم هیچ پرهیزی ندارند این مدرس هوش مصنوعی درباره اینکه «آیا نظام های سیاسی و قدرت دنیا در آینده بر مبنای سطح تکنولوژی های هوش مصنوعی آنها سنجیده خواهد شد» گفت: داده و اطلاعات قدرت می آورد. هر کسی که داده های بیشتری داشته باشد قدرت بیشتری خواهد داشت. به همین خاطر در آینده میزان دسترسی به اطلاعات تعیین کننده خواهد بود.

منبع: انصاف نیوز

تصمیم گیری و تشخیص آنها را بالا می برد.

وی در ادامه گفت: اما در خصوص مهارت هایی که حساسیت کمتری دارند مانند منشی گری، شکل و شرح وظیفه این مشاغل عوض خواهد شد و آنها از این پس باید ناظر بر عملکرد سیستم های هوش مصنوعی باشند.

محاط در پاسخ به این سؤال که آیا از این پس حتی برای منشی گری هم باید متخصص هوش مصنوعی بود، گفت: از منظر هوش مصنوعی در آینده مشاغل به دودسته تقسیم می شوند، برخی حرفة ها نیاز به مهارت های تخصصی این علم خواهند داشت اما برخی حرفة ها همچنان نیاز به کار گیری مهارت های کلی و ساده دارند؛ بنابراین این تلقی که هوش مصنوعی تهدیدی برای شغل های ساده خواهد بود، چندان درست نیست هر چند شرح وظیفه این مشاغل عوض خواهد شد.

هوش مصنوعی به کمک رسانه ها خواهد آمد

از وی درباره آینده روزنامه نگاری با رشد هوش مصنوعی پرسیدیم. محمد رضا محاط گفت: شکل کار روزنامه نگاران و دبیران رسانه ها تغییر خواهد کرد. آنها با کمک آن قادر خواهند بود هزاران کامنت، توییت و مقاله رسانه ها را به سرعت تحلیل و بررسی کنند و بر مبنای آن تصمیم گیری کنند و واکنش نشان دهند. این در حالی است که تا پیش از ورود ماشین ها به عرصه رسانه، امکان بررسی این حجم از اطلاعات برای آدم های شاغل در رسانه ها غیرممکن می نمود اما اکنون دبیران رسانه می توانند با کمک آن نفوذ خود را بیشتر کنند و پیام خود را بهتر به مخاطبان خود منتقل کنند. این مدرس دانشگاه تهران با اشاره به مستند «هک بزرگ»، The

www.fanahoosh.ir

INDUSTRY 4.0

فناوری هوشمند

fanahoosh.ir

رسانه تخصصی انقلاب صنعتی چهارم
با رویکرد کاربرد در صنعت، معدن و کسب و کارها

www.fanahoosh.ir



تحولات بنیادی در عصر داده‌های بزرگ

■ مترجم: امیر علی رمدانی؛ از کتاب هوش مصنوعی در محیط کار

به یک ضرورت تبدیل خواهند شد:

موضوع اول: اینکه ما در میزان داده‌ای که باید مدیریت شوند افزایش بی سابقه‌ای داشته‌ایم و باید به دقت آنها را سازماندهی و بر اساس آنها تصمیمات را اتخاذ کنیم.

موضوع دوم: توان پردازشی که طی ۵۰ سال گذشته از قانون «مور» پیروی کرده، اکنون به کارگیری الگوریتم‌های پیچیده را برای داده‌ها امکان‌پذیر ساخته است. عملکرد این الگوریتم‌ها (در حوزه‌های با محدوده‌های مشخص) در امتداد توانایی‌های انسان بوده است. در کمترین حالت ممکن است این الگوریتم‌ها سبب ایجاد ابزارهای همکاری مفیدی شوند که می‌توانند قابلیت‌های انسانی را افزایش دهند.

موضوع سوم: ریاضیات ابری است که هم فضای ذخیره‌سازی و هم توان پردازشی را به صورت گسترش در دسترس قرار داده؛ بنابراین هر فردی می‌تواند به ابزارهای پیچیده هوش مصنوعی دسترسی داشته باشد و از آنها استفاده کند. ابزارهای مترباز نیز همین اقدامات را با قابلیت‌های سطح پایین‌تر انجام می‌دهند. هوش مصنوعی به گونه‌ای محبوب همگان شده که قبل از این، چنین

از اوخر دهه ۲۰۱۹ تا سال ۲۰۰۰ هیجان‌ها نسبت به هوش مصنوعی به تب شدیدی تبدیل شد، به‌نحوی که سبب تغییر نگرش‌ها نسبت به آن شد و بار دیگر چشم‌انداز هوش مصنوعی به طور اساسی تغییر کرد. اما این تغییر چشم‌انداز بر خلاف دهه ۱۹۸۰، تغییر به نفع رشد بلندمدت هوش مصنوعی و رشد صنعت فناوری‌های مرتبط با هوش مصنوعی است. این تغییرات نه تنها قرار است به گسترش هوش مصنوعی کمک کند بلکه قرار است هوش مصنوعی را به یک ضرورت بدل سازد.

استفاده از هوش مصنوعی به عنوان یک کاربرد نوظهور که گهگاهی معرفی می‌شد تغییر کرد و هوش مصنوعی به عنوان یکی از ارکان اساسی که در تاروپود تمام کارهای آینده وجود خواهد داشت مطرح شد. همین حالا می‌توانیم چنین رخدادی را به‌وضوح در گوشی‌های هوشمند ببینیم که تراشه‌های اختصاصی برای محاسبات هوش مصنوعی در آنها تعییه شده‌اند. اگر این قابلیت‌ها خاموش شوند حتی نمی‌توانیم قفل گوشی را باز کنیم (تشخیص چهره) یا با آنها متن بنویسیم (پیش‌بینی متن در زمان نوشت).

حداقل سه نیروی محرکه به کارگیری تکنیک‌های هوش مصنوعی

مجمع عمومی سازمان ملل اتخاذ کرده، برای اینکه در سال ۲۰۳۰ هدف ارائه آموزش‌های ابتدایی تا قبل دانشگاه به تمام کودکان محقق شود به ۶۹ میلیون معلم دیگر در سراسر جهان نیاز داریم. در سال ۲۰۱۸، ۶۴ میلیون معلم در سراسر جهان وجود داشتند.

این امر صرف نظر از معضلات کیفی مانند سطح آموزش خود معلمان است. برای آموزش تعداد معلمان کافی و رسیدن به اهداف خود، به میزان زیادی از پشتیبانی فناوری بهمنظور مقیاس پذیری آموزش معلمان، مقیاس پذیری آموزش شاگردان و دقیق‌تر از آن سنجش نتایج نیاز داریم.

تمام این موارد وابسته به مدیریت مؤثر داده‌ها و فرایندهای اتوماسیون هستند که به منابع انسانی اجازه دهنده بر کاری که تخصص دارند، یعنی تعاملات انسان با انسان تمرکز کنند.

در چین، شرکتی به نام Squirrel AI توانسته طی دو سال بیش از ۷۰۰ مدرسه برای آموزش دوره ۱۲ ساله کودکان بسازد که بیش از یک میلیون دانش آموز را پوشش می‌دهد. کل سامانه به الگوریتم‌های پیچیده‌ای وابسته است که می‌توانند برنامه آموزشی را با نیازهای فردی دانش آموزان تطبیق دهند.

شک داشتن به اینکه چطور این سامانه‌ها واقعاً قرار است بر کودکان و آموزش آنها تأثیر داشته باشند منطقی است، اما در عین حال مجبوریم پذیریم که چنین راهکارهایی تنها راه برای مدیریت رشد جمعیت و رشد نیازهای آموزشی است.

استفاده از پردازنده‌های گرافیکی به همراه پیشرفت‌های طراحی الگوریتم‌ها (به خصوص از سوی گروه جنوفری هیتون در دانشگاه تورنتو) منجر به تغییر بزرگی در کیفیت نتایج و تلاش برای رسیدن به این نتایج شد.

این دو پیشرفت به روش‌های مختلف سبب آغاز این فرایند توقف‌ناپذیر شدند. هوش مصنوعی به عنوان یک صنعت ممکن است در برخی نقاط با مشکل مواجه شده باشد، سرمایه‌گذاران آن ناراضی باشند و شاید نتوانسته تمام آن چیزهایی را که وعده داده بود محقق کنند، اما بهر حال تکنیک‌هایی که تابه‌حال توسعه داده شده‌اند همیشه در دسترس هستند و به خاطر کاربرد پذیری گسترده‌ای که دارند همیشه برای حل مسائل به کار خواهند رفت و حتی فراتر از آن به گونه‌ای که می‌بینیم دسترسی به هوش مصنوعی از طریق رایانش ابری و نرم‌افزارهای متن باز محبوبیت بسیاری پیدا کرده است.

منبع: دنیای اقتصاد

موردنی را شاهد نبوده‌ایم. اولین تحول بنیادی، آن است که میزان و اندازه فعالیت‌های ما با داده‌ها تغییر کرده است. داده‌ها همیشه تولید می‌شدند. سؤال اینجا بود که آیا می‌شود همه آنها را دریافت، ذخیره‌سازی، بازیابی و تحلیل کرد؟ در سال‌های اخیر نسبت به این دیدگاه چالش‌های بزرگی ایجاد شد. اکنون می‌توانیم به صورت مقرن به صرفه‌ای میزان بسیار زیادی از داده‌ها را ذخیره‌سازی کنیم (گرچه بیشتر آنها هنوز داده‌های ساختار نیافرته هستند) و می‌توانیم بخش بزرگی از این داده‌های ذخیره‌سازی شده را تحلیل کنیم.

اگر سری به سایت internetlivestats.com بزنید، تعداد حیرت‌انگیزی از اعداد را می‌بینید که به سرعت تغییر و افزایش پیدا می‌کنند. وقتی یک روز صبح از ماه سپتامبر سال ۲۰۱۹ از مرکز اروپا این سایت را بررسی کردم، اعداد نمایش داده شده به شکل زیر بودند: «بیش از ۱۱۵ میلیارد ایمیل در آن روز فرستاده شده بود؛ بیش از ۳۵ میلیون عکس در اینستاگرام بارگذاری شده بود؛ بیش از ۳ میلیارد جست‌وجو در سایت گوگل انجام شده بود.»

حالا دیگر استفاده از واژه‌هایی مثل «سیل» یا «غرق شدن در داده‌ها» برای تشریح وضعیت حال حاضر اغراق‌آمیز نیست. بنا بر تحقیقی که به وسیله وب‌سایت Raconteur انجام شده، احتمالاً ما در سال ۲۰۲۵ به حجم داده تولیدی ۴۶۳ اگزابایت در روز می‌رسیم. درک اینکه ۴۶۳ اگزابایت داده چه حجمی دارد دشوار است.

بنابر گزارش سال ۲۰۱۳ دانشگاه برکلی، تمام کلماتی که تا به حال به وسیله انسان‌ها بیان شده حداقل ۵ اگزابایت فضای اشغال می‌کند. بنابراین ما ۹۳ برابر این مقدار داده را هر روزه تولید خواهیم کرد.

افزایش حجم زیاد داده‌های تولیدی، ناشی از افزایش دستگاه‌هایی است که در ابزارهای پوشیدنی، دستگاه‌های هوشمند خانه‌ها و صنعت به اینترنت اشیا متصل می‌شوند. فرصت ایجاد شده توسط هوش مصنوعی بیان کننده این است که انسان‌ها به هیچ روش، شکل و ابعادی نمی‌توانند انتظار داشته باشند که حتی بخش کوچکی از این داده‌ها را بدون اتوماسیون تحلیل کنند.

تنها امید ما به کارگیری تحلیل‌های مقیاس بزرگ برای داده‌ها است. اگر یک گام جلوتر برویم، می‌توانیم انتظار داشته باشیم که تا زمان جا افتادن تصمیم‌گیری خودکار در سیستم‌ها، قادر به کنار آمدن با رشد تقاضا برای تصمیم‌گیری نخواهیم بود.

برای بررسی برخی از نیازهای حیرت‌انگیزی که بشر خواهد داشت، مثالی را از بخش آموزش بیان می‌کنیم. مطابق با اهدافی که

عملکرد اینترنت اشیا (IoT)؛ از مزایا تا معایب و مضرات

اینترنت اشیا، سیستمی از دستگاههای محاسباتی به هم مرتبط، ماشین‌های مکانیکی و دیجیتالی، اشیا، حیوانات یا افراد است که دارای شناسه‌های منحصر به فرد (UID) و قابلیت انتقال داده‌ها از طریق شبکه بدون نیاز به انسان هستند. به تعییر دیگر تعامل انسان یا کامپیوتر با کامپیوتر.

چیزی که در اینترنت وجود دارد می‌تواند فردی باشد که دارای ایمپلنت مانیتور قلب است، یک حیوان مزرعه‌ای با فرستنده بیو تراشه، خودرویی که دارای سنسورهای داخلی است تا هنگام فشار باد لاستیک یا فشار طبیعی دیگر یا مصنوعی دیگر به راننده هشدار دهد. شیئی که می‌تواند آدرس پروتکل اینترنت (IP) را به آن اختصاص دهد و بتواند داده‌ها را از طریق شبکه منتقل کند.

به طور فزاینده‌ای، سازمان‌ها در صنایع مختلف از اینترنت اشیا برای کارآمدتر کردن، درک بهتر مشتریان برای ارائه خدمات بیشتر، بهبود تضمیم‌گیری و افزایش ارزش کسب و کار استفاده می‌کنند.

برقرار می‌کنند و بر اساس اطلاعاتی که از یکدیگر دریافت کرده‌اند، عمل می‌کنند. این دستگاه‌ها بیشتر کارها را بدون دخالت انسان انجام می‌دهند، اگرچه افراد می‌توانند با دستگاه‌ها تعامل داشته باشند. پروتکل‌های اتصال، شبکه و ارتباطات مورداستفاده با این دستگاه‌های دارای وب به میزان زیادی به برنامه‌های کاربردی اینترنت اشیا بستگی دارد. اینترنت اشیا همچنین می‌تواند از هوش مصنوعی (AI) و یادگیری ماشینی برای سهولت و پویایی فرایندهای جمع‌آوری اطلاعات استفاده کند.

چرا اینترنت اشیا مهم است؟

اینترنت اشیا به افراد کمک می‌کند تا هوشمندانه زندگی و کار کنند و همچنین کنترل کامل زندگی خود را به دست بگیرند. اینترنت اشیا علاوه بر ارائه دستگاه‌های هوشمند برای خودکارسازی خانه‌ها، برای تجارت ضروری است. اینترنت اشیا در زمان واقعی به نحوه عملکرد سیستم‌های خود در اختیار مشاغل می‌پردازد و بینش خود را در مورد همه چیز از عملکرد ماشین‌ها گرفته تا زنجیره تأمین و عملیات لجستیک ارائه می‌دهد.

اینترنت اشیا شرکت‌هارا قادر می‌سازد تا فرایندها را خودکار کرده و هزینه کار را کاهش دهند. همچنین ضایعات را کاهش داده و خدمات را بهبود می‌بخشد، هزینه تولید و تحویل کالا کمتر می‌شود و علاوه بر این شفافیت در معاملات مشتریان را ارائه می‌دهد. به این ترتیب، اینترنت اشیا یکی از مهم‌ترین فناوری‌های زندگی روزمره است.

مزایای اینترنت اشیا برای سازمان‌ها چیست؟

اینترنت اشیا مزایای متعددی را برای سازمان‌ها ارائه می‌دهد. برخی از مزایا مربوط به صنعت است و برخی در صنایع مختلف قابل اجرا است. برخی از مزایای متبادل اینترنت اشیا برای کسب و کارها عبارت

تاریخچه‌ای از اینترنت اشیا

کوین اشتون، بنیان‌گذار مرکز Auto-ID در موسسه فناوری ماساچوست (MIT)، برای اولین بار در ارائه‌ای که در سال ۱۹۹۹ در Procter & Gamble (P&G) ارائه داد، به اینترنت اشیا اشاره کرد. اشتون این دست آورد جدید را "اینترنت اشیا" نامید.

اینترنت اشیا از همگرایی فناوری‌های بی‌سیم، سیستم‌های میکروالکترومکانیکی (MEMSes)، خدمات خرد و اینترنت تکامل‌یافته است. این همگرایی به پاره شدن سیلوهای بین فناوری عملیاتی (OT) و فناوری اطلاعات (IT) کمک کرده است.

اینترنت اشیا از ارتباطات M2M تکامل‌یافته است، یعنی ماشین‌هایی که از طریق شبکه بدون تعامل انسان به یکدیگر متصل می‌شوند. M2M به اتصال یک دستگاه به ابر، مدیریت آن و جمع‌آوری داده‌ها اشاره دارد. اینترنت اشیا یک شبکه حسگر از میلیاردها دستگاه هوشمند است که افراد، سیستم‌ها و برنامه‌های دیگر را برای جمع‌آوری و به اشتراک گذاری داده‌ها به یکدیگر متصل می‌کند. M2M به عنوان پایه و اساس، قابلیت اتصال به اینترنت اشیا را ارائه می‌دهد.

اینترنت اشیا چگونه کار می‌کند؟

اکوسیستم اینترنت اشیا متشکل از دستگاه‌های هوشمند تحت وب است که از سیستم‌های تعییه شده مانند پردازنده‌ها، حسگرهای سخت‌افزاری ارتباطی برای جمع‌آوری، ارسال و عمل به داده‌هایی که از محیط خود به دست می‌آورند، استفاده می‌کند. دستگاه‌های اینترنت اشیا داده‌های حسگری را که جمع‌آوری می‌کنند با اتصال به یک دروازه اینترنت اشیا یا سایر دستگاه‌های لبه‌ای به اشتراک می‌گذارند که در آن داده‌ها یا به ابر ارسال می‌شوند تا مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرند. گاهی اوقات، این دستگاه‌ها با سایر دستگاه‌های مرتبط ارتباط

است از:

- نظارت بر فرایندهای کلی کسب و کار آنها؛
- بهبود تجربه مشتری (CX).
- صرفه جویی در وقت و هزینه.
- افزایش بهرهوری کارکنان.
- ادغام و تطبیق مدل‌های تجاری.

اینترنت اشیا شرکت‌ها را تشویق می‌کند تا در نحوه برخورد با مشاغل تجدیدنظر کنند و به آن‌ها ابزاری برای بهبود استراتژی‌های تجاری خود می‌دهد. به طور کلی، اینترنت اشیا در سازمان‌های تولیدی، حمل و نقل و استفاده از حسگرها و سایر دستگاه‌های اینترنت اشیا بیشترین فراوانی را دارد. با این حال این فناوری موارد استفاده برای سازمان‌های کشاورزی، زیرساخت‌ها و صنایع اتوماسیون خانگی را نیز پیدا کرده است که برخی از سازمان‌ها را به سمت تحول دیجیتالی سوق می‌دهد.

اینترنت اشیا می‌تواند به سهولت کار کشاورزان در بخش کشاورزی نیز کمک کند. حسگرها می‌توانند اطلاعات مربوط به بارندگی، رطوبت، دما و محتوای خاک و سایر عوامل را که به خود کارسازی تکنیک‌های کشاورزی کمک می‌کند، جمع‌آوری کنند. توانایی نظارت بر عملیات زیرساخت‌های نیز عاملی است که اینترنت اشیا می‌تواند به آن کمک کند. به عنوان مثال، می‌توان از حسگرها برای نظارت بر رویدادها یا تغییرات در ساختار ساختمان‌ها، پل‌ها و سایر زیرساخت‌ها استفاده کرد. این امر مزایایی مانند صرفه جویی در هزینه و زمان، تغییرات گردش کار در کیفیت زندگی و گردش کار بدون استفاده از کاغذ را به همراه دارد.

یک تجارت اتوماسیون خانگی می‌تواند از اینترنت اشیا برای نظارت و دست‌کاری سیستم‌های مکانیکی و الکترونیکی در یک ساختمان استفاده کند. در مقایسه وسیع‌تر، شهرهای هوشمند می‌توانند به شهر و ندان در کاهش ضایعات و مصرف انرژی کمک کنند. اینترنت اشیا همه صنایع از جمله مشاغل مربوط به مراقبت‌های بهداشتی، مالی، خرده‌فروشی و تولید را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

مزایا و معایب اینترنت اشیا

- برخی از مزایای اینترنت اشیا شامل موارد زیر است:
- امکان دسترسی به اطلاعات از هر نقطه در هر زمان در هر دستگاه.
 - بهبود ارتباط بین دستگاه‌های الکترونیکی متصل.
 - انتقال بسته‌های داده از طریق شبکه متصل و صرفه جویی در وقت و هزینه.
 - خودکارسازی وظایف به بهبود کیفیت خدمات یک شرکت و

گرما را کم کنید.

در کشاورزی، سیستم‌های کشاورزی هوشمند مبتنی بر اینترنت اشیا می‌توانند به عنوان مثال، نور، دما، رطوبت خاک مزارع را با استفاده از حسگرهای متصل کنند. اینترنت اشیا نیز در خودکارسازی سیستم‌های آبیاری مؤثر است.

در یک شهر هوشمند، حسگرهای اینترنت اشیا، مانند چراغ‌های خیابانی هوشمند و کنترلرهای هوشمند، می‌توانند به کاهش ترافیک، صرفه‌جویی در مصرف انرژی، نظارت و رفع نگرانی‌های زیست محیطی و بهبود بهداشت کمک کنند.

مسائل امنیتی و حریم خصوصی اینترنت اشیا

اینترنت اشیا میلیاردها دستگاه را به اینترنت متصل می‌کند و شامل استفاده از میلیاردها نقطه داده است که همه آن‌ها باید ایمن شوند. به دلیل گسترش سطح حمله، امنیت اینترنت اشیا و حریم خصوصی اینترنت اشیا به عنوان نگرانی‌های اصلی ذکر شده است.

در سال ۲۰۱۶، یکی از بدnamترین حملات اینترنت اشیاء Mirai بود. این بات نت در ارائه‌دهنده سرویس Dyn نفوذ کرد و بسیاری از وب‌سایتها را برای مدت طولانی در یکی از بزرگ‌ترین حملات توزیع شده سرویس (DDoS) توزیع شده حذف کرد. مهاجمان با سوءاستفاده از دستگاه‌های اینترنت اشیا که از امنیت کافی برخوردار نیستند، به شبکه دسترسی پیدا کردند.

از آنجاکه دستگاه‌های اینترنت اشیا به هم متصل هستند، تنها کاری که یک هکر باید انجام دهد این است که از یک آسیب‌پذیری برای دست کاری همه داده‌ها سوءاستفاده کرده و آن‌ها را غیرقابل استفاده کند. تولیدکنندگانی که دستگاه‌های خود را به طور مرتب یا اصلاح برگردانند، در برابر مجرمان سایبری آسیب‌پذیرتر هستند. علاوه بر این، دستگاه‌های متصل اغلب از کاربران می‌خواهند اطلاعات شخصی خود، از جمله نام، سن، آدرس، شماره تلفن و حتی حساب‌های رسانه‌های اجتماعی را وارد کنند. (اطلاعاتی که برای هکرها ارزشمند است).

هکرهای تنها تهدید اینترنت اشیا نیستند. حفظ حریم خصوصی یکی دیگر از نگرانی‌های مهم کاربران اینترنت اشیا است. به عنوان مثال، شرکت‌هایی که دستگاه‌های IoT مصرف کننده را تولید و توزیع می‌کنند، می‌توانند از این دستگاه‌ها برای به دست آوردن و فروش اطلاعات شخصی کاربران استفاده کنند. اینترنت اشیا علاوه بر افسای اطلاعات شخصی، خطری برای زیرساخت‌های حیاتی، از جمله برق، حمل و نقل و خدمات مالی نیز ایجاد می‌کند.

منبع: خبرنگاران جوان

M2M در زمان واقعی، مقیاس‌پذیر و با کارایی بالا است.

پروتکل صفت‌بندی پیام‌های پیش‌رفته (AMQP) یک استاندارد منبع باز است که برای پیام‌های ناهم‌زمان از طریق سیم منتشر می‌شود. AMQP پیام‌های رمزگذاری شده و قابل همکاری بین سازمان‌ها و برنامه‌ها را فعال می‌کند. این پروتکل در پیام‌رسانی سرویس‌گیرنده - سرور و مدیریت دستگاه‌های اینترنت اشیا استفاده می‌شود.

پروتکل کاربرد محدود (CoAP) یک پروتکل طراحی شده توسط IETF است که نحوه عملکرد دستگاه‌های کم‌صرف و محاسبه شده در اینترنت اشیا را مشخص می‌کند. شبکه وسیع برد بلند (LoRaWAN) یک پروتکل برای WAN است که برای پستیابی از شبکه‌های بزرگ مانند شهرهای هوشمند با میلیون‌ها دستگاه کم‌صرف طراحی شده است.

برنامه‌های کاربردی IoT مصرف‌کننده و سازمانی

برنامه‌های کاربردی بیشماری از اینترنت اشیا در دنیا واقعی وجود دارد، از IoT مصرف‌کننده و IoT سازمانی گرفته تا IoT تولیدی و صنعتی (IIoT). برنامه‌های کاربردی اینترنت اشیا عمودی متعدد از جمله خودرو، مخابرات و انرژی را نیز شامل می‌شوند. به عنوان مثال، در بخش مصرف‌کننده، خانه‌های هوشمند مججهز به ترموستات هوشمند، لوازم هوشمند و گرمایش، روشنایی و وسائل الکترونیکی متصل از راه دور از طریق رایانه و تلفن‌های هوشمند قابل کنترل هستند.

دستگاه‌های پوشیدنی با حسگرهای نرم‌افزار می‌توانند داده‌های کاربران را جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل کرده و پیام‌هایی را به سایر فناوری‌های کاربران ارسال کنند تا زندگی کاربران راحت‌تر شود. دستگاه‌های پوشیدنی نیز برای ایمنی عمومی استفاده می‌شوند، به عنوان مثال، بهبود زمان پاسخگویی اولیه در موقع اضطراری با ارائه مسیرهای بهینه به مکان یا با ردیابی علائم حیاتی کارگران ساختمانی یا آتش‌نشانان در مکان‌های تهدیدکننده زندگی.

در مراقبت‌های بهداشتی، اینترنت اشیا مزایای بسیاری را ارائه می‌دهد، از جمله توانایی نظارت دقیق‌تر بیماران با استفاده از تجزیه و تحلیل داده‌های تولید شده. بیمارستان‌ها اغلب از سیستم‌های اینترنت اشیا برای تکمیل وظایفی مانند مدیریت موجودی برای داروسازی و ابزار پزشکی استفاده می‌کنند.

به عنوان مثال، ساختمان‌های هوشمند می‌توانند هزینه انرژی را با استفاده از حسگرهایی که تعداد سرنوشت‌های یک اتاق را تشخیص می‌دهند، کاهش دهنند. درجه حرارت می‌تواند به طور خودکار تنظیم شود، به عنوان مثال، روشن شدن کولر در صورتی که سنسورها تشخیص دهند که اتاق کنفرانس پر است یا اگر همه افراد دفتر به خانه رفته‌اند،

کاهش ترافیک و تصادفات شهری با هوش مصنوعی

■ محمد کرباسی

نمایشگاه جیتكس دوبی این روزها مرکز توجه دنیای فناوری است و یکی از مهم‌ترین موضوعاتی که در حوزه‌های مختلف مورد توجه شرکت‌ها قرار گرفته استفاده از هوش مصنوعی است. در بخش شهرهای هوشمند این نمایشگاه اما استفاده از هوش مصنوعی برای حل مشکلات حمل و نقل شهرهای بزرگ یکی از مواردی بود که مورد توجه بسیاری قرار گرفت.

در پنل «چشم‌انداز آینده» این نمایشگاه اما محور اصلی بحث استفاده از هوش مصنوعی در کاهش ترافیک و همچنین حوادث و تخلفات ترافیکی در شهرهای بزرگ بود. هم‌اکنون دوربین‌های نظارتی ترافیک می‌توانند اطلاعات خوبی به مراکز کنترل ترافیک بدene و همچنین تخلفات را به پلیس گزارش کنند. اما نسل جدید این دوربین‌ها با هسته نرم‌افزاری استفاده از هوش مصنوعی می‌تواند به شدت در کاهش ترافیک و همچنین تلفات رخداده در تصادفات شهری مؤثر باشد.

در تقاطع‌های هوشمند می‌تواند با بستن خودکار خیابان خودروها را به مسیر جایگزین روانه کند تا ترافیک به تدریج سبک‌تر شود.

شاید دیگر کسی دیر نرسد

کنترل خیابان‌ها با هوش مصنوعی تبدیل به یک‌روند جهانی شده است. چندی پیش شرکت گوگل هم اعلام کرد با استفاده از هوش مصنوعی باعث شده در یک طرح آزمایشی ۲۰ درصد میزان دیر رسیدن افراد با قرارهای ایشان را کاهش دهد گوگل در تحلیل‌های خود می‌گوید که اشتباها و خستگی نیروی انسانی در کنترل ترافیک یکی از مهم‌ترین عواملی است که باعث کاهش امکان مدیریت ترافیک در کلان‌شهرها می‌شود. هوش مصنوعی خستگی ناپذیر اما می‌تواند این روند را در شهرهای جهان تغییر دهد.

به‌سوی شهر بدون تصادف

۵G اکنون قلب تپنده فناوری جهان است. با گسترش نسل پنجم ارتباطات موبایل در کشورها می‌توان امیدوار بود به‌زودی خودروها به مرحله‌ای برسند که اصولاً امکان تصادف برای آنها وجود نداشته باشد. با اتصال به نسل جدید ارتباطات سیار خودروها می‌توانند هوشمند باشند و کنترل فاصله با خودروها مانع از تصادف شوند. نسل جدید شیشه موبایل علاوه بر افزایش چندین برابر سرعت ارتباطات میزان تأخیر در پاسخ‌دهی یا باصطلاح Latency را به شدت کاهش می‌دهد و این مسئله می‌تواند در کسری از ثانیه مانع از یک تصادف مرگبار شود. همین خصوصیت است که قابلیت‌هایی مثل جراحی از راه دور را هم به دنیای پژوهشکنی می‌آورد. هرچند با گسترش اینترنت برخی کشورها نگران مسائل امنیتی و مثلاً هک خودروها هستند اما کارشناسان می‌گویند می‌توان با استفاده از پلتفرم‌های مناسب این خطر را به حداقل مقدار ممکن رساند.

منبع: همشهری

از چراغ سوخته تا فاصله نامطمئن

آمارهای نشان می‌دهد بیشتر از ۵۰ درصد تصادفات شهری به‌خطابی توجّهی به جلو و رعایت نکردن فاصله ایمن از سوی راننده‌هاست. شما هم حتماً خاطره تلح راننده‌هایی که سپریه سپر پشت سرتان چراغ می‌زنند را دارید. سیستم‌های هوش مصنوعی اکنون می‌توانند این تخلف را بر اساس تصاویر دریافتی تشخیص دهد و راننده‌گان مختلف را جریمه کند. محمد‌الولید، جانشین مدیر عامل یکی از شرکت‌های فعال در این رابطه می‌گوید: در شهرهای بزرگ دیگر به‌هیچ عنوان کنترل تخلفات راننده‌گی با دوربین‌های نسل قدیم میسر نیست. هوش مصنوعی اکنون می‌تواند با استفاده از تصاویر دریافتی به صورت زنده و آنی تخلفات مهمی را ثبت کند. اندازه‌گیری فاصله ایمن خودروها و جریمه راننده‌گان مختلف در اجرای آزمایشی این فناوری بسیار نتیجه مثبتی داشته و باعث شده به شدت میزان تصادفات شهری کاهش پیدا کند. تصادفات یکی از مهم‌ترین اتفاقاتی است که می‌تواند ساعت‌ها باعث گردد که کور ترافیکی شود. به گفته الولید اما این تمام ماجرا نیست. هوش مصنوعی اکنون قدرت خارق العاده‌ای پیدا کرده و حتی از روی تحلیل تصاویر دریافتی می‌تواند نسبت کمربند ایمنی از سوی سرنشین‌ها، سوخته بودن چراغ خودرو، سبقت غیرمجاز، دورزدن در محل منمنع و موارد دیگر را تشخیص دهد و با ثبت پلاک خودرو برای راننده‌گان مختلف قبض جریمه صادر کند.

کنترل هوشمند مسیرها

تقاطع‌های هوشمند آینده شهرهای جهان را تشکیل می‌دهند. شاید یادتان بیاید که شهرداری تهران از چندین سال قبل هوشمندسازی چراغ‌های راهنمایی را شروع کرد تا طول زمان چراغ‌ها بر اساس ترافیک محورها تنظیم شود. اکنون تقاطع‌های هوشمند می‌توانند امکان کنترل ترافیک و تغییر مسیر خودروها را فراهم کنند. در بسیاری از مواقع راننده‌گان بسیاری ناخواسته به دام ترافیک سنجگین می‌افتد. هوش مصنوعی

ربات‌های هوشمند همه کارخانه جدید نیسان!

در این کارخانه واقع در حومه توکیو که قبل از ماه آوریل راه‌اندازی می‌شود، تقریباً همه کارها به ربات‌های جدید هوشمند و بهره‌مند از هوش مصنوعی سپرده شده است.



باتوجه به دایره گسترده وظایف ربات‌ها، کارگران کارخانه می‌توانند بر روی امور ماهرانه‌تری مثل تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده توسط ربات‌ها و نگهداری تجهیزات تمرکز کنند. در حال حاضر همه خودروسازان بر روی فناوری رباتیک کار می‌کنند که می‌تواند انطباق‌پذیری‌شان را افزایش داده و به آنها امکان دهد تا به سرعت به تقاضای بازار پاسخ دهند.

نیسان می‌گوید نوآوری‌هایی که در کارخانه «توچیگی» آزمایش می‌شوند به تاریخ در دیگر کارخانه‌های جهانی آن از جمله کارخانه‌های رنو - شریک نیسان - نیز به کار گرفته خواهد شد. «ساکاموتو» اظهار داشت تخمین دقیق اینکه خط مونتاژ کاملاً خودکار چقدر باعث صرفه‌جویی خواهد شد کاری دشوار است، اما تولیدات باید با کمبود نیروی کار، همه‌گیری ویروس کرونا و کاهش انتشار کربن جهت کاهش تغییرات آب و هوایی سازگار شود. خودروساز ژاپنی امیدوار است تا سال ۲۰۵۰ به هدف کربن خنثی در کل عملیات خود و چرخه عمر محصولاتش که شامل استخراج مواد اولیه، تولید، استفاده و بازیافت است، دست پیدا کند.

منبع: خودروپرس به نقل از AFP

شرکت نیسان در آستانه راه‌اندازی کارخانه‌ای است که تقریباً همه کارهای آن به ربات‌های جدید و هوشمند سپرده شده است. در این کارخانه به ندرت کارگر انسانی دیده می‌شود و ربات‌ها وظایفی چون جوشکاری، نصب، رنگ‌آمیزی و حتی بازرگانی از رنگ‌آمیزی خود را برعهده دارند.

به گفته خودروساز ژاپنی این کارخانه قرار است پیش از ماه آوریل آینده در حومه شهر توکیو آغاز به کار کند. «هیدیوکی ساکاموتو» نایب‌رئیس اجرایی نیسان روز جمعه در جریان بازدید از خط تولید خودرو اسپرت «آریا» در کارخانه «توچیگی» گفت: «تاکنون نیروی انسانی مجبور بودند تا تنظیمات تولید را به طریق تجربی انجام دهند، اما اکنون ربات‌های برخوردار از هوش مصنوعی قادر به انجام این کار با تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده هستند. فناوری تا این سطح پیشرفته است.» خط مونتاژ کارخانه به گونه‌ای طراحی شده است که هر سه نوع مدل (الکتریکی، e-Power و موتور احتراق داخلی) را می‌توان بر روی یک خط تولید کرد. هر خودرو هنگام حرکت در امتداد خط تولید به پیشرانه مناسب تجهیز می‌شود.



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.

نسخه چاپی تعداد ۱ شماره ۱۲	۵۰۰/۰۰۰ تومان
نسخه الکترونیکی ۱ شماره:	۱۵۰/۰۰۰ تومان
**جهت خرید تک نسخه و پس از چاپ:	
نسخه چاپی تعداد ۱ شماره:	۴۰/۰۰۰ تومان
نسخه الکترونیکی ۱ شماره:	۱۵/۰۰۰ تومان

ارسال نسخه چاپي با پست سفارشي مي باشد و چنانچه تمایيل ارسال با پست پيشتاز و پيك داريده زينه 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 نمایید
چنانچه تمایل به دریافت از طریق پیام رسان دارید این امکان فقط از طریق واتس‌پ و تلگرام وجود دارد
و شماره تماس پیام رسان خود را در قسمت شماره همراه وارد نمایید

..... نام شرکت / نام:

.....نام خانوادگی:.....

شما: از شما: تا: تا: تا:

نیاشنی : شهر : کد بسته :

تلفه: شماره همراه: بسته: صندوقه، بست: بست الکترونیک:

¹ See also the discussion of the relationship between the two concepts in the section on "The Concept of Social Capital."

نوع اشتراک: چاپی الکترونیکی

گزاری نهایتگاه
همایش
کارگاه‌های آموزشی
بصورت آنلاین و مجازی

نمس
۰۲۱-۹۵۴۸.۹۵-۷۹۴۰.۷۹۴۰-
۰۶۵۳۲۹.۹۵۵۱-۰۶۵۴۰.۷۹۴۰-۷۹۴۰.

مانی



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

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 دبیرخانه: ۰۶۵۲۱۲۸۳

ما را در شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید

