

اقتصاد دیجیتال

www.digiteco.ir

ماهنامه

شماره پیاپی ۱۳۱ (دوره جدید، شماره ۱۸)؛ اسفندماه ۱۴۰۰،
قیمت: نسخه چاپی ۴۰۰۰ تومان؛ نسخه الکترونیکی ۱۵۰۰ تومان

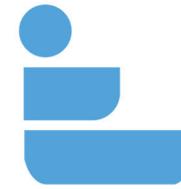
- در این شماره می‌خوانیم
- یادداشت، گفت‌وگو، گزارش و مقاله از
- اقتصاد دیجیتال
- کسب و کار دیجیتال
- فناوری مالی (فین‌تک) و
- ارز دیجیتال
- فناوری هوشمند
- هوش مصنوعی
- بلاک‌چین
- اینترنت اشیا



پایگاه خبری

فنا هوشمند

fanahoosh.ir



رسانه تخصصی انقلاب صنعتی چهارم

Fanahoosh



www.fanahoosh.ir



fanahoosh

ما را در شبکه های دنیاگ کنید



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.

ننسخه چاپی تعداد ۱ شماره ۵۰۰/۰۰۰	تومان ۵۰۰/۰۰۰
ننسخه الکترونیکی ۱ شماره ۱۵۰/۰۰۰	تومان ۱۵۰/۰۰۰
جهت خرید تک ننسخه و پس از چاپ:	
ننسخه چاپی تعداد ۱ شماره: ۴۰/۰۰۰	تومان ۴۰/۰۰۰
ننسخه الکترونیکی ۱ شماره: ۱۵/۰۰۰	تومان ۱۵/۰۰۰

ارسال نسخه چايني يا بست سفارشي مي باشد و چنانچه تمایل ارسال با بست بيشتاز و يك داري دهد هر چنده 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:

شیعیان: از شماره: تاریخ اشتراک:

نامه: شهر: کد بسته:

تلفه: صندوق، سمت: شماره همان: سمت الکت ونیک:

نوع اشتراک: چاپی | الكترونیکی :

پس از واریز حق اشتراک به حساب جاری ۱۷۷۶۳۰۹۳۱۵۰۸ (شماره کارت ۵۸۹۲-۱۰۱۱-۷۹۵۳-۰۴۶) بانک سپه شعبه سلیمان خاطر به نام علیرضا خدایی،
شبا-۰۸-۹۳۱۵-۰۱۵۰-۰۰۰۰-۰۱۷۷-۶۳۰۰-۰۱۷۷-۰۱۷۲۳-۰۱۷۲۳-۰۱۷۷-۰۱۷۷ فرم را تکمیل و به همراه فیش واریزی نقدی به دفتر نشریه ارسال (نمبر/پست الکترونیک) نمایید.
شماره مستقیم: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵؛ شماره تلفگرام واتس‌اپ: Elececo.ir@gmail.com پست الکترونیک: ۰۹۲۱۲۷۸۹۴۰۶، تلفکس: ۰۲۱(۶۶۵۲۲۷۳۹)

شناختن نشریه:

دفتر نشریه

تهران- خیابان بهارجنوبی، کوچه حمید صدقی، بن بست منصور ۲، پلاک ۴، واحد ۴ کد پستی: ۱۵۶۱۸۳۹۱۷۶
 تلفن: ۶۶۵۲۲۷۳۹
 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: ۶۶۵۲۲۷۳۹
 موبایل مستقیم: ۰۹۲۱۲۷۸۹۴۰۶
 تلگرام و واتس‌آپ: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵
 ایمیل: Elececo.ir@gmail.com

فهرست

۴..... اقتصاد دیجیتال

- ۴..... ■ پدیده نوظهور اقتصاد دیجیتال..... محسن رضایی صدرآبادی
- 5..... ■ سهم اقتصاد دیجیتال و فناوری از اقتصاد جهانی..... عباس زمانی
- 6..... ■ ایجاد اکوسیستم پایدار..... سینا طاهری
- 8..... ■ ۱۰ درصد GDP کشور تا سال ۱۴۰۴ بر پایه اقتصاد دیجیتال.....
- 9..... ■ خاک خوردن لوایح ۵ کانه حقوق فناوری اطلاعات بعد از ۴ سال.....
- ۱۲..... ■ طرح صیانت نه تنها اقتصاد دیجیتال، بلکه کل اقتصاد کشور را متاثر می‌کند.....
- ۱۴..... ■ نقدي بر طرح صیانت.....
- ۲۱..... ■ حکمرانی دیجیتال.....
- ۲۱..... ■ از DAOها تا NFTها؛ جمع‌آوری کمک مالی اوکراین در جنگ با روسیه..... محمدامین علی‌باری
- ۲۳..... ■ کسب و کار هوشمند.....
- ۲۳..... ■ کاربرد رمزارزها در تجارت..... فرزین فردیس
- ۲۴..... ■ طرح صیانت، ترمذ کسب و کارهای اینترنتی.....
- ۲۷..... ■ هوش مصنوعی؛ شریک تجاری مشاغل کوچک..... مترجم؛ سامیه خسروی زاده
- ۲۸..... ■ رشد تجارت الکترونیک در چین؛ باعث تقویت توسعه روستایی و افزایش چشمگیر اشتغال محلی شده است.....
- ۳۰..... ■ فرصت‌های جدید متأورس برای اینفلوئنسرها..... مریم سلیمی



■ متأورس و دنیای مُد دیجیتال.....	۳۲.
■ متأورس و بازی‌های بلاکچینی؛ نگاهی به بازی‌های درآمدزای کمتر شناخته شده.....	۳۴.
فرهاد کمانگر	
■ داده‌های سیاه؛ خطرات مدیریت و افزایش ریسک.....	۳۸.
■ طراحی تقویم کاری اعضای شرکت؟.....	۳۹.
نیکول فالون متجم: علی آل علی	
■ بهبد مهارت‌های ارتباطی با راهکارهای ساده.....	۴۴.
پیجی بنت	
■ چگونه با طراحی و انتشار پادکست درآمدزایی کنیم؟.....	۴۸.
ایوان فرگوسن	

■ **فناوری مالی (فین‌تک)**.....

■ والمارت آماده ورود به متأورس.....	۵۲.
■ جلوگیری از فساد مالی گسترشده بانکی؛ بالاستفاده از "بلاکچین" و "رمزارزهای ریالی".....	۵۳.
■ مزایای ریال دیجیتال چیست؟ پول دیجیتال در دستور کار ۹۰ کشور دنیا.....	۵۴.
■ آزمایش موفق روبل دیجیتال.....	۵۵.
■ بانکداری دیجیتال؛ از حرف تا اجراء در ایران.....	۵۶.
■ روان‌شناسی معامله‌گری؛ مروری بر مفاهیم روان‌شناسی قرید ریحانه کاظمیان مقدم	۵۸.
■ آیا بلاکچین پالیکان یک راهکار لایه دو است؟.....	۶۵.

■ **ارز دیجیتال**.....

■ بلاکلیفی و عدم شفافیت قانونی؛ چالش‌های فعلان در حوزه بلاکچین و رمزارزهای ایران-۷۲.	۷۲.
■ آینده رمزارزهای ایران با طرح صیانت. حسین عسکری	۷۵.
■ درس بزرگی از بازار ارزهای دیجیتال تینا سلطانی	۸۱.
■ رمزارز خوب یا بد؟..... سعید رازی	۸۴.

■ تفاوت قرید در بازارهای گاوی و خرسی ارزهای دیجیتال..... فاطمه ندیمی	۸۶.
■ امنیت اطلاعات.....	۹۰.

■ مقابله با تهدیدات سایبری با کمک هوش مصنوعی.....	۹۰.
■ فناوری هوشمند.....	۹۲.
■ انقلاب صنعتی چهارم، فرصتی استثنایی هوش مصنوعی، آموزش و پرورش رامتحول می‌کند	۹۲.
■ چاپ سه‌بعدی در ساخت و ساز.....	۹۴.
■ کمک هوش مصنوعی به پویایی شهرها	۹۶.
■ کاربرد یادگیری ماشین در فناوری بلاکچین.....	۹۸.
■ کاربرد یادگیری ماشین در فناوری بلاکچین.....	۱۰۱.

* مطالب نشریه لزوما نظر نشیره اقتصاد دیجیتال نیست

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

* نقل مطالب با ذکر منبع بلامانع است





۵ پدیده نو ظهور اقتصاد دیجیتال

■ محسن رضایی صدرآبادی مدرس دانشگاه و آینده‌پژوه اقتصاد فضای مجازی

در حالی اقتصاد فضای مجازی یا اقتصاد دیجیتال شامل پدیده‌های جدید و نویی در نظام اقتصادی می‌شود که این پدیده‌ها پیش از این وجود نداشته و لازم است مورد بررسی و ساماندهی قرار گیرند.

در حکمرانی، دولتها و حکومتها باید اقدامات مواجهه با این پدیده‌ها و راهبردهایی که برای ایجاد پدیده‌های جدید است را در دستور کار قرار دهند، این اقدامات می‌توانند حکمرانی این حوزه‌ها را تثبیت کنند برای این اساس دولتها باید با این پدیده‌ها مواجه و نسبت به تعیین اولویت‌ها اقدام کنند.

در بررسی پدیده‌های جدید در نظام اقتصادی، این پدیده‌ها در ۵ محور ظهور پیدا می‌کنند که اولویت نخست که رشد بیشتری نیز داشته نظام پولی و بانکی مجازی است که ارزهای دیجیتال، کریپتوکرانسی ها و بانکداری باز را شامل می‌شود این در حالی است که رابطه این نظام بانکی با فین‌تک‌ها روزبه‌روز در کشور گسترش می‌یابد و تهدیدهایی که متصور می‌شد هم اکنون در حال بروز است و در عین حال نیز فرصت‌ها در حال ازدست‌رفتن است.

اولویت دوم، ساختار دولت و شفافیت اطلاعات و مباحث بخش عمومی اقتصاد است و در این حوزه شاهد دولت مجازی و منسوخ شدن دولت الکترونیک هستیم.

سومین اولویت، نظام مالی، بورس و فناوری مالی است که فین‌تک‌ها و سازوکارهای این حوزه را شامل می‌شود، نظام کسب‌وکارهای مجازی چهارمین اولویت این حوزه به شمار می‌رود که این نظام شامل کسب‌وکارهای اینترنتی است که امروزه بهشدت گسترده شده و اقتصاد گیگ و اقتصاد اشتراکی بهشدت در این نقطه بروز و ظهور می‌کند.

محور حکمرانی و مدیریت اقتصاد که شامل سیاست‌گذاری و تعیین خط و مشی این حوزه را شامل می‌شود پنجمین اولویت در بروز پدیده‌های جدید است، نخستین دغدغه کشور در این ۵ محور، نظام پولی و بانکی در آینده خواهد بود و سپس نظام مالی مجازی فین‌تک‌ها و سروسامان دادن آن‌ها با نظام پولی و در نهایت ادغام مواردی است که در آینده مشاهده خواهد شد.

با ازدست‌رفتن فرصت‌های دنیای متاورس و جدی شدن تهدیدهای این حوزه از سوی اقتصاد گیگ؛ در این شرایط نیروی کار و نظام کسب‌وکار در بستر خارجی رشد و گسترش می‌یابد و این بستر و پلتفرم خارجی می‌تواند نسبت به مسدودسازی، تحریم، قانون‌گذاری و دریافت مالیات از کسب‌وکارها اقدام کند که منجر به ازدست‌دادن این قدرت می‌شود و در نهایت با روند سازوکار فعلی مدیریت حکمرانی کشور و نادیده‌گرفتن سند تحول دولت روزبه‌روز شاهد ضعف بیشتر حکمرانی خواهیم بود.

منبع: روابط عمومی پژوهشگاه فضای مجازی،



سهم اقتصاد دیجیتال و فناوری از اقتصاد جهانی

■ عباس زمانی؛ دکترای تخصصی مدیریت رسانه ■

سهم دنیای دیجیتال و فناوری که اغلب سابقه حضور بعضی از آنها در جوامع و خانواده‌ها به ۱۰ سال نمی‌رسد، بیشتر از شرکت‌های بزرگ تولیدی و صنعتی است که چند دهه یا یک قرن از حیات آنها می‌گذرد.

اگر به دهه گذشته از اواخر قرن بیستم میلادی تا همین پنج سال گذشته نگاه مختصری داشته باشیم خواهیم دید که اقتصاد شرکت‌های بزرگ و بین‌المللی به مرور از حوزه صنعت، نفت و گاز، خودرو به حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات همچنین خدمات نوظهور مبتنی بر این فناوری تغییر جهت داده است.

وقتی در همین دوران گذشته صحبت از سودآورترین شرکت‌های جهانی می‌شد اغلب نام شرکت‌های نفتی و خودروسازی به چشم می‌آمد، اما حداقل در چند سال اخیر این معادله کاملاً برهم خورده است؛ به گونه‌ای که در پایان سال ۲۰۲۱ میلادی از بین ۱۰ شرکت تنها یک یا دو شرکت خارج از حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات وجود داشت.

در یک مقایسه ساده در گزارش‌ها اعلام شد که سود سه‌ماهه یکی از شرکت‌های پرچم‌دار تلفن همراه و رایانه در دنیا بیش از ۸۰ میلیارد دلار بوده که در مقایسه با درآمد یک و نیم میلیارد دلاری کشورمان از فروش نفت در سال ۱۳۹۹ رقم بسیار قابل توجهی است.

در آغاز سال جدید میلادی و شمسی اگر به طور اجمالی به محبوب‌ترین برندهای دنیا نگاهی بیندازیم، متوجه می‌شویم که سهم دنیای دیجیتال و فناوری که اغلب سابقه حضور بعضی از آنها در جوامع و خانواده‌ها به ۱۰ سال نمی‌رسد بیشتر از شرکت‌های بزرگ تولیدی و صنعتی است که چند دهه یا یک قرن از حیات آنها گذشته است. با این تفاسیر چه بخواهیم و چه نخواهیم دنیای کنونی ما در حال حرکت به یک فضای جدید زندگی است، مفهومی که شاید با همگانی شدن متأورس بتوانیم آن را بیشتر درک کنیم.

توضیح این دنیای جدید برای کاربران امروزی دنیای فناوری دقیقاً مشابه توضیح شبکه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های هوشمند امروز برای انسان سه دهه پیش کمی سخت به نظر می‌رسد.

در مجموع با جست‌وجوی آمار و مستندات می‌توان دریافت که اقتصاد امروز دنیا در حال تغییر جهت از شرکت‌های تولیدی و صنعتی به سمت شرکت‌های خدماتی مبتنی بر فناوری است.

این موضوع نه تنها از نگاه اقتصادی که از جنبه‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی نیز حائز اهمیت است. شرکت‌های بزرگ فناوری دنیا به سرعت در حال درنوردیدن مرزهای جغرافیایی کشورها هستند. مثلاً یکی این شبکه‌های اجتماعی در حال حاضر بیش از دو میلیارد و ۸۰۰ میلیون کاربر ماهیانه و حدود دو میلیارد کاربران روزانه است.

تأثیرگذاری این شبکه اجتماعی و اپلیکیشن‌های مشابه به گونه‌ای است که بعضاً تصور می‌شود، افکار عمومی دنیا در این شبکه‌ها در حال شکل‌گیری و حتی دست‌کاری است.

منبع: ایمنا



ایجاد اکوسیستم پایدار

■ سینا طاهری؛ آزمایشگاه داده و حکمرانی

در سال‌های اخیر می‌توان، مسئله اقتصاد اینترنت را ادامه سریال ناکامی دولت‌ها در سیاستگذاری، تنظیم‌گری و به‌تبع آن، ناکارایی در ساحت اجرا ملاحظه کرد؛ امری که متأسفانه باعث شده است نقش دولت و در رأس آن وزارت ارتباطات، از داوری منصف به بازیگری دست‌پاگیر و برهمند بازی تغییر پیدا کند. اهدافی جذاب و وسوسه‌کننده همچون افزایش سهم اقتصاد دیجیتال از تولید ناخالص داخلی، برتری یافتن سهم محتوای داخلی بر بین‌الملل در ترافیک مصری اینترنت، توسعه پلتفرم‌های اثرگذار در منطقه و... بارها در این سال‌ها با افتتاحیه‌های باشکوه، تخصیص بودجه‌های هنگفت دولتی و در قالب اسناد ملی، کلان، بلندمدت و نظایر آن اعلام عمومی شده‌اند و امروز صرفاً در بایگانی سازمان‌ها می‌توان سراغ آنها را گرفت.

به‌منظور درک اینکه چرا اینترنت و چرخه اقتصادی آن برای اقتصاد کلی کشورها مهم است، باید ماهیت این فناوری‌ها را مدنظر قرارداد؛ فناوری‌های Disruptive که بعضًا خانمان برانداز ترجمه شده‌اند! این فناوری‌ها با چنان سرعتی پیش می‌روند و سیستم‌ها و نظام‌ها را تغییر می‌دهند که می‌توانند حوزه‌های متعددی مانند اقتصاد کشورها را زیرورو کنند.

در بررسی ماهیت تحول آفرین این پدیده‌ها، باید رویکردی کل‌گرایانه و جامع‌نگر داشته باشیم؛ به این معنی که نمی‌توان صرفاً تمرکز را بر یکی از اهداف، مثلاً توسعه ابعاد فرهنگی فضای مجازی یا لایه محتوا گذاشت و تصور کرد که این مسئله جدا از ابعاد اقتصادی و فارغ از خلق ارزش پایدار در سایر لایه‌ها اعم از زیرساخت، سرویس و سرمایه‌گذاری است. چون در حقیقت، ورود بازیگرانی که در جبهه فرهنگی و باهدف توسعه محتوای اثرگذار ایرانی-اسلامی نقش آفرینی کنند، نیازمند این است که خود این نقش آفرینان و به‌طریق اولی کاربران ایرانی، صرفه اقتصادی پلتفرم‌های بومی را بچشند و درک کنند. در پاسخ به این سؤال که چرا در این جایگاه ایستاده‌ایم و در مسیر توسعه اکوسیستم پایدار اقتصادی در زنجیره ارزش اینترنت مشکلات زیادی را پیش‌روی خود می‌بینیم، می‌توان به دلایل زیر اشاره کرد. توانان تصمیم‌های سخت را چه کسی می‌دهد؟ متأسفانه مانند بسیاری از مسائل دیگر، به نظر می‌رسد متولی و مسئول اصلی سیاستگذاری در حوزه فضای مجازی مشخص نیست. این موضوع بهویژه خود را در بزنگاه‌های مختلف، نظری قطعی اینترنت در آبان ۹۸ به دنبال ناآرامی‌های ناشی از افزایش قیمت بنزین، فیلتر کردن شبکه‌های اجتماعی مثل توییتر و تلگرام و به طور خاص کلاب‌هاوس نشان می‌دهد.

با وجود تأسیس شورای عالی فضای مجازی در اسفندماه سال ۱۳۹۰ با حکم رهبر انقلاب، همچنان شاهد هستیم که این شورا و بازوی اجرایی آن، یعنی مرکز ملی فضای مجازی نتوانسته‌اند باعث شفافیت در نقش‌ها و مسئولیت‌های ارکان مختلف نسبت به موضوع فضای مجازی و توسعه اینترنت ایران شوند و همچنان می‌بینیم که در تصمیم‌گیری‌ها بین مرکز ملی فضای مجازی، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، قوه قضاییه و نهادهایی مثل ساترا و حتی اپراتورهای تلفن‌های همراه، اختلافاتی وجود دارد.

اهمیت زنجیره ارزش اینترنت

رویکرد فعلی به موضوع شبکه ملی ارتباطات، رویکرد سیلوی ایست. در این رویکرد، محتوا، خدمات کاربردی (خدمات هوش مصنوعی، خدمات مکان محور و مسیریاب، خدمات صوت و تصویر و...)، خدمات شبکه ملی اطلاعات (سیستم‌عامل، صیانت از داده، پیام‌رسان و شبکه اجتماعی و...) و زیرساخت (مرکز تبادل ترافیک بین‌الملل و داخلی، زیرساخت ابری، شبکه‌های تجمعی و...) به عنوان موضوعاتی مستقل و جدا از یکدیگر در نظر گرفته می‌شوند که گویی تأثیری بر یکدیگر ندارند؛ یعنی سیاستگذار گمان می‌کند، محتوا نهایی که در اختیار کاربران فضای مجازی قرار می‌گیرد، مستقل از برخی خدمات کاربردی مثل هوش مصنوعی یا زیرساخت‌های فنی است.

در حالی که شاید رویکرد مناسب‌تر، رویکرد مازولاریتی (درهم‌تنیدگی) باشد. به عبارتی با پیوند برقرار کردن میان لایه‌های زیرساخت، خدمات و انواع محتواهای خام، پکیجی حاصل می‌شود که قابل فروکاستن به اجزا نیست و سبب می‌شود از این‌پس مفهوم خروجی حاصل از ترکیب و تجمعی این‌مانها را یک برآیند بینگاریم و آن را محتوا بنامیم.

عدم ارائه مزیت رقابتی

با فهم مورد پیشین و نگاه کردن به لایه‌های مختلف با رویکرد مازولاریتی، این سؤال پیش می‌آید که اینترنت ایران و اقتصاد شکل گرفته از آن در کدامیک از این لایه‌ها به کاربران خود ارزش ارائه می‌کند و نسبت به رقبای خارجی خود مزیت رقابتی دارد. به صورت خاص شبکه اینترنت ایران، هم در لایه خدمات کاربردی و هم در لایه زیرساخت، به دلایل مختلف که درباره آنها بحث می‌شود، توسعه پیدا نکرده است و مزیت رقابتی خاصی وجود ندارد. پس نمی‌توان انتظار داشت که محصول نهایی یعنی محتوا، محصولی با ویژگی‌های متمایز باشد که بتواند توجه کاربران و در درجه اول کاربران ایرانی را جلب کند.

همه مواردی که به آنها اشاره شد، مواد لازم برای ساخت یک اقتصاد دستوری و ناکارآمد را رقم زده‌اند. اقتصادی که نمی‌تواند بفهمد کاربر نهایی آن چه محصول و خدمتی می‌خواهد، حاضر است با چه الگوی اقتصاد رفتاری برای آن هزینه کند و مدل تقاضا به چه صورت است؛ بنابراین عرضه به صورت دستوری، انحصاری و با کمبود صورت می‌گیرد. اتفاقی که ماحصل این چرخه است، نارضایتی مصرف‌کننده و تولیدکننده را به دنبال دارد (دقیقاً مشابه آنچه اکنون در ماجراهی خودروی ملی و دو تولیدکننده بزرگ داخلی، یعنی ایران‌خودرو و سایپا می‌بینیم!).

فهم نادرست باعث شده است که هم در حوزه زیرساخت و مسائل فنی، یعنی اولین حلقه زنجیره ارائه ارزش اقتصاد اینترنت و هم در حلقه رگولاتوری و تعرفه‌گذاری خدمات و محصولات کشور دچار توسعه‌نیافرتنگی شویم و نسبت به رقبای جهانی و حتی منطقه‌ای عقب‌افتدگی ایجاد شود.

این اقتصاد معیوب و دستوری، انگیزه سرمایه‌گذاری و توسعه زیرساخت را از بنگاه‌های خصوصی گرفته، ورود سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر را کم کرده و به نوآوری و خلاقیت، زمین‌بازی نمی‌دهد و این باعث خواهد شد که در آینده نزدیک، شاهد نارضایتی بیشتر کاربران ایرانی از کیفیت و کمیت سرعت اینترنت باشیم.

منبع: دنیای اقتصاد

۱۰ درصد GDP کشور تا سال ۱۴۰۴ بر پایه اقتصاد دیجیتال

این رقابت‌ها تا کنون در استان‌های شیراز، کرمانشاه، زنجان و تهران برگزار شده است و طبق برنامه‌ریزی‌ها در استان‌های قم، سمنان و ارومیه نیز برگزار خواهد شد.

او با اشاره به برگزاری این دوره از رقابت‌ها در تهران گفت: در این رویداد ۱۸ شرکت استارتاپی و نوآوری به ارائه محصولات و پلتفرم‌های خود پرداختند که در پایان رقابت و پس نظر هیئت جURYAN، تیم‌های لايو بوک به سرپرستی علی منصور و امیر خلچ، لندین به سرپرستی محمد‌مهندی ظهیری و نیچر به سرپرستی نازنین بهزادی به ترتیب مقام‌های اول، دوم و سوم رقابت‌ها را کسب کردند.

عباسی فشمی افزوود: تاکنون بیش از ۳۰۰ تیم و استارتاپ در این رویداد ثبت‌نام کرده‌اند و دوره مقدماتی این رقابت‌ها در شهرهای شیراز؛ کرمانشاه و زنجان و تهران برگزار شده است. تیم‌های برتر استانی علاوه بر دریافت تسهیلات ویژه پست‌بانک ایران به ارزش ۲ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان، به فینال این رقابت‌ها راه یافته و همچنین می‌توانند به صورت رایگان در نمایشگاه غرفه دریافت نمایند.

به گفته عباسی فشمی در نهایت برنده‌گان نهایی این رقابت‌ها علاوه بر دریافت جوایز نقدی و تسهیلات ۵ میلیاردریالی پست‌بانک Sevan Startup Summit ایران، جهت شرکت در رویداد ارمنستان نیز از حمایت دیرخانه رویداد اینوتکس بهره‌مند خواهند شد.

وی ادامه داد: اینوتکس‌پیج، بزرگ‌ترین رویداد ملی رقابت استارتاپی با حضور تیم‌های خلاق و نوآور از شهرها و استان‌های مختلف کشور است که با هدف کشف استعدادها و حمایت از ایده‌های آنان جهت کمک به رشد و توسعه اقتصاد مبتنی بردانش و نوآوری در کشور برگزار می‌شود. مخاطبان برای ثبت‌نام و کسب اطلاعات بیشتر به سایت pitch.inotex.com مراجعه نمایند.

شایان ذکر است به تیم اول تا سوم رقابت که در رویداد نهایی که در نمایشگاه اینوتکس ۲۰۲۲ برگزار می‌شود برگزیده شوند، از طرف پست‌بانک ایران، مبلغ پانصد میلیون ریال تسهیلات جایزه نقدی تعلق می‌گیرد.

منبع: برقا

مشاور وزیر ارتباطات و فناوری در رویداد رقابت استارتاپی «اینوتکس‌پیج» از فروش ۹۰۰ میلیاردی شرکت‌های دانش‌بنیان کشور خبر داد.

رویداد رقابت ملی استارتاپ‌ها «اینوتکس پیج» به میزبانی پارک فناوری و نوآوری صنعت نفت و با حضور اکبر قنبرپور مشاور وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات و رئیس منطقه ویژه اقتصادی پیام، فرهنگ فضیحی سرپرست پارک فناوری و نوآوری صنعت نفت، سجاد عباسی فشمی دبیر نمایشگاه اینوتکس، هاجر چنارانی نماینده مجلس و رئیس فراکسیون توسعه زیرساخت‌های فرهنگی، سیاحتی و نمایشگاهی مجلس شورای اسلامی و ۵۰ سرمایه‌گذار برگزار شد.

بیش از ۲۰۰ تیم استارتاپی برای حضور در این دوره از رویداد ثبت‌نام کرده بودند که بر اساس داوری مقدماتی از میان این تیم‌ها، ۱۸ استارتاپ به رقابت حضوری در استان تهران راه یافتدند.

اکبر قنبرپور رئیس هیئت‌مدیره و مدیر شرکت خدمات هوایی پیام و معاون توسعه نوآوری پارک فناوری پرديس در این مراسم گفت: طبق برنامه‌ریزی انجام شده ۱۰ درصد تولید ناخالص داخلی (GDP) کشور، تا سال ۱۴۰۴ مبتنی بر اقتصاد دیجیتال خواهد بود. او ادامه داد: فروش شرکت‌های دانش‌بنیان کشور ۹۰۰ میلیارد تومان است که ۱ تا ۲ درصد GDP کشور است.

رئیس پارک فناوری سلامت پرديس از صادرات ۲.۸۵ میلیون دلاری شرکت‌های دانش‌بنیان فعال مستقر در این پارک در سال گذشته به کشورهای منطقه خبر داد و گفت: این شرکت‌ها همچنین در این مدت ۲ هزار و ۷۶۰ میلیارد تومان فروش داخلی محصولات فناورانه داشتند.

دبیر نمایشگاه اینوتکس نیز گفت: بر اساس برنامه‌ریزی‌های صورت‌گرفته پنجمین دوره رقابت‌های استارتاپی اینوتکس با نام «اینوتکس‌پیج»، با مشارکت فعالان زیست‌بوم نوآوری و فناوری کشور، از ۳۰ دی ماه ۱۴۰۰ لغایت ۲۵ فروردین ۱۴۰۱ در استان‌های فارس، قم، زنجان، کرمانشاه، سمنان و تهران برگزار می‌شود.

سجاد عباسی فشمی ادامه داد: اینوتکس‌پیج، رقابت استارتاپ‌ها در حضور سرمایه‌گذاران و امتیازدهی به آنان توسط داوران مطرح ایرانی و بین‌المللی از جمله رویدادهای نمایشگاه اینوتکس می‌باشد.

خاک خوردن لوایح ۵ گانه

حقوق فناوری اطلاعات

بعد از ۴ سال



در حالی که شاهد افزایش ملموس و چشمگیر سهم اقتصاد دیجیتال از اقتصاد کشور هستیم، قوانینی که قرار بود خلاهای حقوقی را از پیش پای صاحبان این کسب و کار بردارد هنوز بلاتکلیف است. ۳ سال وقت صرف تدوین لوایح ۵ گانه حقوق فناوری اطلاعات شد و ۴ سال هم از رونمایی از آنها می‌گذرد، اما هنوز خاک می‌خورد.

اطلاعات که مسئولیت پیگیری این لوایح در آن زمان را بر عهده داشت، ۴ سال پیش از ضرورت تدوین این قانون، صحبت کرد و گفت: سابقه قانون‌گذاری در این حوزه به سال ۵۹ بر می‌گردد که شورای عالی انفورماتیک تأسیس شد و از آن زمان تاکنون قوانین مختلفی مانند شبکه‌های اطلاع‌رسانی، تغییر وزارت پست و تلگراف و تلفن به ارتباطات و فناوری اطلاعات، تجارت الکترونیک، جرایم رایانه‌ای و آینین دادرسی الکترونیک را داشتیم.

وی تاکید کرد: بسیاری از مصوبات نهادهای بالادستی در این حوزه اگر تبدیل به قوانین مشخصی نشود امکان استیفاده حقوق و مسئولیت‌های بازیگران و ذی نفعان این حوزه، وجود ندارد.

بسیاری از مصوبات نهادهای بالادستی اگر تبدیل به قوانین مشخصی نشود امکان استیفاده حقوق بازیگران حوزه وجود ندارد

باقری اصل با اشاره به رشد فناوری اطلاعات و کاربردهای آن در جامعه، گفت: با توجه به اینکه در این حوزه خلاهای حقوقی وجود دارد و چالش‌هایی را در این حوزه ایجاد کرده است، از ۳ سال گذشته مطالعاتی با بررسی تجربیات گذشته انجام شده که منجر به تهیه ۵ لایحه در این حوزه شده است. این ۵ لایحه با جمع‌بندی اولویت‌ها و با همکاری پژوهشگاه قوه قضائیه و با جمع‌بندی نظرات کارشناسان این حوزه تدوین شده است.

وی درباره پیش‌بینی زمان تصویب این لوایح در مجلس با توجه به سرعت تحولات در این حوزه، گفت: فرایند قانون‌گذاری طولانی‌مدت و اجتناب‌ناپذیر است زیرا تمام نظرات، آثار و حواشی یک قانون باید دیده شود. تجربیات گذشته ما و کشورهای دیگر نشان می‌دهد که حدود ۲ تا ۳ سال تصویب این قوانین

اوایل بهمن‌ماه سال ۹۶ بود که وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و سازمان فناوری اطلاعات از تدوین لوایح پنج گانه مربوط به حقوق فناوری اطلاعات صحبت کردند.

لایحه‌ها شامل «حمایت از داده‌ها»، «تراکنش‌های الکترونیک»، «حکمرانی الکترونیک»، «شناسه‌های الکترونیک» و «حقوق مسئولیت ارائه‌دهنده‌گان خدمات ارتباطات و فناوری اطلاعات» بود. در آن زمان، این وزارت‌خانه گامی را برای بازتعریف زیرساخت حقوقی توسعه ارتباطات و فناوری اطلاعات باهدف شناسایی خلاهای حقوقی، شناسایی ضرورت‌های بازنگری در قوانین و مقررات در روندهای توسعه فناوری و فرهنگ‌سازی و ترویج بسترها حقوقی فضای مجازی برداشته بود.

قرار بود برای این لوایح پنج گانه نظرات تکمیلی نمایندگان مجلس و رؤسای دستگاه‌ها هم اتخاذ شود تا مسیر پیشبرد این لوایح در دولت و مجلس فراهم باشد. اما دیگر از این لوایح خبری نشد و همه اخبار درباره آنها در همان ماه‌های بهمن و اسفند ۹۶ پایان می‌یابد.

قانونی که پیش‌بینی می‌شد ۳ ساله وضع شود، متوقف شد
رضا باقری اصل معاون دولت الکترونیک سازمان فناوری

زمان می خواهد. اما با توجه به اهمیت موضوع و حضور سران قوا در شورای عالی فضای مجازی و آشنایی آنها بالا همیت موضوع، امیدواریم مراحل تصویب این لوایح با سرعت بهتری نسبت به گذشته انجام شود.

حداقل ۷ سال پیش خلاهای حقوقی پیش روی شرکت‌های فناوری اطلاعات احساس شد اما هنوز قانون‌گذاری به جایی نرسیده است.

چرا لوایح پنج گانه حقوق فناوری اطلاعات مهم بود؟

این لوایح کمی بعد در پنجم اسفندماه سال ۹۶ با حضور محمدجواد آذری جهرمی وزیر وقت ارتباطات و فناوری اطلاعات هم اگر در این زمینه کاری کند اقدامی غیررسمی رونمایی شد و این اولین و آخرین خبر رسمی از سرنوشت این لوایح بود. اما چرا این لوایح در حوزه فناوری اطلاعات از بین بی‌شمار طرح و لایحه در حوزه ICT کشور مهم است؟

این اصل که در حوزه فناوری به دلیل رشد سریع ذاتی فناوری، مقررات‌گذاری با تأخیر رخ می‌دهد، پذیرفته شده است؛ اما در شرایطی که هر روز سهم شرکت‌های فعال در اقتصاد دیجیتال از جمله کسب‌وکارهای آنلاین و پلتفرم‌های اینترنتی در اقتصاد کشور به صورت تصاعدی و فراینده بیشتر می‌شود، چندی است که نبود قوانین متناسب و بهروز در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات صدای اعتراض فعالان این صنعت را بلند کرده است.

این خلاهای قانونی یکبار در یک مورد جدید دیده می‌شود یا در موارد قدیمی تکرار می‌شود و پس از اینکه گرفتاری‌های را به هر طریق برای صاحبان کسب‌وکار رقم زد و تجربه‌ای بد را در حافظه فعالان اقتصادی و کاربران به ثبت رساند، کاستی‌های قوانین و مقررات موجود در زمینه حقوق شرکت‌های فعال در عرصه فناوری اطلاعات را پررنگ‌تر می‌کند.

مشکل اساسی در این‌بین دقیقاً نبود قانون است؛ زیرا در زمان بروز مشکل فقط قانون فصل الخطاب است و نه مصوبه و دستورالعمل از هیچ نهاد و سازمان و شورایی و نه وساطت و پادرمیانی‌های غیررسمی. همچنین وقتی کار به دعاوی حقوقی و دادگاه می‌رسد، قضات باید بر اساس مر قانون حکم

سرانجام لوایح پنج گانه حقوق فناوری اطلاعات چه شد؟

اکنون که ۳ سال وقت صرف تدوین این لوایح شده و ۴ سال هم از رونمایی از آنها می‌گذرد، وقت خوبی است که سرانجام لوایح ۵ گانه حقوق فناوری اطلاعات را جویا شویم و بپرسیم که این لوایح اکنون در چه مرحله‌ای قرار دارند؟ رضا ناظمی، معاون سابق وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات و رئیس وقت سازمان فناوری اطلاعات ایران، در دوره قبلی عهده‌دار این مسئولیت بود. این سؤال را با او مطرح کردہ‌ایم.

رضا ناظمی، در این باره، توضیح داد: در آن زمان، چند لایحه آماده کردیم که یک‌سری از آنها به قوانین اتحادیه اروپا اشاره داشت و آن لایحه‌ها را به دولت فرستادیم؛ اما چون در آنها جرم‌نگاری وجود داشت نمی‌توانستیم آنها را توسط دولت ارائه کنیم و باید قوه قضائیه آن را در مجلس طرح کند یا در قالب لایحه قضائیه ارائه کند که چالش اصلی ما در تصویب این لوایح بود.

وی تأکید کرد: در آن لوایح مسئولیت محتوا بین کاربر و پلتفرم تفکیک شد. قوانینی که منطبق با وضعیت اجتماعی ما و نظام حقوقی



دیده شده باشد، موضوع دیگر از اختیارات دولت خارج می‌شود. اگر هم دولت این کار را انجام دهد، باز مجلس لایحه را به قوه قضائیه برمی‌گرداند که قوه قضائیه جرم را تعیین کند.

وی ادامه داد: از همین رو، جلسات مشترکی بین سه قوه برگزار شد که مرکز پژوهش‌های قوه قضائیه هم همکار ما در این جلسات بود. در نهایت توافقی حاصل شد و آنچه که مورد توافق قرار گرفت را به دولت فرستادیم که دولت آن را به عنوان لایحه ارائه کند. اما باز هم وقتی توافق اولیه را انجام می‌دهیم و لایحه تحويل دولت می‌شود، در دولت هم نظراتی وجود دارد و رسیدن به توافق سخت است.

لواح ۵ گانه حقوق فناوری اطلاعات کجا خاک می‌خورد؟

آنچه که همیشه مورد اتفاق نظر مسئولان و کارشناسان در کشور بوده است، وجود انبوه طرح‌ها و لواح در کشور است که اولویت بررسی نمی‌گیرند و به نوعی بایگانی می‌شوند. لواح ۵ گانه حقوق فناوری اطلاعات کجا خاک می‌خورد و آیا این لواح به پایان کار خود رسیده‌اند؟

ناظمی توضیح می‌دهد: اکنون لایحه‌ها در فرایند تصویب است؛ یکی از لواح در کمیسیون اصلی دولت تأیید شده و باقی لواح هم در دست بررسی است.

منبع: فارس

ما باشند باید در دست تدوین قرار گیرند؛ زیرا برای مثال قانون زندان یا شلاق که فرم کیفری دارد برای صاحبان کسب و کارها بازدارنده نیست و فقط باعث می‌شود که آنها دیگر فعالیتی را شروع نکنند یا به مهاجرت آنها دامن زده شود.

معاون سابق وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات درباره مفاد لواح ۵ گانه توضیح داد: پنج موضوعی که به صورت لایحه به دولت ارائه شد درباره جنبه‌های مختلف مسئولیت محتوا بین کاربر و پلتفرم بود و نگاه قانونی به حقوق کاربران، حقوق پلتفرم‌ها و چگونگی احراز هویت افراد در فضای مجازی در آنها دیده شده بود.

وی اضافه کرد: این لایحه‌های پنج گانه مکمل یکدیگر هستند و در پاسخ به نیازهای امروز، پاسخ‌ها را از نظر قانونی از جنبه‌های مختلف مورد بررسی قرار داده‌اند.

اقدامات دولت قبلی برای تدوین لواح حقوقی

فناوری اطلاعات به کجا رسید؟

اما در این میان درباره سرانجام این کار این سؤال مطرح می‌شود که اگر این لواح به دلیل بخش جرم نگاری در آنها باید توسط قوه قضائیه نهایی شوند و در غیر این صورت راه به جایی ندارد، پس اساساً ماحصل کار هیئت دولت و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در دولت قبلی در این زمینه به چه نتیجه‌ای خواهد رسید؟ ناظمی در پاسخ به این سؤال، گفت: کلیت این است که اگر دولت در قالب لایحه این موارد را ارائه کند و در آن موضوع جرم



آخرین مقالات و گزارش‌ها

اقتصاد دیجیتال

فناوری مالی (فین‌تك)

اورز دیجیتال

بلنک دیجیتال

...

کسب و کار دیجیتال

فروش آنلاین

دیجیتال مارکتینگ

روش دیجیتال

...

ماهنه

اقتصاد دیجیتال

www.DigitEco.ir

پایه شهروی و اطلاع رسانی

elececo

اقتصاد الکترونیکی
www.elececo.ir

ما را در شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید



elececo



elececoir



elececoir



طرح صیانت نه تنها اقتصاد دیجیتال، بلکه کل اقتصاد کشور را متأثر می کند

بنابراین، ما عملانه نمی توانیم جایگزینی برای ابزارها و پلتفرم‌های خارجی بسازیم. مثلاً همین چند پیام‌رسان داخلی که داریم اصلاً توجیه مالی ندارند و اگر کمک‌های دولت نبود نمی توانستند به کار خود ادامه دهنند. پیام‌رسانی که تعداد کاربران آن به پنج میلیون هم نمی‌رسد نمی تواند درآمدزایی کند، چون پیام‌رسان بدون داشتن تعداد زیاد کاربر اصلاً درآمدی نخواهد داشت.

البته بنیان‌گذار کاموا معتقد است عدم امکان جایگزینی پلتفرم‌های خارجی با نمونه‌های داخلی نیز مانع دیگری بر سر راه اجرایی شدن این طرح خواهد بود: ما به لحاظ فنی زیرساخت ایجاد شبکه‌های اجتماعی و ارتباطی مثل اینستاگرام و واتس‌اپ را نداریم؛ چون برای مثال در اینستاگرام، در هر دقیقه چند هزار یا چند صد گیگابایت عکس و فیلم توسط کاربران ایرانی دانلود و آپلود می‌شود که زیرساخت‌های فنی ما توان پوشش دادن آن را ندارند. ما فضای ذخیره‌سازی کافی و مناسب برای ایجاد این شبکه اجتماعی را هم نداریم. با این حال، حتی اگر توان فنی آن را هم داشته باشیم، هزینه‌های این کار بسیار زیاد است و برای تأمین آن باید از کاربر پول گرفت، چون درآمد حاصل از تبلیغات به هیچ وجه پاسخگوی این هزینه‌ها نیست و ما فقط هشتاد میلیون نفر جمعیت داریم.

وی ادامه می‌دهد: اگر اینستاگرام هم بنا بود فقط چهل میلیون کاربر داشته باشد، نمی‌توانست هزینه‌هایش را تأمین کند. مسئولان می‌خواهند مدل چین را در ایران اجرا کنند و با هیجان هم از این طرح حرف می‌زنند اما مختصات اقتصادی و جمعیتی چین با کشور ما تفاوت دارد. چین بیش از یک میلیارد جمعیت دارد و

بنیان‌گذار استارتاپ «کاموا» گفت: تصویب طرح صیانت بر کل اقتصاد کشور تأثیر می‌گذارد و آن را نابود می‌کند؛ فقط اقتصاد دیجیتال نیست که از این طرح متأثر می‌شود، بلکه تمام کسب‌وکارهایی که در ایران فعال هستند، تحت تأثیر قرار می‌گیرند چون آن‌تی، اینترنت، ابزارها و تکنولوژی‌های مورداستفاده بخش جدایی‌ناپذیر آن‌ها است.

طی ماه‌های گذشته بحث‌های مختلفی در مورد طرح صیانت از حقوق کاربران در فضای مجازی درگرفته است. گرچه به نظر می‌رسد مجلس عزیزی جزئی برای تصویب این طرح در پیش گرفته است اما برخی اجرایی شدن این طرح را غیرممکن می‌دانند، چراکه معتقدند ظرفیت‌های لازم و زیرساخت‌های موردنیاز آن در کشور موجود نیست.

هرچند برخی از موافقان طرح صیانت از فضای مجازی حمایت از پلتفرم‌های داخلی را از مهم‌ترین اهداف این طرح می‌دانند، هادی فرنود بنیان‌گذار استارتاپ «کاموا» معتقد است در نظر داشتن اهداف حمایتگرانه برای این طرح صرفاً یک ادعا است و نیت‌ها و اهداف دیگری برای اجرا کردن طرح صیانت در نظر گرفته شده است. وی با اشاره به ضعف‌ها و کمبودهای فنی و اقتصادی کشور، عملیاتی شدن این طرح را غیرممکن می‌داند و می‌گوید: از لحاظ فنی نمی‌شود طرح صیانت را اجرایی کرد، چراکه محدود و مسدودکردن پلتفرم‌ها و ابزارهای مختلف موجود بر بستر اینترنت برای کشوری مثل ایران توجیه اقتصادی ندارد. ما منابع مالی نامحدود نداریم و حتی اگر داشته باشیم این ابزارها در بازار کوچکی مثل کشور هشتاد میلیون نفری ما اصلاً توجیه اقتصادی ندارد.



آموزش و یادگیری در اختیار افراد قرار می‌دهد. محدودسازی‌ها باعث ازدست‌رفتن این موقعیت شده و امکان یادگیری و پیشرفت را از افراد سلب می‌کند.

فرنود این تأثیر نامطلوب طرح صیانت را چنین توضیح می‌دهد: اینترنت منبع وسیع یادگیری و کسب اطلاعات است و افراد بیشتر از هر دانشگاهی از اینترنت یاد می‌گیرند و می‌آموزند. اینترنت به عنوان یک منبع آموزشی بزرگ و رایگان در جهان است که ما هم به آن دسترسی داریم و با استفاده از آن در حال پیشرفت هستیم، اما اگر این دسترسی محدود شود فرایند آموزشی و یادگیری و پیشرفت نیز مختل خواهد شد.

علاوه بر این، تفکیک ترافیک اینترنت به داخلی و خارجی و کند کردن اینترنت خارجی باعث می‌شود که عملاً دیگر اینترنتی وجود نداشته باشد و تبدیل به یک اینترنت می‌شود؛ بنابراین، تصویب چنین طرح‌هایی یک نوع خودزنی به نظر می‌رسد. خودمان در حال محروم کردن خودمان از این نعمت هستیم.

منبع: سیتنا

خودشان به تنهایی یک بازار بزرگ هستند، همچنین به اندازه کافی از پول و منابع مالی برخوردارند و مثل ما هم تحریم نیستند. اما در کشور ما که هیچ یک از این ویژگی‌ها را ندارد، چنین طرحی عملاً غیرقابل اجرا و عملیاتی شدن است.

با وجود این موانع احتمال اجرایی شدن این طرح برای فعالان عرصه فناوری و صاحبان کسب‌وکارها همچنان نگران‌کننده است. فرنود درباره مهم‌ترین مشکلی که با تصویب این طرح به وجود خواهد آمد می‌گوید: بزرگ‌ترین مشکل و نگرانی مهاجرت افراد متخصص در حوزه فناوری است که در سال ۱۴۰۰، به دلایل مختلف میزان آن شدت گرفته است و با چنین طرح‌هایی بیشتر هم می‌شود. وقوع چنین اتفاقاتی باعث می‌شود نیروهای فنی و نخبه کشور خیلی سریع‌تر مهاجرت می‌کنند و طبق گفته رهبر این بزرگ‌ترین خیانتی است که می‌شود به کشور کرد. وقتی نخبگان از جامعه مهاجرت کنند، کشور دیگر به جایی نخواهد رسید و از پیشرفت تهی خواهد شد و این بزرگ‌ترین ضربه و خطر اجرایی شدن این طرح است.

نگرانی از مهاجرت نیروی انسانی و ازدست‌دادن نیروهای متخصص تنها یکی از تبعات و پیامدهای طرح صیانت از فضای مجازی خواهد بود. اجرایی شدن این طرح تأثیرات دیگری نیز دارد که مهم‌ترین آن تأثیر بر اقتصاد خواهد بود. بنیان‌گذار کاموا معتقد است: تصویب طرح صیانت بر کل اقتصاد کشور تأثیر می‌گذارد و آن را نابود می‌کند؛ فقط اقتصاد دیجیتال نیست که از این طرح متأثر می‌شود، بلکه تمام کسب‌وکارهایی که در ایران فعال هستند، تحت تأثیر قرار می‌گیرند چون آی‌تی، اینترنت، ابزارها و تکنولوژی‌های مورداستفاده بخش جدایی‌ناپذیر آن‌ها است. به همین دلیل ضربه بسیار بزرگی خواهیم خورد و فکر می‌کنم بر میزان تولید ناخالص داخلی کشور نیز تأثیر منفی خواهد داشت.

تأثیرات اقتصادی در سطح خرد نیز قابل انکار نیست. ناتوانی کسب‌وکارهای خانگی از حفظ و پیشرفت موقعیت خود و ازدست‌رفتن آن‌ها یکی از نتایج اجرایی شدن طرح صیانت خواهد بود. فرنود می‌گوید: کسب‌وکارهای کوچک از ابزارهای مختلفی استفاده می‌کنند که در صورت مسدود شدن آن‌ها فعالیتشان مختل می‌شود. گوشی‌های هوشمند و اپلیکیشن‌ها دچار مشکل می‌شوند و... کسب‌وکارهای خانگی نیز که برای پیداکردن مشتری از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، از بین می‌روند.

وی با بیان اینکه به چرخ پیامدهای منفی بر اقتصاد، طرح صیانت تأثیرات اجتماعی و فرهنگی نیز خواهد داشت، می‌افزاید: اینترنت به عنوان بستر گردش آزاد اطلاعات، ظرفیت نامحدودی برای



نقدی بر طرح صیانت

رئیس کمیته اقتصاد دیجیتال مجلس شورای اسلامی آخرین ویرایش طرح صیانت را مغایر با اصول متعدد قانون اساسی دانست و گفت: این طرح باعث سخت‌تر شدن شرایط رقابتی کسب‌وکارهای داخلی مخصوصاً با نمونه‌های مشابه خارجی شده و با افزایش فشار به آن‌ها زمینه تضعیف و بلکه مهاجرت طف وسیعی از نخبگان و متخصصین اقتصاد و کسب‌وکارهای دیجیتالی به خارج از کشور ایجاد می‌شود.



در تغییرات این طرح، نه تنها نکته مثبتی مشاهده نمی‌شود بلکه در برخی از تغییرات که در ادامه به صورت تفصیلی خواهیم دید، با گسترش خدمات مشمول این طرح به تمامی خدمات ارائه شده در فضای مجازی، گسترش صلاحیت کمیسیون تنظیم مقررات، افزایش تعداد تنظیم‌گران و اختیارات آن‌ها، دخالت‌های نابجا در امر رقابت و بازار آزاد، حذف نظارت‌های مجلس شورای اسلامی در عملکرد کمیسیون و عدم توجه به کسب‌وکارهای نوپا و کوچک زمینه را برای افول مستقیم اقتصاد دیجیتال فراهم خواهد کرد. بر همین اساس کمیته اقتصاد دیجیتال بعد از دریافت نظر کارشناسان، جمع‌بندی خود در این زمینه ارائه می‌کند:

۱- نقض اصول متعدد قانون اساسی و برهم ریختن ساختار حقوق اساسی جمهوری اسلامی ایران

اشکال اصلی در طرح حاضر ناظر به برهم ریختن ساختار حقوق اساسی جمهوری اسلامی ایران با ارائه مدلی خارج از ساختار استقلال قوای سه‌گانه است که منجر به کاهش اختیارات قوه مجریه در حیطه صلاحیت‌های خود و همچنین اختیارات مجلس شورای اسلامی در شأن قانون‌گذاری و نظارتی خود می‌شود. مهم‌ترین

مجتبی توانگر نماینده تهران و عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی نقد تحلیلی درباره طرح صیانت با عنوان «طرح تنظیم مقررات خدمات فضای مجازی» مربوط به نسخه ۹ بهمن سال ۱۴۰۰ بیان کرده که متن کامل آن را در زیر می‌خوانید.

انتشار خبر نگارش نسخه جدید طرح صیانت از حقوق کاربران و خدمات پایه کاربردی فضای مجازی و تاکید بر اصلاحات اساسی آن خبر مسربخشی بود که دیری نپایید و با انتشار نسخه آخر این طرح در ۹ بهمن تمامی امیدها را نقش برآب کرد. شتاب‌زدگی و عدم توجه دقیق به انتقادات کارشناسان حقوقی، فنی و اقتصادی در سرتاسر اصلاحات این طرح مشهود است.

متأسفانه اصلاحات انجام‌شده صرفاً در محدوده تغییر الفاظ و ظاهر مواد باقی‌مانده و در عمل تفاوت رو به بهبودی مشاهده نمی‌شود. در برخی از موارد طراحان طرح با استفاده از کلمات هم‌معنا و همراه با این مثبت به جای کلماتی با بار منفی همچون استفاده از کلمه «اعمال خط‌مشی ترافیکی» به جای «محدودیت ترافیکی» سعی کرده‌اند تا از فشار افکار عمومی کاسته و بتوانند به دوراز انتقادات روند تصویب طرح را پیش ببرند اما در عمل تغییری در احکام طرح‌های قبلی اعمال نشده است.

مقررات مرکز ملی فضای مجازی محدود شده است. در این طرح بودجه‌های حمایتی کسب و کارهای داخلی به جای صندوق به حساب مستقیم مرکز ملی واریز شده و کمیسیون سخنواره ۱۲ در مورد نحوه هزینه کرد آن تصمیم‌گیری می‌کند! بر اساس ماده ۱۲ «در تبصره آن، «درآمد»... در حساب ردیف مستقل بودجه سنواتی سالانه کل کشور و به صورت صدرصد تخصیص یافته به نام مرکز ملی فضای مجازی و نزد خزانه‌داری کل کشور واریز و با پیشنهاد رئیس مرکز ملی فضای مجازی و تصویب کمیسیون در موارد زیر هزینه می‌گردد». این در حالی است که در طرح‌های قبلی بودجه در قالب صندوقی به عنوان شرکت دولتی ثبت می‌شد و مجلس شورای اسلامی اساس‌نامه آن را تصویب و به صورت مستقیم بر روی منابع مالی گسترشده این کمیسیون نظارت می‌کرد.

۳- واردشدن ضربه جدی به اقتصاد دیجیتال با نگاه غلط به تنظیم‌گری و صدور مجوز

از ایرادات اصلی طرح‌های پیشین صیانت، ایجاد سدهای قانونی متنوع بر سر راه کسب و کارها بود. با این حال در طرح قدیم، کمیسیون تنها یک مجوز را به برای شروع و ادامه فعالیت ارائه‌دهندگان خدمات پایه ارائه می‌داد. برخلاف ادعای طراحان، طرح جدید نه تنها سدی را در برابر توسعه و پیشرفت کسب و کارهای اقتصاد دیجیتال از میان نبرده است؛ بلکه بندبند آن سرشار از احکامی است که به مرور کسب و کارهای بیشتری را در گیر نظارت‌های هم عرض و متناقض خواهد کرد.

مشخص است که وجود نظارت‌های چندجانبه و مستمر توسط چندین تنظیم‌گر - که در طرح مذکور هم احصان شده و هر زمان با تشخیص کمیسیون مذکور می‌تواند کم و زیاد شوند - نتیجه‌ای جز جلوگیری از پیشرفت و شکوفایی اقتصاد دیجیتال نخواهد داشت. تمامی این اتفاقات در شرایطی رخ می‌دهد که مجلس شورای اسلامی با ارائه طرح‌هایی مثل «جهش تولید دانش‌بنیان» و «حفظ از داده» هم راستا با دغدغه کاربران و کسب و کارها پیش می‌رود اما پیگیری و تصویب طرح پیش‌رو، طرح‌های مذکور را نیز زیر سؤال می‌برد.

بر اساس احکام این طرح دیگر تفاوتی میان کسب و کارهای با مقیاس کوچک یا نوپا و سایر کسب و کارهای بزرگ و رشدیافته از حیث نظارت و اخذ مجوز وجود ندارد و هم‌پای آن‌ها باید برای نظارت‌های سنگین آماده باشند. در طرح قدیم هر چند رد پای نظارت‌های غیرمعقول کمیسیون مشاهده می‌شد، اما نظارت‌های خود را بر خدمات پایه و کاربردی فضای مجازی محدود کرده

ایرادات حقوقی این طرح را می‌توان در سه محور خلاصه نمود: نخست؛ تداخل صلاحیت‌های مجلس شورای اسلامی با شورای عالی فضای مجازی در خصوص ورود به بحث «تنظیم‌گری فضای مجازی» است که بر اساس احکام مقام رهبری شورای عالی و مرکز ملی فضای مجازی با اختیارات کافی در حوزه فضای مجازی تشکیل شده‌اند و این شورا به طور خاص در خصوص تنظیم‌گری فضای مجازی دارای مصوبه است.

براین اساس مجلس شورای اسلامی اولاً صلاحیت افزودن مواردی به مصوبات شورای عالی فضای مجازی یا کاستن مواردی از آن را ندارد (متغیرت با اصل ۵۷) قانون اساسی، ثانیاً بسیاری از مواردی که این طرح به صلاحیت‌های کمیسیون عالی افزوده است متغیر اصول قانون اساسی و خارج از صلاحیت‌های مجلس شورای اسلامی در تصویب قوانین در چارچوب شرع و قانون اساسی است (متغیرت با اصل ۹۴) قانون اساسی).

دوم؛ احالة بسیاری از موضوعات با ماهیت تقنینی که بر اساس اصل (۸۵) قانون اساسی صرفاً در صلاحیت قوه مقننه است، به کمیسیون عالی تنظیم مقررات فضای مجازی و نهادهای دیگر.

سوم؛ احالة بسیاری از امور با ماهیت مقرره‌گذاری و نیز اجرایی به کمیسیون مذکور یا نهادهای دیگر که بر اساس اصول (۶۰) و (۱۳۸) قانون اساسی تنها در صلاحیت قوه مجریه بوده و دولت به واسطه دارابودن بالاترین جایگاه اجرایی عهده‌دار آن است.

چهارم؛ دادن صلاحیت ایجاد و تأسیس نهاد تنظیم‌گر جدید به کمیسیون عالی مذکور که پیش‌تر از طریق مجلس شورای اسلامی انجام می‌شده است (مانند تشکیل سازمان تنظیم مقررات طبق قانون وظایف و اختیارات مصوب ۱۳۸۲) علاوه بر آنکه می‌تواند موجب تشکیل بی‌ضابطه نهادهای تنظیم‌گر شود، از اقتدار آنها نیز می‌کاهد.

۴- عدم نظارت مجلس بر کمیسیون به عنوان رکن اصلی

در این طرح کمیسیون به عنوان یک نهاد شبیه قانون‌گذار و مجری آن نه تنها صلاحیت‌های گسترشده‌ای را در اختیار گرفته است بلکه در نسخ جدید این طرح، اندک نظارت‌های نهادهای قانونی مثل مجلس شورای اسلامی نیز از میان رفته است. در نسخ قبلی این طرح کمیسیون گزارش‌هایی را به مجلس شورای اسلامی در خصوص عملکرد و نحوه خرج درآمدهای صندوق ارائه می‌داد. (بند ۲۰ ماده ۴ و تبصره ماده ۱۲ طرح نسخه قدیم) نمایندگان مجلس همچنین به عنوان اعضای کمیسیون در طرح‌های پیشین، حضور داشتند و نظرات خود را در کمیسیون مطرح می‌کردند. در طرح جدید اعضای کمیسیون صرفاً به اعضای کمیسیون تنظیم

مجازی هر روز با دستورات و بخش نامه هایی رو برو می شوند که برای پاسخ و همسان سازی خود با آن احکام باید از پیشرفت و چاکی دست بکشند. بر اساس این طرح ایجاد تنظیم گر جدید توسط سایر نهادهای دولتی ممنوع نشده است و کمیسیون صرفاً می تواند در خواست حذف، ادغام یا اصلاح مأموریت آن تنظیم گران را به شورای عالی فضای مجازی و مجلس شورای اسلامی بدهد. (بند «الف» و «ب» ماده^۲) این طرح در نوآوری دیگری اختیار تعیین تنظیم گر موقت در تمامی موضوعات اقتصادی، علمی، اجتماعی و فرهنگی فضای مجازی را برای کمیسیون پیش بینی کرده است. به موجب بند «ت» ماده^۲ کمیسیون اختیار «اختصاص صلاحیت موقت تنظیم گری به تنظیم گران موجود تا پیش از ایجاد تنظیم گر مقتضی» بدون تصویب در مراجع عالی قانون گذاری را دارد که ناگفته پیداست چه شرایطی را در نظام حقوقی کسب و کارها ایجاد می کند. در حال حاضر حدود ۱۱۹ سیاست و مقرره در عرصه فضای مجازی تصویب شده است و تعداد بسیار زیادی از مواد طرح مذکور با استفاده از ساختارهای جدید و نهادسازی، منجر به تورم و تولید مقررات خواهد شد. این مقررات غیر از مصوباتی است که ستاد بنا به صلاحیت های همه گیر خود در تمامی زمینه های فضای مجازی تصویب خواهند کرد.

در حال حاضر نیز در حوزه تجارت الکترونیک نهادهای متفاوت و گستره ای به امر مقررات گذاری مشغول هستند که این امر منجر به سردرگمی کسب و کارهای اینترنتی می شود. در شرایطی که کسب و کارها باید زمان خود را صرف ایجاد نوآوری و به روز رسانی بستر شان نمایند، میان مقررات مختلف سردرگم می شوند. در برخی از موارد نیز این امر منجر به ایجاد تعارض میان قوانین و مقررات مختلف شده و حتی نهادهای درگیر را دچار اختلاف در صلاحیت کرده است. به عنوان مثال در حال حاضر بخشی از قوانین و مقررات مصوب مجلس شورای اسلامی، شورای عالی انقلاب فرهنگی، شورای عالی فضای مجازی، هیئت وزیران، ریاست قوه قضائیه در این حوزه مجری هستند.

این ناهمانگی موجب گردیده است که در برخی موضوعات نهادهای متفاوتی اقدام به تنظیم گری نموده و تورم قانونی در آن حوزه ایجاد نمایند درحالی که در برخی موضوعات دیگر همچنان با خلاصه قانونی مواجه هستیم چرا که فضای مجازی و کسب و کارهای فعل در آن دارای کارکرد و ویژگی هایی کاملاً متمایز از کسب و کارهای سنتی فعل در فضای حقیقی می باشند و متولیان امر به دلیل تعدد و ابهام در حدود و ثغور صلاحیتشان مجالی برای تمرکز و بررسی دقیق ابعاد این موضوع پیدا نمی کنند.

بود. در طرح قدیم صرفاً کسب و کارهایی با تعداد کاربران یا میزان داده های قابل توجه می بایست از سد مجوزهای نظارتی کمیسیون عبور می کردند. اما در این طرح تمامی کسب و کارهای فضای مجازی باید مجوزهای لازم را از تنظیم گران مختلف دریافت کنند. به موجب بند «الف» ماده^۳ این طرح «صدر مجوز فعالیت و بهره برداری خدمات فضای مجازی» از جمله وظایف تنظیم گران فضای مجازی است. همچنین خدمات فضای مجازی دارای مجوز در این طرح این گونه تعریف شده است: «آن دسته از خدمات فضای مجازی که مجوزهای لازم برای فعالیت خود را از تنظیم گران مرتبط با حیطه فعالیت خود اخذ کرده اند». بنابراین نداشتند یک مجوز از میان تنظیم گر متعدد می توانند یک خدمت را غیر مجاز ساخته و آن را با ضمانت اجراهای سنگین موضوع ماده ۱۸ روبرو سازد. در این ماده جریمه نقدی از یک درصد (۱۰٪) تا ده درصد (۱۰٪) درآمد سالیانه و در صورت عدم تکافوی آن، جریمه نقدی از یک برابر تا هزار برابر سقف نصاب معاملات متوسط برای تمامی کسب و کارها پیش بینی کرده و در صورتی که میزان درآمد کم باشد، بدون توجه به درآمد می تواند از ۶۶۵ میلیون تومان یا هزار برابر آن جریمه شده یا آنکه مشمول اعمال خط مشی ترافیکی شود.

بر اساس طرح جدید، تمامی خدمات ارائه شده در فضای مجازی، بدون استثناء، تحت لوای این طرح قرار خواهند گرفت؛ بدون تعیین موضوع فعالیت یا ابعاد تجاری کسب و کار. از سوی دیگر بر اساس ماده^{۱۹} «متخالف از تکالیف مقرر در مواد ۱۵ و ۱۷ این قانون به یک یا چند مورد از مجازات های مقرر در ماده ۱۸ محکوم می شوند». بنابراین می توان یک کسب و کار کوچک یا حتی بزرگ را به واسطه عدم حذف محتوای مجرمانه ظرف ۱۲ ساعت به جریمه نقدی، کترل ترافیک، محدودیت در جذب کاربر و غیره محکوم کرد. این در حالی است که در طرح قبلی هیئت تخلفات، حداقل امکان اعمال ۲ مجازات را در اختیار داشت.

به موجب بند «د» ماده^۱ این طرح «تنظیم گری» به معنای هرگونه تدبیر و اقدام حاکمیتی که به موجب قانون و به منظور^(۱) تسهیل، توسعه یا ساماندهی فعالیت کنسنگران یک زیست بوم، یا^(۲) نظارت بر حسن ایفای مسئولیت ها و تعهدات یا^(۳) اعمال ضمانت اجراهای مقرر ای بر تخلفات آنها اتخاذ می گردد. با تصویب این طرح تعداد تنظیم گران فضای مجازی بیش از پیش افزایش پیدا می کنند و اجرای دستورات آنها با ضمانت اجراهای شدید، شیوه ای قاهره از برخورد با فضایی را نوید می دهد که پیش از این به دنبال «صیانت» از آن بودیم!

در حال حاضر کسب و کارهای حاضر در اکوسیستم فضای

محدودیت ترافیک تمامی پایامرسان‌ها، شبکه‌های اجتماعی، فروشگاه‌های آنلاین و موتورهای جستجو را در اختیار دارد. همچنان همچنان اعمال مجازات فیلترینگ طبق مواد ۲۲ و تبصره ۲ ماده ۲۱ قانون جرایم رایانه‌ای همچنان با دستور قضایی و کمیته تعیین مصادیق محتوای مجرمانه ممکن است که خود بر تشتبه در این فضا دامن می‌زند.

۵- دستور به مسدود کردن مستمر و مؤثر فیلتر شکن‌ها بدون در نظر گرفتن تبعات آن و نیز ارائه راهکار

این طرح در ماده ۲۰ وزارت ارتباطات را مکلف کرده است تا تمامی فیلتر شکن‌ها را به صورت مؤثر و مستمرًا شناسایی و غیرقابل استفاده نماید.

بنا به نظر کارشناسان، قطع استفاده از VPN و مسدود کردن پورت‌هایی که از آنها برای دور زدن فیلترینگ استفاده می‌شود از لحاظ فنی به صورت کامل ممکن نیست ضمن آنکه برخی کاربردهای قانونی و مفید نیز از طریق این پورت‌ها انجام می‌شود که تفکیک آنها از کاربردهای مرتبط با فیلترینگ امکان‌پذیر و دقیق نخواهد بود. نتیجه آنکه برخی از خدمات و کاربردهای قانونی نیز همراه با دسترسی‌های غیرمجاز محدود و مسدود خواهند شد و ضریب جبران‌نایابی به کسب و کارهای دیجیتال وارد خواهد شد. از آن‌گذشته بسیاری از کاربران حرفه‌ای، دانشجویان، اساتید و... به دلایل گوناگون نیازمند دسترسی به سایت‌ها و پلتفرم‌های فیلتر شده هستند. اعمال تکلیف مسدودسازی بدون ارائه تکلیف و پاسخ روشن به این افراد موجب نارضایتی گسترده می‌گردد. آیا طراحان برای این امر راهکاری در قانون گذاشته‌اند؟ متأسفانه پاسخ منفی است. آیا فکری برای تبعات و نارضایتی حاصل از آن در سطح کسب و کارهای دیجیتال و مردم شده است؟ متأسفانه پاسخ این سؤال هم منفی است.

۶- عدم انسجام سلسله‌مراتب قانونی در میان نهادها و تلفیق قوای مجریه، مقتنه و قضاییه

نویسنده‌گان طرح آنقدر در گیر انجام تغییرات سریع و حل مشکلات غیرقابل شمارش طرح بوده‌اند که ساختار و سلسله‌مراتب قانونی را به هم ریخته و امکان اعتبارسنجی صحیح قوانین و مقررات را از مجریان و مشمولین طرح گرفته‌اند. یکی از ایرادات اساسی به طرح‌های قبلی عدم امکان همراهی سایر تنظیم‌گران قوای مختلف از امر کمیسیون بود. در طرح‌های قبلی پیش‌بینی شده بود که «تصمیمات و اقدامات تنظیم‌گران خدمات فضای مجازی از جمله

در نتیجه به دلیل خلاً قانونی و در برخی مسائل دیگر، تورم قانونی، نیاز به ورود سطح بالا در لایه قانون‌گذاری و یا نهایتاً سیاست‌گذاری مستقیم شورای عالی فضای مجازی دارد و تورم ساختار تنظیم‌گری، گرهی بر گره‌های موجود می‌افزاید. نظارت و حوزه عملکرد این تنظیم‌گران نیز به جهت شمول تعریف و صراحت بند «ب» ماده ۳ این قانون که «تهیه و تصویب ضوابط و مقررات فعالیت خدمات فضای مجازی» را جزء صلاحیت‌های تنظیم‌گران دانسته، بسیار گسترده است و جایی برای تردید باقی نمی‌گذارد. پس از این نیز ممکن است دستورالعمل‌های تنظیم‌گران بدون نظارت کمیسیون لازم‌الاجرا باشد.

۴- ابقاء بحث مسدودسازی، تشتبه در اعمال فیلترینگ و تشدید آن

از دیگر ادعاهای مهم نویسنده‌گان طرح، حذف حکم مسدودسازی یا همان فیلترینگ در نسخه جدید است. این ادعا در صورت قضاویت ظاهر کاملاً صحیح است؛ اما در مقام معنا و اجرا تفاوتی با نسخه قبلی نداشته؛ بلکه وضعیت را نابسامان تر کرده است. در این طرح، صرفاً کلمه «مسدودسازی» حذف شده و به جای «محدودیت ترافیک» از «اعمال خط‌مشی ترافیکی» استفاده کرده‌اند. کمیسیون بر اساس این طرح می‌تواند به صرف تخلیک شبکه اجتماعی، ترافیک آن را به حدی پایین آورد که امکان دسترسی به آن به سختی حاصل شده و تفاوتی با فیلترینگ نداشته باشد. در کنار آن باید به یادآوریم که تکالیف و محدودیت‌های شبکه‌های فضای مجازی در طرح جدید بیشتر شده و باید آماده شنیدن اوامر چندین تنظیم‌گر باشند. در این وضعیت، تصور اینکه شبکه‌های اجتماعی یا اقتصادی خارجی برای فعالیت در ایران چندین مجوز را هم‌زمان دریافت کنند تا مشمول خط‌مشی‌های ترافیکی نشوند، امری ناممکن به نظر می‌رسد.

در طرح‌های ابتدایی تصمیم در مورد مجازات‌های «مسدودسازی» و «محدودیت ترافیک» صرفاً در اختیار یک هیئت تخلف، متشکل از ۳ نفر قاضی به انتخاب رئیس قوه قضائیه و ۲ نفر متخصص فضای مجازی به پیشنهاد شورای عالی فضای مجازی بود. در نسخ بعدی این صلاحیت تنها در اختیار شورای عالی قرار گرفته بود. اما در کمال ناباوری اعمال ضمانت اجره‌هایی را که طرح از آن‌ها با عنوان مجازات یاد کرده است (ماده ۱۹)، در اختیار یک نهاد غیر قضایی قرار داده است. همان‌طور که پیش از این نیز بیان شد، با گسترش دامنه شمول این طرح نسبت به تمامی ارائه‌دهنده‌گان خدمات فضای مجازی گسترش پیدا کرده و کمیسیون صلاحیت

انتشار عمومی دستورالعمل حمایت، گزارش عملکرد حمایت‌های موضوع ماده ۱۲ را هر سه ماه یکبار به اطلاع عموم می‌رساند.»

۷- تشدید ابهام در حوزه حقوق و تکاليف کسب و کارها و کاربران

یافتن معضلات حقوقی و اجرایی فضای مجازی صرفاً با آسیب‌شناسی صحیح و استفاده‌کردن از ظرفیت‌های بخش خصوصی در تدوین نسخ طرح حاصل می‌شود. معضلاتی مثل حفاظت از داده‌های شخصی، مالکیت داده‌های جمع‌آوری شده، مسئولیت پلتفرم‌ها و حقوق کاربران نسبت به آن‌ها، مهم‌ترین مسائلی است که کاربران و ارائه‌دهندگان با آن روبرو هستند. طرح جدید نه تنها بسیاری از معضلات را مسکوت گذاشت، بلکه در موارد دیگر بهجای حل آن بر مشکلات افزوده است. برای مثال یکی از معضلات اساسی کاربران و ارائه‌دهندگان خدمات پیام‌رسان‌ها و فروشگاه‌های اینترنتی مسئولیت حقوقی و کیفری اعمال کاربران بر بستر فضای مجازی است. این طرح در این خصوص آورده است که «ارائه‌دهندگان خدمات فضای مجازی در صورت انجام تعهدات مندرج در مواد ۱۵ و ۱۶ این قانون، مصوبات ابلاغی تنظیم‌گر و موارد ذیل نسبت به عملکرد کاربران مسئولیت کیفری ندارند: ...». این ماده نه تنها مسئولیت حقوقی را از ارائه‌دهندگان خدمات فضای سلب نکرده بلکه مفهوم مخالف ماده ایجاب می‌کند که در صورت عدم اجرای یکی از تکاليف ماده ۱۵ و ۱۶ و دو تکلیف اضافی، ارائه‌دهنده خدمت با مسئولیت کیفری روبرو شود؛ مسئولیتی که می‌تواند مجازات همان عمل مجرمانه کاربر را در بر بگیرد و مدیرعامل و شرکت به مجازات کیفری محکوم شوند. مضافاً نباید از یاد برد که موارد ماده ۱۵ و ۱۶، شامل ۱۱ تکلیف متفاوت است که اجرای دقیق آن‌ها توسط ارائه‌دهندگان نزدیک به محل بوده و در نهایت ارائه‌دهنده یا مدیرعامل او می‌تواند به واسطهٔ کوچک‌ترین اشتباه به محکومیت کیفری یا حقوقی محکوم شود.

۸- عدم توجه به توسعه جهانی پلتفرم‌های داخلی

ظرفیت و ابعاد گستره‌ای اینترنت و قابلیت ارتباط طیف وسیع افراد در سرتاسر جهان موجب شده تا توسعه و دستیابی به موفقیت در عرصهٔ پیام‌رسان‌ها و خدمات پایهٔ کاربردی به منطقهٔ یا حتی کشور خاص محدود نشود. به همین خاطر است که اصولاً یک یا چند نرم‌افزار خاص در سرتاسر دنیا مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ بنابراین نگاه کشوری یا منطقه‌ای در بلندمدت نتیجه‌ای برای فضای مجازی ایران به ارمغان نخواهد آورد.

کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات، نباید مغایر با سیاست‌ها و مصوبات کمیسیون باشد.» چگونگی و امکان الزام تنظیم‌گران دیگر از مصوبات کمیسیون همواره جای سؤال و ابهام داشت. در طرح جدید، این کمیسیون مطابق ماده ۳ بر تمامی دستورات تنظیم‌گران در فضای مجازی نظارت می‌کند.

از طرف دیگر این طرح به برخی از تنظیم‌گران مثل هیئت وزیران و بانک مرکزی امکان تصویب و اجرای برخی مصوبات را به صورت مستقیم داده و تمامی تنظیم‌گران می‌توانند به صورت مستقیم مقرر گذاری کنند. (ذیل تبصره ۲ ماده ۳) چنین تمایزی میان نهادهای مختلف و حتی در روند برخورد با تنظیم‌گران یکسان در موضوعات مختلف مسلماً نتیجه‌ای جز آشفتگی سلسه‌مراتب قانونی را در برخواهد داشت؛ امری که به نظر، طراحان طرح بهقصد اصلاح و تعیین دقیق سلسه‌مراتب برآمده بودند اما نتیجه‌ای عکس داده است. در طرح مشخص نیست که اگر مصوبه‌ای از تنظیم‌گران مغایر با مصوبات کمیسیون بود و مهلت نظردهی کمیسیون به پایان رسید، ذی‌نفعان چگونه می‌تواند به آن اعتراض کنند. آیا کمیسیون مستقیماً می‌تواند آن را اصلاح کند؟ اگر پاسخ «مثبت» است چرا کمیسیون امکان اصلاح مقررات تنظیم‌گران را تنها پس از تصویب هیئت وزیران یا مجلس شورای اسلامی دارد؟ (بند «ب» ماده ۲) و اگر پاسخ «منفی» است چرا کمیسیون می‌تواند مصوبات تنظیم‌گران را در زمان تصویب مغایر با مصوبات خود تشخیص دهد و ارجاع دهد؟ همانطور که مشاهده می‌شود عدم آگاهی از سلسه‌مراتب و تعجیل در اصلاحات نظام و ساختار حقوقی را از به‌هم‌ریخته است. در این طرح، کمیسیون نه تنها در مورد کلان‌ترین مسائل فضای مجازی نقش تقنی‌نی را بازی می‌کند (ماده ۲) بلکه به عنوان یک قوهٔ مجریه، با دردست داشتن بودجه‌های حمایتی، آن را هرزینه می‌کند. در کنار آن به عنوان مقنن دستورالعمل نحوهٔ هزینه کرد بودجهٔ حمایتی را تصویب می‌کند (تبصرهٔ ماده ۱۲) و در عین ناباوری در نقش قوهٔ قضائیه، مجازات را نیز بر ارائه‌دهندگان اعمال می‌کند. طراحان برای رهزنی ذهن خوانندگان از چنین تلفیقی، ملغمه‌ای از عبارات و الفاظ را در هم آمیخته‌اند. برای مثال در تبصرهٔ ۲ ماده ۱۸ برای آنکه اعمال مجازات توسط کمیسیون توجیه شود آورده شده: «کمیسیون عالی موظف است به منظور تحقق این امر با استفاده از ابزارهای این ماده نسبت به ترغیب ارائه‌دهندگان خدمات فضای مجازی به انجام تعهدات مذکور اقدام کند». و مشخص است که منظور از ابزارهای این ماده مجازات‌های مندرج در ماده ۱۸ است. یا آنکه برای شایبهٔ تلفیق قوای مقننه و مجریه در بودجه‌های حمایتی ایجاد نشود در تبصرهٔ ماده ۱۳ آورده است: «کمیسیون عالی ضمن

و پر واضح است که اگر این فضای رقابتی با نرم افزارهای خارجی در میان نبود پیشرفت فعلی نیز حاصل نمی شد و کاربران ایرانی به اندک خدمات با کمترین کیفیت ممکن اکتفا می کردند. طرح مذکور صرفاً در دو بند مربوط به حمایت های مالی از سوی کمیسیون به توسعه خدمات فضای مجازی در خارج از کشور اشاره کرده است. به موجب بند های «الف» و «ب» ماده ۱۲، ایجاد و توسعه خدمات شبکه ملی اطلاعات در مقیاس منطقه ای و بین المللی؛ ب - حمایت از برنامه های تبلیغاتی و بازاریابی خدمات شبکه ملی منتخب کمیسیون عالی در داخل و خارج از کشور» از مواردی است که کمیسیون می تواند منابع مالی در اختیار خود را هزینه کند. با این حال هر چند طرح مذکور، دغدغه را کشف کرده اما قاعده ایجاد خدمات فضای مجازی توسط کمیسیون یا کمک مالی به ارائه دهنده کان منتخب نمی تواند به توسعه جهانی پلتفرم ها کمک کند. بد نیست نویسنده کان طرح با استفاده از تجربه کشورهای موفق در این زمینه به جای حیف و میل منابع مالی دولتی فضای برای رقابت ارائه دهنده خدمات فضای مجازی با سایر پلتفرم های خارجی آمده کنند تا بازار رشد طبیعی خود را طی کنند.

۹- نقش رقابت سالم

بسیاری از احکام این طرح مقدمات رقابت سالم میان ارائه دهنده کان خدمات فضای مجازی داخلی را نیز از میان خواهد برد و این موضوع زنگ خطری برای افول اقتصاد دیجیتال کشور به شمار می آید. پیش از هر چیز باید اشاره کرد که حمایت های مالی موضوع ماده ۱۲ این طرح گزینشی هستند. نحوه هزینه کرد این مبالغ توسط کمیسیون تعیین می شود و مشخص نیست که کدام یک از کسب و کارهای فضای مجازی مشمول آن خواهد شد. کسب و کارها بیش از آنکه نیاز به حمایت های مالی تبعیض آمیز داشته باشند، نیازمند فضای رقابتی، با کمترین مداخله حاکمیت و اطمینان ساز هستند. با شروع این روند بازار کسب و کارهای داخلی را گروهی از پلتفرم ها خواهد گرفت که تنها وجه تمایز آنها با سایرین حمایت های مالی است که از سمت منابع سرشار کمیسیون ارتقا می کنند. نهادهای دولتی پیش از این، تجربه فوق را در زمینه حمایت های مالی خود از پلتفرم های دولتی داشته اند و آزموده را آزمودن خطاست.

طرح مذکور دخالت در رقابت سالم را به همینجا ختم نکرده و بر اساس بند «الف» ماده ۸ وزارت ارتباطات و فناوری ارتباطات می تواند شخصاً اقدام به ایجاد خدمات شبکه ملی اقدام کند. بر اساس این ماده «وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات موظف

این دیدگاه در طرح مذکور به عنوان سند راهبردی فضای مجازی ایران نه تنها مغفول مانده است؛ بلکه در جای جای طرح احکامی پیش بینی شده است که فضای مجازی و کسب و کارهای دیجیتال را از این بازار بزرگ منع می کند. اقتصاد دیجیتال ایران در حال حاضر قابلیت مطرح شدن حداقل در منطقه خاور میانه را داشته اما ایجاد محدودیت برای بستر های بین المللی و تعامل، به در محدودیت استفاده نرم افزارهای داخلی در خارج هم مؤثر خواهد بود و با تنگ تر کردن فضای ارتباطی با سایر مرکز فناوری، شناس ایجاد پلتفرم هایی با اهداف جذب کاربران جهانی و صادرات خدمات فنی و مهندسی به صفر میل خواهد کرد.

در کنار تمامی این پیش بینی ها باید خاطر نشان کرد که وقوع هر یک از این تحولات و کوتاه نظری ها کافی است تا اقتصاد دیجیتال ایران با مشکلات اساسی رو برو شود؛ عرصه برای فعالیت اقتصادی در فضای مجازی تنگ تر گردد؛ به مرور زمان محبوبیت نرم افزارهای ایرانی کاهش یافته و با وجود تنگ نظری های موجود و کاهش دسترسی به خدمات پایه کاربردی خارجی باید شاهد مهاجرت نیروهای متخصص و نخبگان فناوری اطلاعات از کشور باشیم. اتفاقاتی که به مرور زمینه را برای شکست کسب و کارهای فضای مجازی و ارائه دهنده کان خدمات داخلی فراهم می کند.

در طرح جدید امکان رقابت میان شبکه های داخلی با خارجی با اعمال مجازات های موضوع ماده ۱۸ طرح کم رنگ تر خواهد شد. شبکه ها و پلتفرم های خارجی می بایست چندین مجوز دریافت کنند و در غیر این صورت با برخورد کمیسیون رو برو می شوند. پلتفرم های خارجی می بایست بابت درآمدهای خود در ایران به حاکمیت مالیات پرداخت کنند! به موجب بند «ح» ماده ۸ «درآمد ارائه دهنده کان خدمات فضای مجازی خارجی که از محل فعالیت در ایران منفعت مالی کسب می کنند مشمول مالیات است. آین نامه اجرایی مربوطه طرف مدت ۶ ماه از تاریخ ابلاغ این قانون توسط وزارت امور اقتصادی و دارایی با همکاری مرکز ملی فضای مجازی و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات تدوین شده و به تصویب هیئت وزیران می رسد.» از سوی دیگر پرداخت حق السهم تولید کننده کان محتواي خارجی به آنها پرداخت نخواهد شد. (تبصره ماده ۴)

این در حالی است که کسب و کارها و نرم افزارهای داخلی در شرایطی به پیشرفت فعلی دست یافته اند که در رقابت با پلتفرم های خارجی با تکیه بر ابتکار، نیازهای بومی و توسعه فنی خود، کاربران ایرانی را جلب کرده و در ادامه نیز با تکیه بر رقابت خود با این پلتفرم ها سعی در توسعه و افزایش محبوبیت خود میان مردم دارند

واضح است که ارائه‌دهندگان خدمات فضای مجازی در عصری که رقبای خارجی آن‌ها در امنیت کامل اقتصادی قیمت‌گذاری می‌کنند، وجود چنین دستورات خشک و یک‌جانبه‌ای، رقم فعالیت را از کسب‌وکارهای فضای مجازی خواهد گرفت.

جمع‌بندی

به نظر می‌رسد ایرادات جدی وارد بر این طرح از منظر مغایرت‌های متعدد با قانون اساسی بهویژه اصول ۵۷، ۶۰ و ۱۳۷ در نسخه جدید ۹ بهمن‌ماه همچنان رفع نشده است و عدم رعایت این اصول منجر به برهم ریختن ساختار حقوق اساسی جمهوری اسلامی ایران با ارائه مدلی خارج از ساختار استقلال قوای سه‌گانه و کاهش اختیارات قوه مجریه در حیطه صلاحیت‌های خود و همچنین اختیارات مجلس شورای اسلامی در شأن قانون‌گذاری و نظارتی خود می‌شود.

همچنین اگر بپذیریم که مهم‌ترین هدف این طرح ساماندهی ولنگاری و بی‌قانونی در فضای مجازی است باید گفت مسیر و نحوه تحقق این هدف مشخص نیست و طرح نه تنها چارچوب سیاستی روشنی که مسیر از مسئله تا هدف را روشن کند برای حل مسائل و چالش‌های فضای مجازی کشور عرضه نمی‌کند بلکه راهکار حل مشکلات را به تأسیس یک تنظیم‌گر عالی با اختیارات فراوان و بی‌سابقه و حداقلی تقلیل داده و با گسترش دامنه شمول طرح از خدمات پایه و کاربردی به خدمات فضای مجازی طیف وسیعی از کسب‌وکارهای دیجیتالی داخلی را دستخوش نگرانی و تأثیر خواهد کرد. این امر در نهایت منجر به سخت‌تر شدن شرایط رقابتی کسب‌وکارهای داخلی مخصوصاً با نمونه‌های مشابه خارجی شده و با افزایش فشار به آنها زمینه تضعیف و بلکه مهاجرت طیف وسیعی از نخبگان و متخصصین اقتصاد و کسب‌وکارهای دیجیتالی به خارج از کشور گردد.

منبع: ایسنا

است نسبت به ایجاد خدمات شبکه ملی موردنیاز کشور، با اولویت استفاده از ظرفیت بخش خصوصی داخلی از طریق منابع در نظر گرفته شده در فصل ۵ اقدام نماید. مصادیق خدمات شبکه ملی موضوع این ماده توسط کمیسیون عالی تعیین می‌شود». همین‌طور بر اساس بند الف ماده ۱۲ این طرح، کمیسیون منابع مالی را می‌توان صرف ایجاد و تأسیس یک خدمت فضای مجازی کند. پر واضح است که ورود مستقیم دولت به عرصه‌های اقتصادی که در قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ نیز ممنوع اعلام شده چه آثار مخربی برای پیشرفت اصولی بازار اقتصاد دیجیتال به همراه دارد. ممکن است در جواب بیان شود که بر اساس ماده ۸ دولت در زمینه‌هایی سرمایه‌گذاری می‌کند که نیاز وجود دارد و بخش خصوصی وارد موضوع نشده است. پاسخ به این شبهه کاملاً آشکار است. ورود دولت به بازار باعث می‌شود که در ادامه امکان ورود بخش خصوصی به بازار هدف گرفته شده و خدمت فضای مجازی با بودجه‌های سرشار امکان ورود دیگران را نخواهد داد.

یکی از اختیارات نهادهای تنظیم‌گر در طرح مذکور، «تصویب و ابلاغ تعریف‌ها و نرخ خدمات در راستای شکل‌گیری رقابت سالم و تداوم ارائه خدمات و رشد کیفی آن‌ها» است. مصادیقی که نیاز به قیمت‌گذاری در فضای مجازی دارند بسیار محدود و محدود هستند (مانند خدمات ارتباطی که در قانون وظایف و اختیارات وزارت ارتباطات آمده است) و متأسفانه این مصادیق در این طرح احصا و مشخص نشده‌اند و اختیار قیمت‌گذاری به طور کلی و مبهم به تنظیم‌گران داده شده است.

در دنیای اقتصاد، قیمت‌گذاری مستقیم خدمات توسط دولت یکی از ناکارترین شیوه‌های تنظیم بازار محسوب می‌شود. قیمت‌گذاری دولت، نظم بازار و عرضه و تقاضا را به هم می‌ریزد و خود می‌تواند مقدمات رقابت ناسالم را فراهم کند. حتی شورای رقابت نیز بر اساس قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ تنها در موارد انحصار در بازار امکان دخالت در قیمت‌گذاری را دارد.



از DAO‌ها تا NFT‌ها؛

جمع آوری کمک مالی اوکراین در جنگ با روسیه

■ محمدامین علی‌یاری



رقبای جدی اتریوم محسوب می‌شود، گفته است «در اوکراین پس انداز کردن دلار به صورت فیزیکی امری کاملاً طبیعی است. مردم این کشور به پول ملی و خصوصاً بانک‌ها اعتماد ندارند». پولوسوختین که خانواده‌اش در خارکیف، یکی از اصلی‌ترین محل‌های درگیری مستقر هستند، می‌گوید به همین خاطر است که ارزهای دیجیتال در اوکراین مورد استقبال قرار گرفته‌اند.

اوکراین عمدتاً با استعدادهایی که منابع انسانی این کشور در حوزه فناوری دارند، شناخته می‌شود. بیش از ۲۰۰۰۰۰۰ نفر در اوکراین حرفه‌ای مرتبط با حوزه فناوری دارند و ارزش تجارت بخش فناوری اطلاعات این کشور هم برای سال گذشته ۶۸ میلیارد دلار ارزیابی شده بود. مقامات اوکراین در سال ۲۰۲۱ بیت‌کوین و ارزهای دیجیتال را به طور رسمی قانونی اعلام کردند. طرح این کشور شامل تنظیم مقررات مرتبط با ارزهای دیجیتال و محافظت از شهرهوندان اوکراینی در برابر کلاهبرداری‌های این حوزه است. پیش‌ازیان وضعیت قانونی ارزهای دیجیتال در اوکراین در هاله‌ای از ابهام بود و با اینکه مردم می‌توانستند در این بخش فعالیت کنند، تراکنش‌های صرافی‌ها و مؤسسات اوکراینی وضعیت قانونی مشخصی نداشت.

در شاخص «پذیرش جهانی ارزهای دیجیتال» که چین آلیسیس (Chainalysis) آن را ارائه کرده، اوکراین پایین‌تر از ویتنام، هند و پاکستان، رده چهارم را به خود اختصاص داده است و سالانه چیزی حدود ۸ میلیارد دلار ارز دیجیتال از این کشور روبدول می‌شود. الکساندر بورنیاکوف (Alexander Bornyakov)، معاون وزارت تحول دیجیتال این کشور، گفته است: هدف بزرگ ما این است که به یکی از برترین کشورها برای شرکت‌های فعال در حوزه ارز دیجیتال تبدیل شویم.

هم‌بنیان‌گذار نیر پروتکل سال گذشته در اوکراین بود و می‌گوید

آخرین گزارش‌ها نشان می‌دهند که در جریان درگیری بین روسیه و اوکراین، مبالغ قابل توجهی ارز دیجیتال به سازمان‌های دولتی و غیردولتی اوکراینی کمک شده است. بخشی از این کمک‌ها در قالب بیت‌کوین، اتریوم و تتر هستند و البته قسمتی از آنها هم با سازمان‌های خودگردان غیرمت مرکز (DAO) و توکن‌های غیرمتشابه (NFT) در ارتباط است.

به گزارش «TheVerge»، آخرین آمارها نشان می‌دهد که سازمان‌های دولتی و غیردولتی حامی نیروهای نظامی اوکراین از زمان شروع جنگ با روسیه در ۲۴ فوریه (۵ اسفند) بیش از ۱۲ میلیون دلار کمک مالی در قالب ارز دیجیتال دریافت کرده‌اند. در این مدت سازمان‌های خودگردان غیرمت مرکز متعددی برای حمایت از اوکراین تشکیل شده است. تعدادی توکن غیرمتشابه برای کمک‌رسانی به این کشور به فروش رسیده است و علاوه بر این، شب گذشته، صفحه رسمی اوکراین در توییتر اعلام کرد که برای جمع آوری کمک‌های مالی بیت‌کوین، اتریوم و تتر می‌پذیرد.

کمک‌های مالی این چنینی معمولاً با استفاده از روش‌های قدیمی‌تر، نظیر تراکنش‌های بانکی انجام می‌شوند. در اوکراین اما ارزهای دیجیتال به عنوان راهی سریع و آسان برای مدیریت کمک‌های مالی ظاهر شده‌اند. در بحبوحه جنگ میان روسیه و اوکراین، فقط عرضه ارزهای دیجیتال اتفاق نمی‌افتد و آن‌طور که پیداست مردم این کشور هم تقاضای زیادی برای تبدیل کردن دارایی‌های خود به ارزهای دیجیتال دارند؛ به گونه‌ای که در روز آغاز درگیری، قیمت تتر در یکی از صرافی‌های این کشور در مقطعی به اوج ۱.۱۴۵ دلاری رسید که در نوع خود بی‌سابقه است.

فضای ارزهای دیجیتال در اوکراین چگونه است؟

ایلیا پولوسوختین (Illia Polosukhin)، هم‌بنیان‌گذار اوکراینی پروژه ارز دیجیتال نیر پروتکل (NEAR Protocol) که یکی از

قدرت و ب ۳۰ و جامعه ارز دیجیتال برای جمع‌آوری کمک‌های مالی استفاده کنند». گفتنی است ویتالیک بوترین هم اوکراین دائم را به عنوان یکی از راههای کمک به مردم این کشور، در توییتر خود معرفی کرده است. ریلاف (RELI3F) نیز یکی از پروژه‌هایی است که یک هنرمند فعال در حوزه NFT‌ها آن را راهاندازی کرده است تا این طریق از مردم اوکراین حمایت کند. علاوه بر این، صرافی ارز دیجیتال «FTX» هم گفته است به تمام کاربران اوکراینی خود ۲۵ دلار کمک مالی اهدا می‌کند.

یو موچنیک (Yev Muchnik)، وکیلی اوکراینی که از سال ۱۹۸۸ در آمریکا ساکن است، با همکاری پای فای (PieFi) روی یک سازمان خودگردان غیرمتمرکز دیگر به نام اوکراین یونایتد دائم (Ukraine United DAO) کار می‌کند.

او می‌گوید: همه به نوعی با یکدیگر متحد می‌شوند تا راهی برای کمک‌کردن پیدا کنند. این اتفاق شما را مجدداً به توانایی‌هایی مردم، جامعه و فناوری امیدوار می‌کند.

از جمله اهداف این دائم ایجاد شبکه‌ای بهم پیوسته و همتا به همتا برای حفظ اتصال کاربران به اینترنت است؛ به گونه‌ای که حتی اگر ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی متمرکز هم از کار بیفتند، کاربران باز هم به اینترنت دسترسی خواهند داشت.

موچنیک گفته است «این حلقه مفقوده می‌خواهد بهمراه مردم به چه چیزهایی نیاز دارند». او معتقد است بلاک‌چین امکانی فراهم می‌کند تا مطمئن شویم که کمک‌های مالی به اوکراین همان جایی می‌روند که قرار است بروند. موچنیک این موضوع را درک کرده است که مردم اکنون در برداشت وجهه از حساب‌های بانکی خود با مشکل مواجه هستند و به دنبال راههایی جایگزین برای انتقال پول می‌گردند.

هم‌بنیان‌گذار نیز پروتکل اکنون تمام تمرکز خود را روی حمایت از افراد نیازمند گذاشته است؛ چه از طریق ارز دیجیتال و چه با استفاده از روش‌های دیگر. او گفته است ارسال ارز دیجیتال به حساب یک شخص کار آسانی است؛ اما اگر برق و اینترنت قطع شود، مردم لزوماً به آسانی به ارزهای دیجیتال خود دسترسی نخواهند داشت. برخی از گزارش‌ها حاکی از آن است که در منطقه خارکیف تنها اپراتورهای تلفن همراه کار می‌کنند و به گفته پولوسوختین، مشخص نیست دسترسی به آنها چه زمانی قطع می‌شود؛ اما برای کسانی که با این مشکل روبرو می‌شوند، استفاده از پول نقد بهترین گزینه خواهد بود.

منبع: ارز دیجیتال

از فراغیری ارزهای دیجیتال میان شهروندان این کشور، حتی آنها بیشتر به این دلیل که مردم این کشور به پس اندازکردن دلار به عنوان ابزاری برای حفظ ارزش سرمایه خود عادت دارند. پولوسوختین می‌گوید یکی دیگر از دلایل محبوبیت ارزهای دیجیتال در این کشور، محدود بودن گزینه‌های سرمایه‌گذاری در اوکراین است. در واقع به غیراز املاک و مستغلات، «تنهای گزینه سرمایه‌گذاری در دسترس مردم، ارز دیجیتال است».

این مسئله تا حدودی حمایت اعضای جامعه ارز دیجیتال از مردم اوکراین را در جریان جنگ با روسیه توجیه می‌کند. اکنون برخی از مقامات غربی نگران این هستند که شرکت‌های روسی در ادامه برای دورزدن تحریم‌ها از ارزهای دیجیتال استفاده کنند و این در حالی است که خود مقامات روسیه هم گام‌هایی در جهت منع یا محدود کردن ارزهای دیجیتال در این کشور برداشته‌اند. برخی از مقامات این کشور معتقدند این کار به نفع روبل دیجیتال، ارز دیجیتال ملی روسیه، خواهد بود.

اکنون در حالی که بانک مرکزی اوکراین با تشدييد درگيری‌ها، جابه‌جایی الکترونیکی پول را به حالت تعليق درآورده و برداشت نقدي از دستگاه‌های خودپرداز را هم محدود کرده است، ارزهای دیجیتال در کنار دلار، طلا و نقره به ابزاری برای انتقال وجهه تبدیل شده‌اند.

DAOها و NFT‌ها؛ کمک‌هایی که کمتر به آنها توجه شد

بخشی از جامعه ارز دیجیتال جهان، با شروع درگیری‌ها مخالفت با جنگ و حمایت خود را از اوکراین اعلام کردند. ویتالیک بوترین، خالق ارز دیجیتال اتریوم، چند روز پیش در توییتی نوشت که جنگ «جنایتی» علیه مردم هر دو کشور است و پیام خود را با جمله «افتخار برای اوکراین» به پایان رساند. او کمی بعد یکی از توییت‌های پروتکل بلاک‌چینی آنچین فاند (Unchain Fund) را بازنشر کرد. این پروژه باهدف جمع‌آوری کمک‌های بشردوستانه برای اوکراین راهاندازی شده است. وجودی که به آنچین فاند واریز می‌شوند به صورت چند امضایی و با تأیید ۹ نفر قابل برداشت هستند و یکی از آنها پولوسوختین، هم‌بنیان‌گذار نیرپروتکل است. به غیراز پولوسوختین، یک گروه موسیقی روسی مخالف دولت پوتین هم با همکاری تریپی لبز (Trippy Labs) و پلیشر دائم (PleasrDAO)، یک سازمان خودگردان غیرمتمرکز به نام اوکراین دائم (UkraineDAO) راهاندازی کرده است تا به گفته خودشان «از

کاربرد رمزارزها در تجارت

■ فرزین فردیس؛ رئیس کمیسیون اقتصاد نوآوری و تحول دیجیتال اتاق تهران



رئیس سازمان توسعه تجارت در هفته‌های گذشته، از ورود رمزارزها به حوزه تجارت خارجی خبر داد و هدف از به کارگیری این ابزار را «مدیریت تجارت بین‌المللی» و «دور زدن تحریم‌ها» عنوان کرد. علیرضا پیمان‌پاک همچنین اعلام کرد که سامانه‌های مبتنی بر بلاکچین مورد تأیید وزارت صمت و بانک مرکزی قرار گرفته و سازوکارهای استفاده از این ابزار بهزودی ابلاغ می‌شود. اما به رغم آنکه حدود دو ماه از اعلام این خبر می‌گذرد، این سازوکارها هنوز تبیین نشده و مشخص نیست که سازمان توسعه تجارت در پیشبرد این هدف خود با چه موانعی مواجه شده است. البته شاید مهم‌تر از آنکه استفاده از رمزارزها چه زمانی برای واردات کالا اجرایی خواهد شد، این است که فعالان اقتصادی چه نگرشی به بهره‌گیری از این ابزار دارند.

تا زمانی که سازوکار و چرخه استفاده از رمزارزها تکمیل نشود، نمی‌توان انتظار داشت که رشد قابل ملاحظه‌ای در استفاده از آنها در حوزه واردات و صادرات و به طور کل تجارت خارجی رقم بخورد. اگرچه، ممکن است استفاده از این ابزار برای پرداخت‌های خرد و مراودات در مقیاس کوچک انجام شود.

دلیل عدم گرایش فعالان اقتصادی برای استفاده از این ابزار را ترس و محافظه‌کاری به حق فعالان اقتصادی است و هنوز دستورالعمل مشخصی تدوین نشده و در عین حال مشخص نیست که اگر فعالان اقتصادی، بخشی از تجارت بین‌الملل خود را با ابزار رمزارز انجام دهند، سازمان امور مالیاتی، بانک مرکزی و سایر سازمان‌ها و نهادهای مشابه، چه برخوردي با این تراکنش مالی خواهند داشت. به بیان بهتر، آیا حسابرسان بخشنامه یا استانداردی در اختیار دارند که زمان رسیدگی به حساب‌ها به آن استناد کرده و استفاده از رمزارزها را مورد تأیید قرار دهند.

مسئله این است که در حال حاضر، دستورالعمل‌های حسابرسی، این مجوز را به حسابرسان نمی‌دهد و اساساً پذیرفته نیست که رمزارزها در صورت‌های مالی شرکت به رسمیت شناخته شود.

به طور کلی اما سازمان توسعه تجارت، گام‌های نخستین را برای ورود رمزارزها به حوزه تجارت به خوبی برداشته و سعی کرده در این زمینه صفحه‌سکنی کند. اما واقعیت این است که این، هنوز اولین قدم است و تا زمانی که کل چرخه و اکوسیستمی که باید این ابزار را به رسمیت بشناسد، پای کار نیاید، تصور نمی‌کنم درصد زیادی از فعالان اقتصادی به این ابزار روی بیاورند و از آن استفاده کنند.

احتمالاً سازمان توسعه تجارت، جلسات مختلفی را با نهادها و سازمان‌های ذی‌مدخل در این امر برگزار کرده و شاید بهزودی خبرهایی مبنی بر توافق سایر نهادها برای بهره‌گیری از ابزار رمزارزها شنیده شود؛ اما بازهم به نظر می‌رسد که این اخبار را نیز باید صرفاً به عنوان یک نوید تلقی کرد و احتمالاً این به منزله رفع تمام موانع استفاده از ارزهای دیجیتال در حوزه تجارت نخواهد بود.

هر سازمانی که در پروسه تجارت خارجی نقش داشته و با تراکنش‌های مالی بنگاه‌ها سروکار دارد، باید به شکلی همراهی خود را با این ابزار و روش جدید نشان دهد، گمرک، بانک مرکزی، سازمان امور مالیاتی و سازمان حسابرسی از جمله نهادهایی هستند که باید نوع برخورد خود را با استفاده‌کنندگان از رمزارزها در مراودات تجاری مشخص کرده و آینه‌نامه یا دستورالعمل‌های لازم و همچنین محدودیت و معدوریت‌های خود را به طور مشخص اعلام کنند.

به کارگیری از ابزار رمزارزها در تجارت خارجی، اقدام خوبی است اما تا زمانی که فرایند استفاده از آن تکمیل نشود، نمی‌توان امیدوار بود که حتی مسئله نقل و انتقالات مالی حل شده و راه جدیدی برای تبادلات مالی کشور باز می‌شود.

طرح صیانت، ترمز کسبوکارهای اینترنتی

کاربران به آنها قطع خواهد شد و عملاً دیگر با هیچ فیلترشکن یا VPN ای نمی‌توان از این پلتفرم‌ها استفاده کرد. استدلال طراحان صیانت آن است که این کسبوکارها به پلتفرم‌های بومی مشابه منتقل خواهند شد و خللی در کسبوکار افراد ایجاد نمی‌شود.

گذشته‌ماز آنکه هیچ پلتفرم بومی مشابهی که کیفیت سرویس‌دهی و نفوذی در حد اینستاگرام داشته باشد وجود ندارد، آنچه مدافعان صیانت از آن غفلت می‌کنند آن است که صرف فراهم کردن یک پلتفرم جایگزین، نمی‌تواند مشکل این کسبوکارها را حل کند و عملاً زمان و هزینه‌ای که این کسبوکارها طی چندین سال برای جذب مخاطب، برنده‌سازی و تولید و انتشار محتوا در پلتفرم اینستاگرام صرف کرده‌اند، می‌تواند یک‌شببه به باد برود و این قابل جبران نیست.

با این حال آسیب تعطیلی کسبوکارهای اینستاگرامی محدود به این موارد نیست. پشون پورپیشک، مدیر عامل استارت آپ «پادرو» می‌گوید: تصویب و اجرای طرح صیانت، علاوه بر اینکه می‌تواند محدودیتی جدی در دسترسی عمومی کاربران به سرویس‌های اینترنتی ایجاد کند، با مختل کردن فعالیت کسبوکارهای موجود در پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام، می‌تواند ضربه‌ای جدی به دیگر کسبوکارهایی که در اکوسیستم استارت آپی کشور فعال هستند نیز وارد و آنها را با مشکلات جدی مواجه کند.

استارت آپ پادرو که در زمینه سرویس‌دهی برای ارسال سفارش‌های آنلاین فعالیت می‌کند، به تازگی به تشریح آسیب‌های اجرای طرح صیانت بر کسبوکار خود پرداخته و با درج توابیتی علل مخالفت خود با این طرح را شرح داده است. این استارت آپ با اشاره به اینکه فعالیت کسبوکارهای خرد، مانند صفحات فروش کالا که روی پلتفرم اینستاگرام فعال‌اند تأثیر مستقیمی بر کسبوکارهایی مانند پادرو دارد، نوشت: روزانه حدود ۷۰۰ هزار سفارشی که توسط فروشنده‌گان خرد فعال در پلتفرم اینستاگرام به ثبت می‌رسد، توسط استارت آپ‌هایی مانند ما تحویل مشتریان می‌شوند و از این طریق برای افراد زیادی شغل ایجاد شده است.

استارت آپ‌هایی مانند پادرو که اینترنت برایشان مثل اکسیژن حیاتی

با جدی شدن موضوع تصویب طرح صیانت، موجی از نامیدی، فضای کسبوکارهای آنلاین خصوصاً آنهایی که روی پلتفرم اینستاگرام فعالیت می‌کنند را دربر گرفته و وعده‌های نمایندگان نیز نتوانسته تسکینی برای نگرانی فعالان این حوزه باشد. مدیران کسبوکارهای آنلاین معتقدند تا زمانی که ایرادات این طرح برطرف نشود و نسبت به اقتاع افکار عمومی و نظرات کارشناسی فعالان حوزه بی‌توجهی شود، این طرح محکوم به شکست است.

با وجود آنکه با تأیید نظر معاونت حقوقی مجلس از سوی هیئت‌رئیسه، رأی گیری انجام شده درباره تصویب کلیات طرح صیانت موقتاً باطل شد و بررسی بیشتر به بعد از پایان بررسی بودجه موکول شد، اما انتقادهای فعالان صنعت دیجیتال همچنان ادامه دارد، زیرا این طرح دیریازود مجدداً به جریان خواهد افتاد و در صورت اصلاح نشدن ایرادات جدی موجود در آن، احتمال مواجهه کشور با موج بیکاری و مهاجرت نیروهای متخصص وجود دارد و ضربه جبران‌ناپذیری به اقتصاد نوپای دیجیتال کشور وارد خواهد شد.

یکاری میلیون هافنر با تعطیلی اینستاگرام

آمار رسمی و دقیقی از تعداد کسبوکارهای فعال روی پلتفرم اینستاگرام وجود ندارد، اما بررسی‌های برخی مؤسسات پژوهشی نشان می‌دهد که حدود ۹ میلیون نفر در حال کسبوکار در این شبکه اجتماعی هستند.

طبق داده‌های منتشر شده از سوی «مرکز پژوهشی بتا» که با تحلیل داده‌های موجود در شبکه‌های اجتماعی مختلف، گزارش‌های اماراتی منتشر می‌کند، در حال حاضر حدود یک میلیون و ۷۰۰ هزار کسبوکار مختلف که عملتاً کسبوکارهای بومی و خانگی هستند، روی این پلتفرم فعالیت می‌کنند و با احتساب اینکه هر یک از این صفحات باعث اشتغال‌زایی چندین نفر شده‌اند، مسدود شدن دسترسی به این پلتفرم می‌تواند موجب ازبین‌رفتن حدود ۹ میلیون شغل شود.

با وجود آنکه مدافعان صیانت با رها در مصاحبه‌های خود تاکید کرده‌اند که فیلترینگ و مسدودسازی هیچ پلتفرم خارجی در دستور کار نیست، اما با محدود شدن پهنه‌ای باند این پلتفرم‌ها، دسترسی

کسب و کار خود یاد می کردن.

حالا به نظر می رسد با جدی شدن تصویب این طرح و نامیدی کارآفرینان و متخصصان از بهبود شرایط، این موج مهاجرتی در حال تشدید است، به طوری که آمارهای نشان می دهند که حالا دیگر از هر سه نیروی متخصص، یک نفر به صورت جدی در فکر مهاجرت است.

میلاد منشی پور، مدیر عامل تپسی در انتقاد از طرح صیانت توییتی منتشر کرد و نوشت: «تصویب طرح صیانت، شلیک مستقیم به اقتصاد دیجیتال و امید جوانانی است که «هنوز» مهاجرت نکرده اند.»

مدیران دیگر استارت آپ‌ها نیز با درج توییت‌های مشابهی، از اوج گیری موج جدید مهاجرتی پس از تصویب طرح صیانت ابراز نگرانی کردند و این طرح را یکی از جدی‌ترین عوامل نامیدی نیروهای متخصص کشور خواندند.

اشکان آرمدهی، مدیر عامل پلتفرم «دیوار» نیز با ابراز نگرانی از افزایش موج مهاجرت نیروهای متخصص در آینده نزدیک نوشت: «تصویب طرح صیانت یعنی بحرانی تر شدن چالش مهاجرت گسترده نیروی انسانی و گسترش نامیدی در کشور.»

حمدی محمدی، مدیر عامل دیجی کالانیز پس از انتشار خبر تصویب کلیات این طرح در کمیسیون مشترک، ضمن انتقاد از پاسخاری برخی نمایندگان مجلس بر تصویب هرچه سریع تر این طرح نوشت: «امروز در جایی که باید «خانه ملت» باشد، طرحی تصویب کردن برای نامید کردن این استعدادها و تشویق آنها به مهاجرت!»

علی امیری، هم‌بنیان‌گذار زین پال نیز ضمن بازنثیر توییت مهدی فاطمیان، مدیر عامل «زیبیال» و یکی دیگر از فعالان اکوسیستم استارت آپی کشور نوشت: «مهاجرت نکردیم و دائمًا تا امروز تلاش کردیم ایران را به جای بهتری تبدیل کنیم و با ایجاد ارزش و بهبود فضای کار، نخبگان را در همین کشور حفظ کنیم؛ اما گروهی تمام اقدامات ما را در کمتر از ۲۰ دقیقه پایمال کردند. این «خیانت» بود که امروز به اسم «صیانت» مصوب کردید!»

الفتنسب در گفت و گوی خود ضمن تأیید انتقادات فعالان استارت آپی از این طرح تاکید کرد: «خیلی از صاحبان کسب و کارهای مجازی از کشور رفته‌اند و برای کسانی که مانده‌اند هم امکان مهاجرت وجود دارد اما خودشان خواستند در ایران فعالیت کنند.

هیچ کدام از آنها هم به دنبال آسیب به کشور یا خانواده خود نیستند. مشخص نیست این چه نگاهی است که می گویند هر که مخالف این طرح بوده، ضدانقلاب است. ما هم مخالف طرح هستیم، چراکه حالا دیگر فقط نگرانی از شبکه‌های اجتماعی نیست بلکه برای مثال در مورد سایر سرویس‌های خارجی مانند گوگل و سیستم‌های عامل هم نگرانی وجود دارد.»

است و کسب و کارشان به فعالیت شبکه‌های اجتماعی مختلف از جمله اینستاگرام گره خورده است، با اجرای این طرح آسیب صدچندان و جبران ناپذیری می‌یابند. در ادامه این توییت تاکید شده است: حدود ۱۵ هزار کسب و کار اینستاگرامی، از طریق پادرو سفارش‌هارا به دست مشتریان می‌رسانند و اگر آنها فعالیت نکنند، پادرو نیز تعطیل خواهد شد.

پورپژشک در تشریح دیگر آسیب‌های این طرح برای کسب و کارهای دیجیتال کشور می‌گوید: «این آسیب هم می‌تواند از حوزه دسترسی به کاربران برای ارائه خدمات و محصولات اتفاق بیفتد و هم کسب و کارها را در استفاده از ابزارهای ضروری مدیریت کسب و کار (مانند سرویس‌های مختلف گوگل) با مشکل مواجه کند.» پورپژشک با اشاره به اینکه اکوسیستم استارت آپی کشور سال‌هاست که از تحریم‌های بین‌المللی آسیب دیده، می‌گوید: تصویب این طرح می‌تواند اکوسیستم را با یک مشکل جدید یعنی «تحریم داخلی» مواجه کند.

وی می‌افزاید: «این واقعیت که با وجود تحریم‌های آمریکا، همچنان کسب و کارها مجبور به پیدا کردن راههای مختلف برای استفاده از سرویس‌های خارجی هستند، نشان می‌دهد که اعمال محدودیت از هر نوع نمی‌تواند منجر به توسعه زیرساخت داخلی شود. در نتیجه در صورت اعمال محدودیت‌هایی که به واسطه طرح صیانت می‌تواند اتفاق بیفتد، کسب و کارها به نوعی با تحریم‌های داخلی مواجه و با

بحران‌هایی به مراتب بیشتر از تحریم‌ها مواجه می‌شوند.»

رضالافت نسب، عضو هیئت مدیره اتحادیه کسب و کارهای ایترنیتی نیز اظهار کرد: بعد از کرونا، تعداد زیادی از خانواده‌ها، کسب و کاری روی اینستاگرام تشکیل داده‌اند و از این راه امراض معاش می‌کنند.

وی با اشاره به اینکه بستن پلتفرم‌های خارجی منجر به کوچ اجباری کاربران به پلتفرم‌های بومی مشابه نخواهد شد، تاکید کرد: اگر شرایط لازم فراهم شود امکان رقابت پلتفرم‌های داخلی با خارجی‌ها وجود دارد، اما انتظار اینکه مردم با بسته‌شدن فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی خارجی به پلتفرم‌های داخلی کوچ کنند محقق نخواهد شد.

موج جدید مهاجرت نیروهای متخصص

سال‌هاست که با افزایش دشواری‌های اقتصادی و امتیازات ویژه‌ای که بسیاری از کشورها برای نیروهای متخصص در نظر می‌گیرند، تعداد زیادی از نخبگان و متخصصان تصمیم به مهاجرت گرفته‌اند. تا پیش از مطرح شدن موضوع طرح صیانت نیز مدیران کسب و کارهای دیجیتال با رهایی بر بحران موجود در تأمین نیروی انسانی متخصص تاکید کرده بودند و از این موضوع به عنوان یکی از چالش‌های جدی

صیانت؛ ترمه اقتصاد دیجیتال

رشد و توسعه اقتصاد دیجیتال هستند را نامید و تشویق به مهاجرت می‌کنند.» رضوی تصریح کرد: «این کوتاهی‌بینی بر ضد منافع ملی است و از ضعف تصمیم‌گیران سرچشم می‌گیرد.»

با وجود آنکه طراحان صیانت، بارها در مصاحبه‌های خود این انتقادات را نفی کرده و معتقدند چنین مشکلاتی ایجاد نخواهد شد، اما با مطالعه طرح می‌توان آنچه را قرار است بر سر صنعت دیجیتال کشور آوار شود، تصور کرد. در شرایط فعلی شاخص‌های جهانی از نامساعد بودن شرایط راه‌اندازی کسب‌وکار در ایران حکایت دارد و با رویکرد اتخاذ شده در این طرح، این شاخص‌ها به مراتب بدتر خواهند شد. زیرا به جای آنکه مانع زدایی از کسب‌وکارها در دستور کار باشد، موانع مجازی جدید و سختگیرانه‌تری پیش‌بینی شده که باعث می‌شود شرایط به مراتب از وضع فعلی بدتر شود.

آنچه بیش از همه نگرانی فعالان کسب‌وکارهای اینترنتی و کاربران را برانگیخته، بی‌توجهی مدافعان صیانت به نظرات کارشناسانه است. به طوری که در تصویب کلیات طرح در جلسه اخیر، حتی نسبت به نظرات مرکز پژوهش‌های مجلس و ایراداتی که از طرح گرفته بود بی‌توجهی شد و آنچه خواست هیئت‌رئیسه کمیسیون مشترک بود در دستور کار جلسه قرار گرفت.

با وجود آنکه طراحان معتقدند نظرات کارشناسان حوزه و فعالان بخش خصوصی طی چندین جلسه گرفته و در طرح اعمال شده، اما خود کارشناسان نظر دیگری دارند. حتی نماینده بخش خصوصی که در آخرین جلسه این کمیسیون حضور داشت، اظهار کرد که به وی اجازه صحبت داده نشده است.

کارشناسان معتقدند این طرح ابدًا نتوانسته افکار عمومی و متخصصان را اقناع کند و تازمانی که این امر محقق نشود، محاکوم به شکست است. آنها با تأکید بر اینکه هیچ گروهی مخالف ساماندهی فضای مجازی کشور نیست، تأکید دارند که طرح صیانت فعلی، توان فنی لازم برای این مهم را ندارد و تنها باعث نگرانی افکار عمومی و آسیب اقتصاد دیجیتال کشور خواهد شد.

با وجود آنکه تصمیم درباره این طرح موقتاً به تعویق افتاده، اما این به معنی لغو کامل طرح نیست و مجددًا دیریازود، جلسات بررسی طرح چه در کمیسیون و چه در صحن مجلس برگزار خواهد شد. با این حال جلال رسیدی کوچی، تنها رأی مخالف جلسه اخیر تصویب کلیات صیانت اظهار کرده که در تلاش است با جمع‌آوری امضا، بررسی طرح را به صحن مجلس بازگرداند تا بررسی طرح به دوراز تندروی و اعمال نظر یک گروه خاص ادامه پیدا کند.

منبع: دنیای اقتصاد

واکنش‌های مشابه از سوی فعالان اکوسیستم استارت‌آپی و کسب‌وکارهای آنلاین کم نبودند و هر یکی به بیان یکی از ابعاد خسارت بار این طرح اشاره داشتند. پرداختن به آسیب‌های تصویب این طرح برای اقتصاد دیجیتال کشور، از دیگر موضوعاتی بود که مورد تأکید این مدیران قرار گرفت.

در حالی که دولت جدید از زمان روی کار آمدن، بارها بر افزایش سهم اقتصاد دیجیتال از کل اقتصاد و رساندن آن به ۱۰ درصد تأکید کرده و حتی کمیته‌ای برای تسهیل تحقق این هدف ایجاد شده است، اما مدافعان صیانت با پافشاری بر تصویب این طرح، کاملاً در حال پیشروی در مسیر مخالف این خواسته‌اند.

در همین راستا، پورپوشک با انتقاد از تعجیل مدافعان طرح صیانت در تصویب طرح می‌گوید: «در حالی که در همه کشورهای منطقه و دنیا با حمایت مؤثر از رشد اقتصاد دیجیتال خود برای ترمیم آسیب‌های اقتصادی ناشی از کرونا بهترین استفاده را می‌برند، ما به دست خودمان اقتصاد دیجیتال را نه تنها تقویت نکرده، بلکه بحرانی جدی برای آن ایجاد می‌کنیم.»

بسیاری از دیگر فعالان کسب‌وکارهای دیجیتال نیز ضمن تأکید بر آسیب‌های این طرح بر صنعت فناوری‌های دیجیتال، نسبت به عواقب تصویب آن هشدار دادند.

محمد خلچ، مدیر عامل «اسنپ» با انتشار توبیتی نوشت: «پایداری و رشد بسیاری از کسب‌وکارها وابسته به استفاده و دسترسی آزاد به شبکه اینترنت است. متأسفانه با وجود مخالفت‌های بسیار با طرح صیانت، بالاخره این طرح تصویب شد؛ طرحی که نخستین زمزمه‌هایی موج جدیدی از مهاجرت نخبه‌های کشور را رقم زد و کسب‌وکارهای زیادی را نگران و مردم کشور را دچار التهاب کرد.» وی در ادامه افroot: «آسیب‌های ناشی از این طرح علاوه بر تضییع حقوق افراد، صنعت دیجیتال را به پیشرفت ایران را با موانع و چالش‌های بزرگی رویه رومی کند.»

مجید رضوی، مدیر عامل گروه هزاردهستان که «کافه‌بازار»، «دیوار» و «مسیریاب بلد» از جمله شاخص ترین زیرمجموعه‌های آن به شمار می‌روند نیز به جمع معتقدان این طرح پیوسته و با درج توبیتی، از وجود ضعف‌های جدی در این طرح گلایه کرد.

وی در انتقاد از طرح موسوم به صیانت که گفته می‌شود باهدف ساماندهی فضای مجازی و حمایت از کاربران تدوین شده است، نوشت: «تصویب طرح صیانت نتیجه‌ای جز ضعیف شدن کسب‌وکارهای داخلی و نارضایتی مردم نخواهد داشت.» وی در ادامه تأکید کرد: «این طرح استعدادهایی که موتور محرك

هوش مصنوعی؛ شریک تجاری مشاغل کوچک

■ مترجم: سامیه خسروی زاده

و راه حل های خودیاری ۲۴ ساعته کار می کنند و ثابت کرده اند که در رسیدگی به اکثریت قریب به اتفاق تعاملات با مشتری یا هدایت سریع تماس گیرند گان به متخصص یا تصمیم گیرند گان، مهارت بالایی دارند. همچنین، هوش مصنوعی از نظر سرعت، دقت و رضایت کلی بهتر عمل می کند و منجر به بجهود وفاداری به برنده، فرایندهای کارآمدتر و افزایش فروش می شود.

اما برای دستیابی به این سطح از موفقیت، پلتفرم هوش مصنوعی باید به درستی طراحی و آموزش داده شود. این امر مستلزم یک استراتژی پیاده سازی واضح است، از جمله برنامه ریزی برای ردیابی عملکرد و اصلاح فرایندهایی که منجر به نتایج بد می شود. در یک سطح اساسی، یکی از مزایای کلیدی هوش مصنوعی نسبت به نرم افزارهای سنتی، توانایی درس گرفتن از اشتباها و بهینه سازی پیوسته فرایندها با دنبال کردن تجزیمات شخصی تر و بهتر است.

تحقیقان معتقدند که صاحبان مشاغل کوچک همچنین باید بدانند که انواع مختلفی از هوش مصنوعی وجود دارد و همه آنها برای نیازهای یک شرکت معمولی مناسب نیستند. خاور فینچ (Xavier Finch) مشاور فناوری در این باره می گوید: در بیشتر موارد، مشاغل کوچک نسخه ای از هوش مصنوعی محدود را به کار می گیرند که از برنامه های بسیار تخصصی طراحی شده برای انجام وظایف خاص مشتق شده است.

اینها انواع سیستم هایی هستند که در زمان و هزینه انجام عملیات خسته کننده و وقت گیر صرفه جویی می کنند و حتی به شناسایی بازارهای جدید و فرصت های تجاری جدید کمک می کنند. از سوی دیگر، هوش مصنوعی عمومی، فناوری پشت ماشین های فکری است که به دنبال تقلید فرایندهای الکتروشیمیایی مغز انسان هستند. این چیز بسیار هولناک تری است و هنوز به اشکال مختلف در دست توسعه است.

خبر خوب برای مشاغل کوچک این است که هنوز برای شروع کار با هوش مصنوعی دیر نیست. در واقع، با استفاده از این فناوری هر کسب و کار کوچکی می تواند امیدوار باشد که روزی به یکی از غول ها تبدیل شود و امروزه عدم استفاده از هوش مصنوعی در سریع ترین زمان، احتمالاً بزرگ ترین اشتباه در برنامه تجاری محسوب می شود.

منبع: سیناپرس از venturebeat

امروزه هوش مصنوعی با همان امیدها و تغییراتی که برای شرکت ها و سازمان های بزرگ به ارمغان آورده به سرعت راه خود را به لایه های زیرین و کوچک اقتصادی در کسب و کارهای کوچک نیز باز می کند.

امروزه هم در فضای ابری و هم در مرکز داده ها به صورت سنتی، سرویس ها و نرم افزارهای جدید ابزارهای پیشرفته هوش مصنوعی را در قالب های کم هزینه و با کاربری آسان که نیازی به مجموعه های مهارتی کمیاب و گران قیمت ندارند، به کار می گیرد. در حالی که این ابزارها توانایی سوق دادن بسیاری از فرایندهای کسب و کار کوچک و متوسط را در مسیر سریع فراهم می کنند و راه نجاتی را برای کسب و کارهای کوچک که در رقابت با غول های تجارت هستند، ارائه می کنند، اما هنوز مانند هر فناوری دیگری هم به درستی و هم به اشتباہ می توان از آنها استفاده کرد.

Mihai-Alexandru (Cristea) از Romania's Business Review (روزنامه ای از رومانی) اخیراً تعدادی از روش های آشکار سازی هوش مصنوعی در صیغه مشاغل کوچک را بر جسته کرده است. برنامه های کاربردی از CRM و HR گرفته تا طراحی وب و لوگو به راحتی در دسترس هستند و به مشاغل اجازه می دهند تا به سرعت خود را با شرایط در حال تغییر کسب و کار و فق دهند.

در برخی موارد، این ابزارها بر اساس معماری های کم کد یا بدون کد ساخته می شوند و به کارکنان غیر فنی نیز اجازه می دهند به سادگی از آن استفاده کنند. در عین حال، پلتفرم های ربات چت به کاربران این امکان را می دهند که از منوهای کشیدن و رها کردن و دیگر مصنوعات رابط برای ارتباط بهتر استفاده کنند.

در حالی که کمکی که هوش مصنوعی برای کارمندان به ارمغان می آورد ستودنی است، انتظار می رود بیشتر کسب و کارهای کوچک از این فناوری برای بجهود تجربه مشتری ها استفاده کنند. Grace Lau (Grace Lau) مدیر رشد محظوظ در پلتفرم ارتباطی Dialpad (Dialpad)، اخیراً خاطر نشان کرد که هوش مصنوعی می تواند به کسب و کارهای کوچک کمک کند تا به سرعت تجربه مشتریان خود را بدون هزینه بودجه بیشتر، بجهود بخشنده.

به گفته کارشناسان، ربات های گفتگوی مبتنی بر هوش مصنوعی



رشد تجارت الکترونیک در چین؟

باعت تقویت توسعه روستایی و افزایش چشمگیر اشتغال محلی شده است

در سال ۲۰۲۱، خردهفروشی آنلاین محصولات کشاورزی در چین به ۴۲۲.۱ میلیارد یوان (۶۰.۳ میلیارد دلار) رسید که نسبت به سال قبل ۲.۸ درصد افزایش داشت. در سال ۲۰۲۰، پین دونو دئو منطقه ویژه مبارزه با همه‌گیری، توجه و کمک به کشاورزان را راهاندازی کرد که نزدیک به ۴۰۰ منطقه تولید کشاورزی و بیش از ۲۳۰ شهرستان فقیر در سطح دولتی در سراسر کشور را پوشش می‌دهد و به مناطق فقیر و برخی مناطق مهم تولید کشاورزی کمک می‌کند زیرا در این منطقه فروش محصولات کشاورزی به سختی به بازار عرضه می‌شد.

تجارت الکترونیک روستایی حرکت صعودی محصولات کشاورزی به مناطق شهری و محصولات صنعتی را به روستاهای ارتقا داده و کانال مهمی را که راحت و سریع است بازکرده است که به نوبه خود موجب ارتقاء گردش دو طرفه کالاهای شهری و روستایی شده است.

امروزه ساکنان روستایی توجه بیشتری به تجربه شخصی مصرف کننده، برنده و متنوع بودن از طریق تجارت الکترونیک نشان می‌دهند در حالی که پتانسیل مصرف ساکنان روستایی در حال آزاد شدن است، ساکنان شهری محصولات کشاورزی باکیفیت با ویژگی‌های خاص را از سراسر کشور از طریق الکترونیک انتخاب می‌کنند و در این صورت تجارت و تحويل سریع‌تر و راحت‌تر انجام می‌شود.

تجارت الکترونیک روستایی حرکت صعودی محصولات کشاورزی به مناطق شهری و محصولات صنعتی را به روستاهای ارتقا داده و کانال مهمی را که راحت و سریع است بازکرده است

چین موفقیت خود را در مبارزه با فقر شدید در این کشور اعلام کرده است و آکنون مرحله بعدی «احیای روستایی» است. این مفهوم یکی از اهداف چهاردهمین برنامه پنج ساله فعلی چین است که هدف آن بهبود بیشتر استانداردهای زندگی در روستاهای کاهش شکاف بین مناطق روستایی و مناطق شهری توسعه یافته‌تر است.

این کشور در سال‌های اخیر اهمیت زیادی به اقتصاد دیجیتال در توسعه روستایی داده و مجموعه‌ای از سیاست‌ها را برای حمایت از توسعه اقتصاد دیجیتال در این مناطق صادر کرده است.

نفوذ فناوری دیجیتال به کشاورزی و استفاده از آن برای تقویت توسعه روستایی، تسريع ادغام آنلاین، آفلاین و نوآوری‌های تکراری، قالب‌ها و مدل‌های جدید مانند تجارت الکترونیکی زنده، بازاریابی تأثیرگذار، خرید گروهی و اجتماعی و گردشگری کشاورزی به رونق روستاهای چین منجر شده است.

تلفن‌های همراه به «ابزار کشاورزی جدید» و داده‌ها به «مواد جدید کشاورزی» تبدیل شده در حالی که پخش لایو یا زنده به «اقدامات جدید کشاورزی» تبدیل شده است.

در واقع تجارت الکترونیک روستایی به کانالی مهم برای فعال‌سازی بازارهای شهری و روستایی تبدیل شده است. همچنین، این تجارت، ثبات زنجیره تأمین محصولات کشاورزی را به میزان قابل توجهی افزایش و رشد سریع درآمد کشاورزان را ارتقا داده است ضمن اینکه نقش منحصر به فردی در پیروزی در فقر و تضمین تولید و عرضه پایدار محصولات کشاورزی حتی در شرایط همه‌گیری که اقدامات پیشگیرانه و کنترلی وجود داشت، شدید دارد.

ناکافی سیاست‌ها، کیفیت نابرابر محصولات تجارت الکترونیک، زیرساخت ضعیف تجارت الکترونیک و کمبود متخصصان تجارت الکترونیک کشاورزی مواجه است.

بنابراین، برای ترویج بیشتر تجارت الکترونیک روسایی، اقدامات زیر باید انجام شود ضمن اینکه مرکز تجارت الکترونیک برخی از شهرستان‌ها چندین پلتفرم خردۀ فروشی آنلاین از جمله Yunshow.com، JD.com، Taobao اول: دولت باید یک سازوکار هماهنگ در سطح وزارت‌خانه و کمیسیون ایجاد کند تا توسعه تجارت الکترونیک را تقویت کند، طراحی سطح بالا و برنامه‌ریزی کلی را بهبود بخشد، پروژه‌های مهندسی موجود را نقطه شروع توسعه صنایع قرار دهد و ادغام زیرساخت‌های تجارت الکترونیک روسایی و منابع خدمات عمومی را ارتقا دهد.

بر همین اساس، دولت همچنین باید با ایجاد و بهبود مکانیزم ارتباط بلندمدت منافع دولتی و بنگاه‌ها، همکاری در جهت افزایش حمایت و تضمین خدمات عمومی تجارت الکترونیک روسایی، و کمک به تأثیر هم‌افزایی و مکمل با ورودی‌های بازار، استانداردسازی تجارت الکترونیک روسایی و ترویج توسعه سالم و باکیفیت آن نقش مهمی را ایفا کند.

دوم: دولت باید اقداماتی را برای بهبود زیرساخت‌های تجارت الکترونیک روسایی، ادغام بیشتر محصولات کشاورزی اینترنت پلاس در پروژه شهر و تجارت الکترونیک در پروژه نمایش جامع روسایی انجام دهد. به این ترتیب، ساخت یک پروژه تأسیسات لجستیک زنجیره سرد ذخیره و نگهداری محصولات کشاورزی، تغییر و ارتقاء زیرساخت‌های لجستیکی تحويل روسایی، و بازگردان بخش محصولات کشاورزی با انتقال آن به کانال از روستا به داخل شهر ترویج می‌شود.

سوم: مقامات دولتی باید دامنه آموزش پرسنل را افزایش دهند، برنامه‌های آموزشی ویژه تجارت الکترونیکی بیشتری را برای رهبران استعدادهای عملی روسایی سازماندهی کنند در حالی که اتصال منابع، توسعه مقیاس و پیشرفت مشارکتی را ترویج می‌دهند. پروژه‌های آزمایشی چین برای ترویج فناوری‌های دیجیتال در روسها در سال ۲۰۱۸ آغاز شد. پروژه‌هایی از جمله ساخت باند پهن فیبر نوری، اینترنت موبایل، شبکه‌های تلویزیون دیجیتال و اینترنت نسل بعدی همگی تا پایان ۲۰۲۱ تکمیل شده است.

منبع: بازار

که به نوبه خود موجب ارتقاء گردش دو طرفه کالاهای شهری و روسایی شده است.

در واقع، تجارت الکترونیک روسایی توسعه باکیفیت کشاورزی را ارتقاء داده است. همچنین، این تجارت، از پایان گردش شروع می‌شود. در زنجیره صنعت کشاورزی در بالادست گسترش می‌یابد. به تولیدات کشاورزی، فرآوری، گردش و سایر پیوندها نفوذ می‌کند. ترویج اینترنتی محصولات کشاورزی در تولید، سازمان، مدیریت، پردازش، گردش، ذخیره‌سازی و حمل و نقل، فروش، بازاریابی، برنده‌سازی، خدمات و سایر پیوندها. بهره‌وری کل تأثیرگذار بوده و موجب بهبود این عوامل می‌شود.

تجارت الکترونیک کشاورزی صرف‌جویی در هزینه‌ها به همراه افزایش بهره‌وری، بهینه‌سازی تخصیص منابع و تبدیل دیجیتالی کل شبکه زنجیره‌های صنعت کشاورزی را تسهیل می‌کند ضمن اینکه تجارت الکترونیک روسایی، کشاورزان را بر شبکه زنجیره‌های صنعت کشاورزی را تسهیل می‌کند.

علاوه بر آن، تجارت الکترونیک کشاورزی صرف‌جویی در هزینه‌ها به همراه افزایش بهره‌وری، بهینه‌سازی تخصیص منابع و تبدیل دیجیتالی کل شبکه زنجیره‌های صنعت کشاورزی را تسهیل می‌کند ضمن اینکه تجارت الکترونیک روسایی، کشاورزان را بر آن داشته تا برای اشتغال و کارآفرینی به زادگاه خود بازگردند.

در سال ۲۰۲۱، تعداد زیادی از کارآفرینان و نوآورانی که به زادگاه خود بازگشته‌اند، ۱۱.۲ میلیون نفر بود که حدود ۱.۱ میلیون بیشتر از سال ۲۰۲۰ گزارش شد. این آمار، بزرگ‌ترین و سریع‌ترین رشد در زمان‌های اخیر بود که شامل چهار گروه کارآفرین از جمله کارگران مهاجر، فارغ‌التحصیلان دانشگاه، سربازان بازنیسته و زنان بود.

در حالی که این روند همچنین به افزایش اشتغال محلی کمک کرده است، داده‌های رسمی نشان می‌دهد که ۵۵ درصد از پروژه‌هایی که توسط کارآفرینان به شهرشان منتقل شده‌اند، از فناوری اطلاعات به منظور افتتاح فروشگاه‌های آنلاین، انجام فروش مستقیم و توزیع بدون تماس، در میان دیگر ابزارهای پیشرفته، در جهت ایجاد «محصولات داغ اینترنتی» استفاده می‌کنند.

بیش از ۸۵ درصد با ادغام یک، دو یا سه صنعت که طیف وسیعی از خدمات تولید و بازاریابی و کشاورزی، گردشگری فرهنگی، آموزش و سایر زمینه‌ها را پوشش می‌دهد، مشخص می‌شود.

با این حال باید اقدامات بیشتری برای افزایش استفاده از تجارت الکترونیک روسایی در راه توسعه کشاورزی و روسایی انجام شود. اگرچه تجارت الکترونیک روسایی با سرعت نسبتاً خوبی توسعه یافته، اما با چالش‌های جدیدی مانند هماهنگی

فرصت‌های جدید مtaورس برای اینفلوئنسرها

■ مریم سلیمانی؛ دکترای علوم ارتباطات و پژوهشگر ارتباطی

در این خصوص نیز سرمایه‌گذاری‌های لازم را صورت داده‌اند تا با خلق اینفلوئنسرها خاص به تحقق اهداف بپردازنند.

بحث بر سر این است که اینفلوئنسرها دیجیتالی گرچه واقعی نیستند ولی می‌توانند ظرفیت کسب‌وکار واقعی داشته باشند. اینفلوئنسرها مجازی بسیاری همچون ایما، کلنل، سرافین و ... شکل گرفته و بعضاً دنبال کنندگان چند صد هزار تایی یا میلیونی دارند.

خلق و فعالیت اینفلوئنسرها دیجیتالی که واقعی نیز به نظر می‌رسند نگرانی‌هایی به وجود آورده‌اند به طور مثال اینکه ممکن است توسط کودکان، نوجوانان و ... به عنوان شخصیت‌های واقعی پذیرفته شوند و از آنها با همین باور تأثیرپذیری صورت گیرد، در حالی که آنها واقعی نیستند. آنها بعضاً ممکن است تبلیغاتی داشته باشند که تجربه‌ای از آن نداشته باشند مانند تبلیغ یک کرم ضد چروک که هرگز این اینفلوئنسر صورتش چروک نبوده و خواهد بود.

نگرانی بعدی بحث عادت کردن ما به تأثیر گرفتن از شخصیت‌های مجازی غیرواقعی است که می‌توانند ما، زندگی و تصمیماتمان را تحت تأثیر قرار دهند که در این ارتباط از سوی کارشناسان و متخصصان تأکید می‌شود تا سعادت‌های مختلف افراد به‌ویژه سواد دیجیتالی، اینترنتی و رسانه‌ای آنها افزایش یابد تا آنها بدانند که یک اینفلوئنسر دیجیتال توسط چه کسی طراحی و اداره شده، چرا آن را اداره می‌کنند، چه سبک زندگی مدنظر آنهاست و دنبال چه تأثیری هستند و ...

از سویی بازدیدکتر شدن مرزهای واقعیت و مجاز، نگرانی‌هایی از بعد خلق جعل و جعلی سازی‌ها در حوزه‌های مختلف همچون دیپ‌فیک پیشتر شده و می‌شود.

در شرایطی که بسیاری به سراغ اینفلوئنسرها دیجیتالی می‌روند، برخی شرکت‌ها و برندها نیز ممکن است با وجود امکان خلق شخصیت‌های مجازی جدید، به این فکر بیفتند که به مسکات‌های خود (کاراکترهای خاص هر شرکت و سازمان)، جان بخشند و به یاری آنها سبک زندگی و نوع مصرف موردنظر خود را ترویج دهند.

اینفلوئنسرها دیجیتالی نسل جدیدی از اینفلوئنسرها در حال حاضر هستند که با استفاده از گرافیک کامپیوترا (CGI) امکان حیات می‌یابند و قطعاً بادگیری ماشینی و الگوریتم‌های هوش مصنوعی و ورود به دنیای متاورس سرنوشت آنها را برای محبوبيت، شهرت و ماندگاری بيشتر تغيير خواهد داد.

اینفلوئنسرها دیجیتالی فعلی با شخصیت‌های انسان‌نما، مبتنى بر شبیه‌سازی انسانی و با داشتن شخصیتی منحصر به‌فرد، خلق و طراحی می‌شوند. در خلق این شخصیت‌ها هنرمندان مختلف، سینماگران، متخصصان کامپیوترا، نویسنده‌گان و ... نقش دارند و تصمیم می‌گیرند که این شخصیت‌ها چه بپوشند، چگونه رفتار کنند، چه زمانی با چه کسانی ملاقات و تعامل داشته باشند، چه تبلیغاتی انجام دهند و در نهایت نیز در آمدشان نصب مالکان آنها خواهد شد. این اینفلوئنسرها می‌توانند به نمایش زندگی‌های آیده‌آل یا خاص پرداخته و هر بار بنا بر ضرورت مدلی ویژه از مو، لباس، تأتو، خانه، خودرو و ... ارائه کنند. تلاش بر اين است تا اين اینفلوئنسرها مجازی بتوانند بر سبک زندگی و تصمیمات مردم تأثیرگذار باشند.

اینفلوئنسرها دیجیتالی در حال حاضر قدم در مسیرهای تبلیغی، بازاریابی، ارتباطی و ... گذاشته‌اند و در آینده نیز توسعه فعالیت‌های بیش از پیش آنها را شاهد خواهیم بود.

اینفلوئنسرها مجازی از خالقان خود حقوق دریافت نمی‌کنند، خسته یا پیر نمی‌شوند (مگر در چارچوب تصمیم تولیدکنندگان) و نمی‌میرند و می‌توانند در راستای اهداف مختلف خالقان خود برنامه‌ریزی و مدیریت شوند. حفظ وجهه رسانه‌ای این اینفلوئنسرها قابل مدیریت بوده و تلاش بر ایجاد حس مثبت در جامعه دارند. آنها می‌توانند با شناخت کامل از جامعه مخاطب و ذائقه و علاقه‌وى به زیباترین شکل ممکن طراحی و اثرگذار باشند و نیازهای مختلف را بنا بر تصمیم، رویکرد و اهداف خالقان آنها حتی در ابعاد جنسی (هرچند در چارچوب مجازی) پاسخ دهند. در حال حاضر آژانس‌های تبلیغاتی و برندهای بازاریان، فعالان حوزه تبلیغات و روابط عمومی و ... بسیار تلاش کرده‌اند تا قدم در دنیای اینفلوئنسرها مجازی بگذارند و

حتی گاه ممکن است اینفلوئنسرها رنگ و بوی فرهنگی، تاریخی و... یابند و شاهد اینفلوئنسرهای مجازی از شخصیت‌های بزرگ تاریخی با تشریح حال، آثار و... باشیم.

فرصت‌های جدید متاورس برای اینفلوئنسرهای دیجیتالی

متاورس می‌تواند یک فناوری جذاب نوین موسوم به انسان‌های دیجیتالی را معرفی کند. انسان‌های دیجیتالی، ربات‌های انسان‌نمای سه‌بعدی مجهر به هوش مصنوعی هستند. برندها می‌توانند در آینده اینفلوئنسرهای دیجیتالی مخصوص خودشان را طراحی کرده و از آنها برای تبلیغ محصولات و خدمات خود استفاده کنند. آواتارهای شرکتی می‌توانند برای تبدیل شدن به اینفلوئنسر مجازی آموزش دیده و برنامه‌ریزی شوند؛ بنابراین به یاری آنها پیام برندها شفاف بوده و برای مخاطب مجاب‌کننده و گیرا خواهد بود.

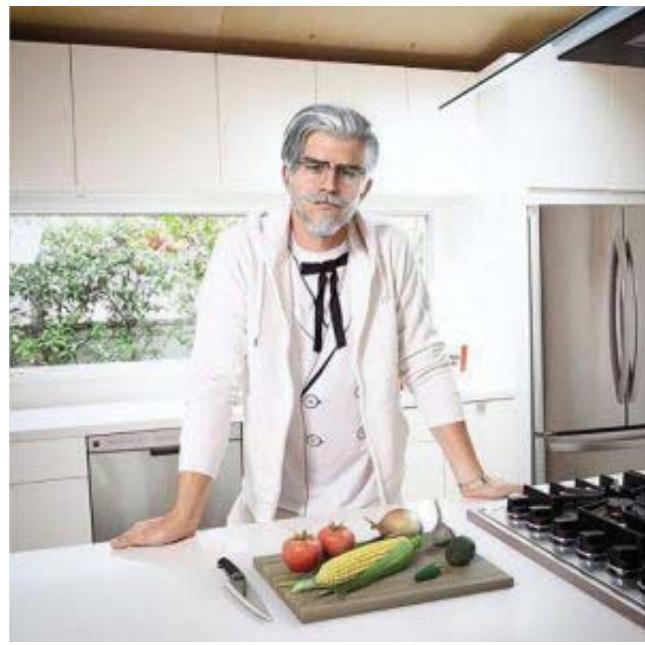
انتظار بر این است تا ویژگی‌های دنیای متاورس همچون همیشگی بودن (عدم قطعی با ترک محیط توسط افراد)، وجود هم‌زمان آن با دنیای واقعی، عدم محدودیت در آن، امکان بهره‌گیری از حواس پنج‌گانه و...، فرصت‌های جدیدی به اینفلوئنسرهای دیجیتالی از ابعاد مختلف از جمله از بعد تبلیغاتی و... به آنها بیخشند.

تجربه بهره‌گیری از اینفلوئنسرهای دیجیتال فعلی توسط برندها و سازمان‌ها، شاید بتواند مقدمه‌ای برای استفاده از ربات‌های انسان‌نمای در جایگاه اینفلوئنسر باشد.

به هر تقدیر، سازمان‌ها، کسب و کارها و بهویژه فعالان حوزه روابط عمومی که عموماً مسئولیت‌هایی مرتبط با برنده سازمانی و بحث‌های تبلیغاتی را در لیست وظایف خود دارند می‌توانند از هم اکنون به فکر طراحی اینفلوئنسرهای دیجیتالی خاص خود باشند و در این زمینه سرمایه‌گذاری‌های لازم را داشته باشند. همچنین طراحی آواتار ویژه برنده آن سازمان نیز لازم است در لیست برنامه‌های آنها باشد. سازمان‌ها از این اینفلوئنسرها می‌توانند با اهداف مختلفی همچون تبلیغاتی، فرهنگ‌سازی، اقناع و ترویج، اطلاع‌رسانی و... بهره‌گیرند.

آنچه پیش روست با همه چالش‌ها و نقدهای احتمالی، می‌تواند فرصتی برای برندها و سازمان‌ها در حوزه اثرگذاری بر جامعه مخاطب باشد که از سویی دیگر، ارتقای بیش ازپیش مخاطبان، کاربران و بهویژه شهروندان شبکه‌ای که عمدتاً نسل جدید را تشکیل می‌دهند، طلب می‌کند.

منبع: شفقنا رسانه





متاورس و دنیای مُد دیجیتال

با افزایش محبوبیت متاورس، صنعت مد دیجیتالی در حال تبدیل به یک امپراطوری متشکل از برندهای بزرگ لوکس و مشتریان خاص خود است.

را در اپلیکیشن‌های مخصوص آن بپوشیم یا حتی از طریق آنها کسب درآمد کنیم؛ کاری که در ماه مارس ۲۰۲۱ (اسفند ۱۳۹۹) از طریق همکاری بین برند گوچی و یک کمپانی اهل بلارسن به نام "Wanna" انجام شد. اولین کفش‌های کتانی مجازی را در اپلیکیشن گوچی با قیمت ۱۲.۹۹ دلار می‌شد خرید یا امتحان کرد و کفش‌های "Wanna" را همراه با دیگر اکسسوری‌ها به قیمت ۹ دلار می‌توانستیم بخریم (درواقع عکسی از آنها را داشته باشیم). و البته سؤال‌های پیرامون آنها هم منطقی بود: چرا کسی باید این‌ها را بخرد؟ اصلاً به چه دردی می‌خورند؟ با آنها می‌توان چه کار کرد؟ طرفداران مد دیجیتال عقیده دارند که با این کار می‌توان به حفظ محیط‌زیست کمک کرد. طبق گفته برخی از مردم: برای یک عکس در اینستاگرام نیازی به خرید یک شیء واقعی نیست. بسیار خب، اما بعد از آن چه؟ چند درصد از مردم دائمً چیزهای دیجیتالی برای پست در شبکه‌های اجتماعی می‌خرند؟ آیا صرفاً برای سرگرمی است؟ آیا همیشه قرار است همین طور بماند؟ در اینجا چندین سناریو احتمالی وجود دارد. اولین و واقعی ترین آنها، اتفاق‌های پُرولباس دیجیتالی است. برای این که بدانید پوشک مدنظرتان در تتنان چگونه است، نیازی به ترک خانه نیست. جذب مشتری از این طریق حرکت هوشمندانه‌ای خواهد بود و برخی

«کَتْ تیلور کَتِیتی» از دنیای مُد دیجیتال در سال ۲۰۱۷ رونمایی کرد، گرچه در سال ۲۰۲۰ بود که به صورت گسترده در مورد آن صحبت شد. همه چیز از پنج سال پیش شروع شد که «کَت» اولین پست اینستاگرامی خود را با کپشن «پوشک مجازی» گذاشت. پس از آن شرکت‌های همچون "Adidas", "Off-White", "Balenciaga" و "Vetements" پیش از رسانه‌ای شدن مد دیجیتال بود که این برندها علاقه خود را در این زمینه نشان داده بودند. شایان ذکر است که این‌ها همه قبل از پاندمی کرونا و خانه‌نشین شدن مردم بود که یعنی نیازی به پوشک دیجیتال حس نمی‌شد. با این حال، این اتفاق افتاد و دیجیتالی شدن دنیای مُد آینده را در عرصه مجازی پیش‌بینی کرده بود. البته که اکثر ما تجربه پوشک مجازی را در بازی‌های کامپیوتري قبل از معرفی آن توسط «کَتِیتی» داشتیم، اما با دنیای مُد فاصله زیادی داشت. به قول معروف، دندان اسب پیشکش را نباید شمرد. در بازی "Sims" شلوار و پیراهن‌های زیادی بود و در بازی‌های جنگی هم انواع زره‌ها را امتحان می‌کردیم. اما هیچ‌کس حتی تصویرش را هم نمی‌کرد که در آینده‌ای نزدیک بتوانیم کفش‌های کتانی برنده

واسالیا» مدیر هنری "Balenciaga" مصاحبه‌ای از طریق واقعیت مجازی انجام داده است.

بنابراین، ما باید جدای از مد دیجیتال به فکر طراحی دیجیتال هم باشیم، یعنی نقاشی‌ها در قالب "NFT" بدون درنظر گرفتن کارایی آنها، قرار است روی دیوارهای مجازی گذاشته شوند.

امپراطوری مددیجیتال

در مدت خیلی کوتاهی، بازار مددیجیتال تبدیل به امپراطوری عظیمی شد که هنوز درک آن برای خیلی از کاربران دشوار است. رؤسای شرکت‌های تجاری ایده‌های زیادی در مورد بقا، محافظت از کره زمین و طراحی‌های غیرعادی دارند که هیچ‌گاه قابل اجرا نبوده چون صرفاً برای تولید غیرواقعی بوده‌اند.

برندها از استفاده از دنیای مددیجیتال خیلی راضی بوده‌اند چون برای آن‌ها موقعیت خاصی به وجود آورده، اما در حقیقت آن‌طور که به نظر می‌رسد مانند دنیای واقعی کاربرد و زیبایی ندارد. برای مثال، در دوره پاندمی یک برنده روسی به نام "Alexander Terekhov" جشنواره‌ای به راه انداخت که در آن پوشش زنانه را با قیمت پنجاه دلار روی عکس قرار می‌داد. طبق نظرات شرکت‌کنندگان، شمار زیادی از معایب و مشکلات در روند کار وجود داشت؛ موعدهای انجام کار همه عقب افتادند چون عکس‌ها متناسب با لباس‌ها نبود و به درستی روی تن مشتری قرار نمی‌گرفت. اما این برنده پوشش رسانه‌ای موردنظر خود را به دست آورد.

ازین‌رو، مددیجیتال ابزاری برای ارتقای برنده‌یا روشی برای کسب درآمد استارت‌آپ‌ها و طراحان دیجیتالی است. در ماههای آینده، تمام رازهای این بازار جدید آشکار شده و افراد می‌توانند برنده خود را وارد دنیای مددیجیتال کنند. اما کسی از آینده خبر ندارد. آیا شما برای برندهای معروف فعلی طراحی می‌کنید یا برای خودتان؟ آیا آن‌ها واقعاً لباس‌های طراحی شده شما را در متاورس می‌پوشند یا از عکس‌های آماده پنجاه دلاری استفاده می‌کنند؟

آیا دنیای مددیجیتال به صورت گسترش اجرا می‌شود و چگونه برندها خود را با آن تطبیق می‌دهند؟ آیا فروشگاه‌های متا خواهیم داشت یا همه لباس‌ها با یک کلیک نمایش داده می‌شوند؟ داستان تقلیلی بودن مدل‌های پوشش چه می‌شود و آیا برندها همه باهم متحد شده و تبدیل به یک واحد بزرگ‌تر می‌شوند؟

تا به اینجا سؤال‌ها بیشتر از جواب‌ها هستند، اما واضح است که ما در آستانه ظهور یک صنعت بدیع و هیجان‌انگیز هستیم که همه مردم به آن علاقه دارند.

منبع: گذار نیوز از cointelegraph

فروشگاه‌ها در تلاش‌اند تا این قابلیت را اجرایی کنند. البته که در این مرحله از کار، همه چیز مشکلات خود را هم دارد. مردم کماکان سرشناس گرم این چیزها است و این ویژگی به طور قطع باعث جذب مشتری می‌شود. در حالت کلی، این به کاربران واقعی در مورد صنعت مددیجیتال یک نگرش اولیه می‌دهد. در حال حاضر برای آن‌ها حکم یک بازی را دارد، اما برای برندها فرصتی برای بازاریابی است.

مددیجیتال و صنعت بازی‌های کامپیوتری

در قدم بعدی، جایی که قابلیت استفاده از مددیجیتال را داریم بازی‌های کامپیوتری هستند. مثلاً، با همکاری اختصاصی شده از "Balenciaga" و بازی "Fortnite" خرید یک پوسته الهام گرفته "Balenciaga" در بازی، به شما فرصت خرید پوششی را در دنیای واقعی می‌دهد.

هم کاراکتر شما در بازی و هم خودتان یک‌دست لباس خریداری کرده‌اید، یک حرکت خلاقالنه که گیمرها می‌توانند انجام دهند. بازی "Fortnite" از خریدهای درون بازی درآمد بالایی داشته و کاربران آن بیش از یک میلیارد دلار صرف خرید برای کاراکترهای خود کرده‌اند.

اما در اینجا مسئله تعامل مشترک به وجود می‌آید: پوسته خریداری شده در یک بازی، در بازی دیگری قابل استفاده نیست. شما یک‌دست لباس کامل برای کاراکتر خود خریداری کرده، اما در شبکه‌های اجتماعی عکس آن را نخواهید داشت. مانند این مسئله، پوسته "Moschino" و "Sims" در بازی "Gucci" در بازی "Tennis Clash" همین مشکل را داشتند.

در سال ۲۰۲۱، "Balenciaga" مجموعه‌ای در قالب بازی‌ها ارائه داد که تمام کاراکترها با آخرین کلکسیون پوشش آن ظاهر شدند. با این کار، زیبایی‌های سایبری به مددیجیتالی و مجازی در شدن: چیزهایی که قبل از فقط در بازی‌ها وجود داشت، حالا در دنیای واقعی می‌تواند آن‌ها را پوشید.

از جایی که «مارک زاکربرگ» از ایجاد یک متاورس یا ابردنبیا رونمایی کرد، به نظر می‌رسد که واقعیت دیجیتالی و مجازی در حال تبدیل شدن به یک مفهوم عادی و طبیعی است، یا حتی تعریف جدیدی از عادی خواهد بود.

به طور ساده می‌توان این‌گونه گفت که علاوه بر دنیای واقعی، نیاز داریم تا در دنیای مجازی هم خانه بسازیم و لباس بپوشیم؛ شاید قرار است دوستانمان را بینیم، کلاس درسی یا یک قرار تجاری داشته باشیم. طی یکی از همین قرارهای تجاری، «دمنا

متاورس و بازی‌های بلاکچین؛ نگاهی به بازی‌های در آمدزای کمتر شناخته شده

■ فرهاد کمانگر

به جرئت می‌توان گفت که یکی از دستاوردهای مهم بلاکچین در سال ۲۰۲۱، افزایش محبوبیت این فناوری در صنعت بازی بود. بازی‌های بلاکچینی که در دسته‌بندی «بازی باهدف کسب درآمد» (Play-to-Earn) قرار می‌گیرند، دقیقاً به همین علت محبوب هستند که به بازیکنان اجازه می‌دهند در ازای وقتی که صرف بازی می‌کنند درآمد داشته باشند. حقیقت این است که بازی باهدف کسب درآمد آینده صنعت بازی خواهد بود و این هدف با بهره‌گیری از دو فناوری مهم بلاکچین و متاورس اجرایی خواهد شد.

برخلاف همیشه که صنعت بازی را به عنوان سرگرمی می‌شناختیم، این روزها اخبار جایه‌جایی پول‌های زیادی در این صنعت به گوشمان می‌خورد. صنعت بازی از زمان معرفی وب ۳ توسعه بی‌نظیری را تجربه کرد و بازار جهانی آن تا پایان سال ۲۰۱۹ ارزشی معادل ۱۵۲ میلیارد دلار پیدا کرد. در حقیقت این صنعت از زمان توسعه وب ۳ تاکنون همچنان به رشد خود ادامه داده و همین مسئله باعث جذب شمار زیادی از توسعه‌دهندگان به این حوزه شده است.

دراین‌بین، برخی بازی‌های بلاکچینی هستند که از محبوبیت بالاتری برخوردارند؛ در حالی که برخی دیگر از آنها کمتر شناخته شده هستند. یکی از نویسندهای وب‌سایت کوین تلگراف به نام ایوان لوтра (Evan Luthra) اخیراً مقاله‌ای را در این وب‌سایت منتشر کرده و در آن برخی از بازی‌های بلاکچینی کمتر شناخته شده را بررسی کرده است. در ادامه ترجمه‌های این مقاله را مطالعه می‌کنید.

میزبان این بازی‌ها هستند هم صدق می‌کند.

متاورس چیست؟

متاورس ترکیبی از کلمه «متا» (meta) به معنای «فرا» یا «فراتر» و کلمه «یونیورس» (universe) به معنای «جهان» است؛ پس متاورس دنیایی است فراتر از جهان واقع. متاورس در حقیقت یک دنیایی مجازی و دیجیتالی است که امکان خرید و فروش زمین‌ها، آواتارها و حتی ساختمان‌های مجازی را برای کاربران فراهم می‌کند.

این خرید و فروش اغلب با ارزهای دیجیتال انجام می‌شود. افراد در این محیط‌های مجازی می‌توانند با دوستانشان تعامل داشته باشند، در رویدادهای مختلف شرکت کنند و کالا و خدمات بخرند؛ درست مثل همان فعالیت‌هایی که در دنیای واقعی انجام می‌دهیم. قرنتینه و تعطیلی کسب و کارها به دلیل شیوع پاندمی کرونا موجب شد مردم بیشتر به پتانسیل دنیای آنلاین توجه کنند. آنها متوجه شدند که می‌توانند با موبایل‌ها و لپ‌تاپ‌های ایشان در هر جای جهان هم کار کنند و هم سرگرم شوند.

خیلی از متاورس‌های موجود مبتنی بر بلاکچین هستند و کاربر برای انجام مبادلات در آنها به ارز دیجیتال یا توکن غیرمتشابه (NFT)

بازی‌های بلاکچین؛ مدل جدید کسب درآمد

«بازی‌کردن» در گذشته تنها یک رابطه یک‌طرفه بود که سود حاصل از آن متوجه توسعه‌دهندگان یا مالکان بازی‌ها می‌شد. بازیکنان تنها با این بازی‌ها سرگرم می‌شدند و البته برای آنها خرج هم می‌کردند. آنها مبالغ هنگفتی را به بازی‌های خود اختصاص می‌دادند؛ به طوری که از ۱۴۳ میلیارد دلاری که کاربران در سال ۲۰۲۰ برای اپلیکیشن‌های موبایلی هزینه کرده بودند، ۱۰۰ میلیارد دلار آن متعلق به اپلیکیشن‌های بازی بود.

این یعنی به‌ازای هر دلاری که در گوگل پلی استور (برای دستگاه‌های اندرویدی) و اپ‌استور (در دستگاه‌های iOS) خرج شده، ۷۰ درصد آن متعلق به اپلیکیشن‌های بازی بوده است. حتی در زمان فعلی که مدل‌های جدید بازی برای کسب درآمد معرفی شده‌اند، باز هم برآورد می‌شود که تا پایان سال ۲۰۲۱ بیش از ۱۲۰ میلیارد دلار در بازی‌های موبایلی خرج شود؛ یعنی چیزی حدود ۲۰ درصد بیشتر از سال ۲۰۲۰.

با این حال، شکی در این نیست که مدل بازی برای کسب درآمد در آینده نزدیک جایگزین مدل‌های فعلی بازی خواهد شد. گفتنی است تمایل به این نوع از بازی‌ها با شیوع بیماری کووید-۱۹ تشدید شد؛ مسئله‌ای که درباره جهان‌های مجازی و متاورس که

در بین این انواع بازی‌ها وجود دارد. در یک بازی مانند سیمز، بازیکنان می‌توانستند با ارز مخصوص بازی، دارایی‌های درون بازی را خریداری کنند؛ اما این ارز در خارج از بازی هیچ ارزشی نداشت. این در حالی است که توکن‌های بازی اکسی اینفینیتی در خارج از بازی هم قابل فروش هستند و می‌توانند آنها را در صرافی‌های ارز دیجیتال و در بازارهای NFT خرید و فروش کنند.

به عنوان نمونه‌ای دیگر، بازی وارکرفت (World of Warcraft) بازاری دارد که بازیکنان می‌توانند دارایی‌های درون بازی را خریداری کرده و شخصیت‌هایی را با هم مبادله کنند؛ اما اکوسیستم آن چندان سازمان‌دهی شده نیست. فناوری بلاک‌چین در کنار مدل جدید بازی برای کسب درآمد توانسته این مسائل را حل کند.

بازی‌های درآمدزا چگونه کار می‌کنند؟

برای توضیح نحوه کار بازی‌های درآمدزا از مثال بازی اکسی اینفینیتی استفاده می‌کنیم. اکسی اینفینیتی یک بازی بلاک‌چینی الهام گرفته از بازی‌های پوکمون است که یک توسعه‌دهنده ویتنامی به نام اسکای ماویس (Sky Mavis) آن را توسعه داده است.

این بازی بیش از ۱.۵ میلیون کاربر فعل روزانه دارد و جذابیت آن به موجودات عجیب و بامزه درون بازی به نام اکسی (Axie) بر می‌گردد. کاربران می‌توانند اکسی‌ها را تکثیر و خریداری کنند و آنها را آموزش دهند. این اکسی‌ها برای انجام بعضی کارها یا شرکت در مبارزات کاربرد دارند. هدف این بازی به دست آوردن توکن بومی آن یعنی Smooth Love Potion (SLP) است. کاربران با توکن SLP می‌توانند اکسی‌های خود را تکثیر کنند و درآمد بیشتری به دست بیاورند.

دلیل دیگری که بازیکنان به دنبال کسب SLP‌های بیشتر هستند این است که توکن SLP در صرافی‌های ارز دیجیتال قابل خرید و فروش است. می‌گویند بهترین بازیکنان روزانه بیش از ۱,۵۰۰ SLP به دست می‌آورند. البته خود موجودات اکسی نیز می‌توانند به عنوان توکن غیرمتشابه در بازارهای NFT فروخته شوند.

بازی‌ها و پلتفرم‌های درآمدزا کمتر شناخته شده

در کنار اکسی اینفینیتی، بازی‌ها و پلتفرم‌های دیگری هم هستند که یا قبل‌آغاز به کار کرده‌اند یا در شرف انتشار هستند. این پلتفرم‌ها در حال حاضر به اندازه اکسی محبوب و شناخته شده نیستند؛ اما می‌توانند آینده خوبی داشته باشند. در ادامه برخی از آنها را معرفی می‌کنیم.

نیاز دارد. بسیاری از بازی‌های درآمدزای امروزی، متاورس‌ها و ارزهای دیجیتال بومی خود را دارند که از آنها هم برای انجام تراکنش‌ها و هم برای دریافت دارایی‌ها و پاداش‌های درون بازی استفاده می‌شود.

درآمد از طریق بازی

ایده اصلی پشت مفهوم بازی درآمدزا یا بازی برای کسب درآمد، ایجاد یک اقتصاد باز است. در این مدل اقتصادی جدید، به کاربرانی که با بازی کردن و صرف زمان خود در اکوسیستم بازی، برای آن ارزش‌آفرینی می‌کنند پاداش مالی داده می‌شود. در گذشته تصور بر این بود که بازی تنها برای لذت و گذران



اوقات است؛ اما حالا با ظهر این دسته جدید از بازی‌ها، این تصور در حال تغییر است. بازی‌ها فقط برای سرگرمی نیستند، بلکه فرصت‌های جذاب سرمایه‌گذاری نیز هستند.

این صنعت اخیراً شاهد ورود صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر بسیار بزرگی بوده و سرمایه‌های هنگفتی را از این طریق دریافت کرده است. در ۱۸ ماهه متمیزی به سال ۲۰۱۹، حدود ۹.۶ میلیارد دلار سرمایه وارد صنعت بازی جهانی شد و همچنین ۲۴ شرکت بازی مبتنی بر بلاک‌چین در شش ماهه اول سال ۲۰۲۱ بیش از ۴۷۶ میلیون دلار سرمایه دریافت کردند.

به تازگی بازی‌های درآمدزایی مثل اکسی اینفینیتی (Axie) و سندباکس (The Sandbox) به محبوبیت خوبی رسیده‌اند و نقطه مشترک بین هر دوی این بازی‌ها، سیستم اقتصادی آنهاست.

ممکن است با خود فکر کنید که پیش از این هم بازی‌های مانند سیمز (The Sims) وجود داشتند که شخصیت‌های مجازی مخصوص خود را در آنها می‌ساختیم یا فعالیت‌هایی مانند خرید و فروش زمین و دارایی انجام می‌دادیم؛ اما یک تفاوت اساسی

BLOKTOPIA

بلاک توپیا

بلاک توپیا (Bloktopia) یک متاورس غیرمت مرکز است که روی شبکه پالیگان قرار دارد و تجربه واقعیت مجازی بی سابقه ای را برای کاربران فراهم می کند. در جهان های غیرمت مرکز و منبع باز، متاورس مانند پلی است که بین دنیای مجازی و دنیای فیزیکی قرار دارد. هر روزه پروتکل هایی برای مدیریت ارزش املاک و هنر دیجیتال پدیدار خواهد شد و NFT های آنها می توانند به دلیل مقیاس پذیری بالاتر و هزینه کمتر پالیگان، روی این شبکه ایجاد شوند.



ناکاموتو گیمز

هدف نهایی ناکاموتو گیمز (Nakamoto Games) این است که به تمام کسانی که یک کیف پول ارز دیجیتال دارند، امکان دسترسی به طیف گسترده ای از بازی های درآمدزا را بدهد. آنها با این دسترسی می توانند درآمدهای قابل توجه و پایداری داشته باشند. این شرکت یک مجموعه داخلی از بازی ها را اجرا خواهد کرد که بازیکنان از همه نقاط جهان می توانند برای جایزه های هفتگی آنها رقابت کرده و پاداش های وسوسه کننده ای بگیرند.

توسعه دهندهای هم می توانند بازی های درآمدزا را روی این پلتفرم توسعه بدهند و بر جنبه پولی بازی ها کنترل داشته باشند؛ یعنی دقیقاً به همان شیوه ای که برنامه ها روی گوگل پلی استور و اپ استور توسعه پیدا می کنند و اجرا می شوند.



ایمورتال گیمز

ایمورتال گیمز (Immortal Games) پلتفرمی است که مجموعه درخشانی از توسعه دهندهای بازی آن را ساخته اند. توسعه دهندهای ایمورتال گیمز در حال کار روی پروژه های گیمینگ خارق العاده ای هستند. آنها بازی های کارتی زیادی را توسعه داده اند و در حال حاضر هم در حال کار روی بازی امریکن گوتیک (American Gothic) هستند.

بازیکنان این بازی می توانند بازی های خود را با چهار نژاد مختلف و در حالت های مختلفی از جمله میدان های جنگ، تورنمنت ها، زمین های مجازی و بخش مالی پلیر (بازی های چند نفره) پیش ببرند.

از دیگر بازی های این پلتفرم می توان به فنتسی دیفنس (Fantasy Defense) اشاره کرد. فنتسی دیفنس یک بازی در



OneTo11

یک بازی ورزشی فانتزی برای موبایل است که این امکان را به کاربران می دهد از دانش ورزشی خود در جهت سرگرمی و همچنین کسب سود استفاده کند. OneTo11 به دنبال خلق آینده ای است که هواداران ورزش، افراد فعال در شرط بندی و گیمرها بتوانند فعالیت های مورد علاقه خود را در یک پلتفرم تحول آفرین انجام بدهند. آنها نه تنها تعامل اجتماعی خواهند داشت، بلکه به شکلی شفاف و غیرمت مرکز با یکدیگر رقابت خواهند کرد. این پلتفرم بازی درآمدزا به کاربران اجازه می دهد با شرکت در ورزش های فانتزی و بازی های دیگر کسب درآمد کنند.

وفادری کاربران خود را با دادن فرصت های یکسان به آنها برای اثبات خودشان و به نمایش گذاشتن مهارت هایشان پاسخ می دهد. بازیکنان در پلتفرم OneTo11 می توانند حتی بدون شرکت در رقابت های پولی نیز کسب درآمد کنند. این بازی با بازی های درآمدزای دیگر متفاوت است؛ چون کاربران آن به سه شیوه مختلف کسب درآمد می کنند:

بردن رقابت ها: بازیکنان می توانند تیم فانتزی خود را برای ورود به رقابت ها بسازند و با قرار گرفتن در فهرست تیم هایی که در ۷۵ درصد اول قرار دارند درآمد کسب کنند؛

کمیسیون شبکه: بازیکنان می توانند با کد خاصی که دارند، افراد دیگر را به پلتفرم OneTo11 دعوت کنند. با مشارکت کاربران دعوت شده در رقابت های پولی، ۱.۵ درصد از کارمزد رقابت به فرد دعوت کننده تعلق می گیرد؛

جمع‌بندی

در این مقاله تلاش کردیم ضمن بررسی مختصر ماهیت بازی‌های بلاک‌چینی و تفاوت‌های آنها با بازی‌های سنتی، بازی‌هایی را بررسی کنیم که هنوز خیلی شناخته‌شده نیستند و کمتر نام آنها را می‌شنویم. البته کل حوزه بازی‌های بلاک‌چینی هنوز آن‌طور که باید شناخته‌شده نیست و یک حوزه نوپاست؛ اما شواهد حاکی از آن است که محبوبیت این بازی‌ها رفته‌رفته بیشتر و بیشتر خواهد شد. بازی‌های بلاک‌چینی اقتصاد صنعت بازی را تغییر داده‌اند و انحصار قدرت را از چنگ توسعه‌دهندگان بازی‌ها خارج کرده‌اند. این بازی‌ها در ازای وقتی که بازیکنان صرف انجام بازی می‌کنند، برای آنها درآمد در نظر می‌گیرند و این علت محبوبیت آنهاست. پیش از این هم بازی‌های آنلاین و جامعه محوری وجود داشتند که طرفداران و کاربران خود را داشتند؛ اما بازی‌های بلاک‌چینی با اضافه کردن قابلیت کسب درآمد، پویایی بیشتری به جوامع بازی بخشیدند. با توجه به همه این موارد، زیر نظر گرفتن پژوهش‌های جدید بازی‌های بلاک‌چینی منطقی به نظر می‌رسد.

منبع: ارز دیجیتال

ژانر دفاع از قلعه است که نسبت به بازی‌های سنتی تر این ژانر، فضای بازی گسترده‌تری دارد.

توسعه‌دهندگان ایمورتال گیمز معتقدند که صنعت گیمینگ در حال ایجاد یک انقلاب در حوزه مالکیت دارایی‌های درون بازی است و آنها هم در حال حرکت در همین مسیر هستند.



ترای‌هاردز

ترای‌هاردز (TryHards) یک بازی تیراندازی مبتنی بر NFT بر پرست بلاک‌چین پالیگان است. بازیکنان ترای‌هاردز می‌توانند از طریق انجام این بازی، سهام‌گذاری کنند، مبارزه کنند و اسلحه و شخصیت‌های خود را بسازند و بهروز کنند. شخصیت‌های این بازی فنتیک (Fanatic) نام دارند و تمامی شخصیت‌ها و اسلحه‌ها مبتنی بر NFT هستند.

بازیکنان باید تا جایی که می‌توانند فنتیک جمع کنند تا توان خود را در بازی افزایش دهند. از آنجاکه این بازی در دسته بازی‌های درآمدزاست، مشوق‌های مالی خاص خود را برای سهام‌گذاری توکن بومی آن با نام TRY و ادامه بازی دارد.



آخرین مطالعات و گزارش‌ها

- ۱ اقتصاد دیجیتال
- ۲ فناوری مالی (فین‌تك)
- ۳ ارز دیجیتال
- ۴ بلک دیجیتال
- ۵ ...
- ۶ کسب و کار دیجیتال
- ۷ فروش آنلاین
- ۸ دیجیتال مارکتینگ
- ۹ رسانه دیجیتال
- ۱۰ ...

اقتصاد دیجیتال

www.DigitEco.ir

پایه شیوه و اخلاقی داشتی

elececo

اقتصاد الکترونیکی
www.elececo.ir

ما را در شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید

elececo

f

elececoir

elececoir

elececoir

داده‌های سیاه؛ خطرات مدیریت و افزایش ریسک

ذهنی یا حافظه سازمانی رویه‌رو کند.

عدم مدیریت داده‌های سیاه چه عواقبی دارد؟

اول از همه، عدم مدیریت داده‌های سیاه می‌تواند ریسک‌های قانونی و امنیتی برای سازمان به همراه بیاورد. برای مثال، ممکن است شرکت وارد دعواهای حقوقی شود و به منظور اثبات گفته‌های خود، مجبور به دسترسی و استفاده از این داده‌ها باشد.

مورد دوم این است که عدم دسترسی به داده‌های سیاه می‌تواند تصمیم‌گیران کلیدی را به سوی تصمیمات اشتباہ سوق دهد.

سوم اینکه داده‌های سیاه می‌توانند ضایعات فراوانی به بارآورند. به عنوان مثال، بهره‌وری کارکنان کاهش می‌یابد، چون باید زمان بیشتری صرف جستجو و دریافت اطلاعات موردنیازشان کنند. هزینه انبارسازی هم افزایش می‌یابد، چون ذخیره داده‌ها بدون استفاده از آن‌ها، به صرفه نیست.

ریسک چهارم مربوط به سیلوی داده‌های شرکت است. رمینگتون در این باره توضیح می‌دهد: «هدف اول باید کشف داده‌های سیاه باشد، تا توان آن‌ها را دسته‌بندی کرد و به صورت مناسب مدیریت کرد و حتی در صورت امکان، برای مقاصد هوش تجاری آن‌ها را مورد تجزیه و تحلیل قرارداد. یکی از موارد کلیدی که باید بررسی شود این است که هر کدام از سیلوهای حاوی داده سیاه چطور تشکیل شده‌اند و به اینجا رسیده‌اند. فرایندها و ابزارهایی که می‌توانند به جلوگیری از وقوع دویاره آن‌ها در آینده کمک کنند هم باید مشخص شوند.»

یکی از رویکردهای فعلانه که شرکت‌ها می‌توانند برای کاهش داده‌های سیاه به کار بگیرند، ایجاد سیاست‌های نگهداری ایمن داده و آموزش پیوسته آن‌ها به کارکنان است.

با اجرای حسابرسی نیز می‌توان اطمینان حاصل کرد که داده‌ها و تغییراتشان در تمام ایستگاه‌های کاری و مخازن مرکزی داده هماهنگ باشند.

هر دوی این راهکارها به حذف «سیاه‌چاله‌های» موجود در اطلاعات شرکت‌ها که منشأ داده‌های سیاه هستند، کمک می‌کنند. رمینگتون در ادامه می‌گوید: «هنوز تا ناپدیدشدن داده‌های سیاه راه زیادی پیش رو داریم؛ اما در حال حاضر، سازمان‌ها باید تمام تلاش خود را برای رسیدگی به داده‌هایی که لحظه‌به‌لحظه تولید می‌شوند، به کار ببرند. این اقدامات در بلندمدت به شرکت‌ها کمک می‌کنند، تا به اهدافشان برسند.»

منبع: هوشیو

داده‌های سیاه، یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش روی کسب‌وکارها هستند که به نظر نمی‌رسد به این زودی رفع شوند؛ اما برای مدیریت داده‌های سیاه و کاهش ریسک‌هایی که همراه دارند، راهکارهایی وجود دارد.

داده‌های سیاه (نامرئی)

داده‌های سیاه (نامرئی) اطلاعاتی هستند که دیجیتالی نشده‌اند و کارکنان به صورت آماده به آن‌ها دسترسی ندارند؛ به عنوان مثال، می‌توان به پروندهای کاغذی اشاره کرد که داخل قفسه‌ها خاک می‌خورند. به رغم تلاش‌های اخیر سازمان‌ها در راستای دیجیتال‌سازی، حجم داده‌های سیاه همچنان بسیار زیاد است.

تعريفی جامع‌تر و ساده‌تر هم وجود دارد که هرگونه داده غیرقابل مشاهده را در دسته داده‌های سیاه جای می‌دهد. این داده‌ها می‌توانند اطلاعات الکترونیکی (مثل پیام‌های فوری و رونوشت تماس‌های تصویری) باشند که از وجودشان اطلاعی ندارید یا هر محتوای دیگری که در یک مخزن داده مرکزی و قابل جستجو، جمع‌آوری نشده است.

براین رمینگتون، معاون ارشد اطلاعات شرکت Hyland و مسئول راهکارهای مدیریت محتوا، می‌گوید: «داده‌های سیاه داده‌هایی هستند که مدیریت نمی‌شوند یا در یک منبع سازمانی قابل جستجو، حضور ندارند.»

در طول همه‌گیری اخیر، کارکنان بسیاری از شرکت‌ها از راه دور و در محیط‌های بهشت توزیع شده (پراکنده) مشغول به کار بوده‌اند. این امر به رشد داده‌های سیاه، سرعت بخشیده است.

رمینگتون ادامه می‌دهد: «کارکنان برای تماس تصویری، به اشتراک‌گذاری اسناد، خواندن ایمیل و خیلی کارهای دیگر از لپ‌تاپ‌های متعلق به کار شرکت استفاده می‌کنند. در نتیجه این امر، حجم عظیمی از داده‌های سیاه تولید می‌شوند که در ابزار شرکت روی هم تلبیار می‌شوند. بعلاوه، ممکن است کارکنان، محتوای مرکزی شده را روی لپ‌تاپ‌های محلی خود کپی کنند و بعد از تغییر، مجدداً در همین سامانه بارگذاری اش نکنند.»

به عقیده رمینگتون، مشکل اصلی که حجم فزاینده داده‌های سیاه به بار می‌آورد، مدیریت آن‌ها و تضمین این نکته است که بعد از بازبینی، به طرق مناسب برای مقاصد مدیریتی و هوش تجاری به کار برد شوند. علاوه بر این، وقتی کارکنان شرکت را ترک می‌کنند، غفلت از داده‌های سیاه می‌تواند شرکت را با ریسک از دست دادن دارایی‌های

بیانیه کاری مشکل روزهای کاری



■ نویسنده: نیکول فالون؛ کارشناس فناوری کسب و کار و بازاریابی
■ مترجم: علی آل علی

مدیریت برنامه کاری اعضای شرکت کار ساده‌ای نیست. اینکه کارکنان یک شرکت در چه روزها و ساعت‌هایی باید در شرکت حضور داشته باشند، مسئله ساده‌ای به نظر می‌رسد. با این حال در طول دو سال اخیر بروز مشکلات متعدد در زمینه حضور کارمندان در محل کار مشکلات ناشی از برنامه‌ریزی کاری‌شان را بهشت افزایش داده است. اگر شما هم در عرصه کسب و کار با مشکلات زیادی برای برنامه‌ریزی ساعت‌های کاری کارمندانتان روبه‌رو هستید، این مقاله کاربرد فراوانی برای شما خواهد داشت.

امروزه بسیاری از برندهای به طور پاره‌وقت یا در روزهای خاصی از کارمندانشان استفاده می‌کنند. معنای این عدم نیاز بسیاری از برندهای به نیروی تمام وقت است. از سوی دیگر کارمندان نیز در چنین شرایطی برای چند شرکت به طور هم‌زمان کار می‌کنند. با این حساب تهیه یک برنامه کاری واحد برای تمام اعضای شرکت امری غیرممکن به نظر می‌رسد. شما در این میان باید به جای برنامه‌های رایج اقدام به شخصی‌سازی تقویم کاری هر کدام از کارمندان نمایید، در غیر این صورت خیلی زود در برندهایشان با انواع مشکلات روبه‌رو خواهید شد.

اگر شما هم در کسب و کارتان راهکارهای تازه‌ای برای برنامه‌ریزی ساعت‌ها و زمان کاری کارمندان نیاز دارید، ما در این مقاله برخی از تکنیک‌های اساسی و حررفای را مورد ارزیابی قرار خواهیم داد. این امر به شما برای تأثیرگذاری بهینه بر روی روند کاری اعضای شرکت و بهبود موقعیت برندهایشان در بازار کمک خواهد کرد. در ادامه برخی از مهم‌ترین نکات در این راستا را مورد ارزیابی دقیق قرار خواهیم داد.

تعريف نیازهای برنامه‌ریزی

دارد. شما برای برنامه‌ریزی درباره روزها و ساعت‌های کاری هر کدام از تیم‌ها باید به برنامه شخصی آنها نیز توجه نشان دهید، در غیر این صورت برنامه‌های شما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بهشدت با مشکل رو به رو خواهد شد.

بسیاری از مدیران شرکت‌ها بدون هماهنگی با کارمندان اقدام به ارزیابی سطح کاری‌شان خواهند کرد. این امر می‌تواند مشکلات بسیار زیادی برای کاری‌ای برنامه موردنظر به همراه داشته باشد. بسیاری از کارشناس‌های کسب‌وکار در تلاش برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف فقط به فکر نیازهای برنداشان هستند. این امر در بلندمدت توانایی یک کسب‌وکار برای تعامل مناسب با کارمندان را از بین می‌برند. شاید حتی در این میان شما با مشکل ریزش شدید مشتریان نیز مواجه شوید. درست به همین خاطر باید همیشه در ابتدای مسیر به دنبال تأثیرگذاری حرفه‌ای بر روی کارمندان اقدام و تدوین برنامه کاری‌شان با مشورت و ارتباط نزدیک باشید، در غیر این صورت شاید مشکلاتتان به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا کند.

یادتان باشد در زمینه برنامه‌ریزی برای ساعت‌ها و روزهای کاری باید به توانمندی کلی شرکت نیز توجه نشان دهید. آیا از نظر فنی شما امکان میزبانی از کارمندان در تمام روزهای هفته و ساعت‌های گوناگون را دارید؟ اگر چنین امکانی برای شما فراهم نباشد، مشکلاتتان به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد. این امر می‌تواند در درسرهای زیادی برای برنداشان به همراه داشته باشد؛ بنابراین شما باید توجهتان به طور حرفه‌ای به این موضوع جلب شود. توصیه مادر این بخش توجه به میزان توانمندی برندهای میزبانی از کارمندان در ساعت‌های مختلف و سپس تصمیم‌گیری درباره استفاده از شیوه‌های گوناگون است. فقط در این صورت شما شانسی برای تأثیرگذاری بر روی کارمندان و بهبود عملکرد کلی شرکت خواهید داشت.

استفاده از الگوی کاری فشرده

گاهی اوقات کارمندان یک بخش از شرکت به جای ساعت‌های کاری انعطاف‌پذیر مایل به انجام تمام مسئولیت‌شان در یک بازه زمانی فشرده و سپس استفاده از فرصت استراحت یا حتی همکاری با دیگر برندها هستند. در این صورت شما به جای اینکه زمان کاری تیم موردنظر را در طول هفته پراکنده کنید، باید چند روز پشت‌سرهم را به طور فشرده برای حضور شان در شرکت اختصاص دهید. بدون تردید این امر بسیار عجیب به نظر می‌رسد، اما اگر به درستی از سوی کسب‌وکار شما دنبال شود، تأثیرگذاری بسیار زیادی برای

شما برای برنامه‌ریزی دقیق زمان کار کارمندان‌تان باید اول از همه یک تعريف دقیق از سطح نیازهای در این حوزه داشته باشد. به راستی چرا شما در تلاش برای تغییر ساعت‌های عادی کاری و شخصی‌سازی اش برای هر کدام از اعضا شرکت هستید؟ این سؤال اهمیت بسیار زیادی برای تأثیرگذاری حرفه‌ای بر روی کارمندان دارد. اگر شما توانایی پاسخگویی دقیق به این پرسش را نداشته باشید، شانس‌تان برای جلب نظر کارمندان به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا خواهد کرد.

همان‌طور که در بخش ابتدایی این مقاله مورد بررسی قرار گرفت، شیوع ویروس کرونا یکی از دلایل اصلی برای تغییر ساعت‌های کاری در شرکت‌ها بوده است. این امر به طور ویژه‌ای در فرایند دورکاری موردنظره قرار می‌گیرد. با این حساب شما برای بازگشایی دوباره دفتر برنداشان نیاز به تعیین زمان‌های مشخص برای هر کدام از گروه‌های کاری به منظور حضور در دفتر اصلی و ادامه فعالیت به طور حضوری را خواهید داشت. در کنار این موضوع، همکاری با کارمندان پاره وقت نیز مسئله مهم دیگری محسوب می‌شود. بدون تردید همکاری با افراد موردنظر از لحاظ ساعت کاری بسیار متفاوت از آنچه اغلب مردم در ذهن دارند، خواهد بود؛ بنابراین شما باید همیشه ایده‌هایتان برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به خوبی مدیریت کرده و در زمینه تنظیم ساعت‌های کاری چنین کارمندانی نهایت توجه را به خرج دهید. این امر به تنهایی می‌تواند دلیل خوبی برای برنامه‌ریزی به منظور شروع فرایند تنظیم ساعت کسب‌وکار باشد.

گاهی اوقات برخی از تیم‌های کاری در روزها و ساعت‌های خاصی عملکرد بهتری از خودشان نشان می‌دهند. این امر درباره برخی از شرکت‌های بزرگ که ساعت‌های کاری بهشدت انعطاف‌پذیری دارند، مصدق پیدا می‌کند. با این حساب شما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدفتان نیاز به جلب تعامل مشتریان خواهید داشت. توصیه ما در این بخش تلاش برای استفاده از شیوه‌های مرتبط با ساعت‌های کاری منعطف است، در غیر این صورت شاید شما امکان استفاده از تمام ظرفیت کاری تیم‌های کاری شرکت را پیدا نکنید. این امر در نهایت میزان فروش و تأثیرگذاری بر روی مشتریان را به شدت تحت تأثیر قرار داده و اوضاع برنداشان در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای وخیم خواهد کرد.

ارزیابی سطح کارمندان و میزان در دسترس بودنشان

میزان در دسترس بودن کارمندان شرکت اهمیت بسیار زیادی

قابل ملاحظه‌ای دشوار خواهد شد.

استفاده از نیروی کار آماده برای شیفت‌های اضافه

بی تردید در شرکت گاهی اوقات افرادی مایل به اضافه کاری هستند. این امر می‌تواند نیروی کار بیشتری در اختیار شما قرار داده و تکلیف کارهای عقب‌افتداد را در مدت زمانی کوتاه مشخص سازد. بسیاری از برندها برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب‌شان به طور مداوم به دنبال استفاده از تمام ظرفیت نیروی کار هستند. این امر گاهی اوقات حالت اجبار به اضافه کاری در شرکت را پیدا می‌کند. بدون تردید چنین امری تأثیرات منفی بسیار زیادی بر روی کسب و کار شما به همراه خواهد داشت. درست به همین خاطر شما باید از همان ابتدای امر به دنبال استفاده از فرصت‌های کاری تان به بهترین شکل ممکن باشید. این امر شامل ارائه درخواست عمومی برای یافتن کارمندانی در شرکت که علاقه‌مند به اضافه کاری هستند، خواهد بود.

وقتی بعضی از کارمندان شرکت به طور داوطلبانه مایل به اضافه کاری باشند، شما هیچ مشکلی برای تأثیرگذاری بر روی این دسته از افراد نخواهید داشت. یادتان باشد در این صورت شما امکان بهره‌گیری از بازده کاری بالای کارمندان تان را پیدا می‌کنید. چنین امری می‌تواند برای شما مزایای بسیار زیادی به همراه داشته باشد. این امر در شرایط کنونی برای برندتان بسیار مهم تلقی می‌شود. یکی دیگر از نکاتی که باید مدنظر شما در رابطه با اضافه کاری قرار گیرد، مربوط به افزایش کیفیت کاری برخی از کارمندان در صورت استفاده از ساعت‌های کاری طولانی‌تر است. معنای این امر امکان تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از سوی کارمندان در صورت بهره‌گیری از شیفت‌های طولانی خواهد بود. با این حساب شما باید به طور مداوم در تلاش برای شناسایی کارمندان علاقه‌مند به کار طولانی‌تر و تلاش برای همکاری با آنها به طور حرפה‌ای باشید، در غیر این صورت یکی از فرصت‌های طلایی برای تأثیرگذاری بر روی مشتریانتان را از دست خواهید داد.

پیروی از مقررات محلی

برخی از بازارهای محلی دارای مقررات خاصی در زمینه فعالیت شرکت‌ها هستند. شما در این صورت باید به طور کامل از مقررات موردنظر پیروی نمایید، در غیر این صورت مشکلات‌تان برای تأثیرگذاری بر روی مشتریان به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد. این امر حتی گاهی اوقات شامل انتظارات ویژه مشتریان در یک بازار نیز می‌شود. به همین خاطر شما باید فعالیت

مشتریان به همراه خواهد داشت. یادتان باشد کارمندان در صورت فعالیت به طور مطلوب‌شان همیشه کیفیت کاری بالاتری از خود نشان می‌دهند. این امر باید به طور مداوم مورد توجه شما قرار داشته باشد، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیدا نکنید.

بی شک اغلب تیم‌های کاری در طول هفته بین یک تا دو روز تعطیلات دارند. حالا اگر در این میان برخی از کارمندان مایل به استفاده از سه روز تعطیلات هستند، شما نباید خیلی به خودتان زحمت دهید. راهکار شما در چنین موقعیت‌هایی تلاش برای استفاده از زمان‌بندی فشرده کاری است. این امر هم رضایت شما به عنوان صاحب یک کسب و کار را در پی دارد، هم برای کارمندان لذت‌بخش خواهد بود؛ بنابراین شما باید همیشه به دنبال تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدفتان به بهترین شکل ممکن باشید، در غیر این صورت مشکلات‌تان برای تأثیرگذاری بر روی مشتریان به طور مداوم ادامه پیدا خواهد کرد.

برخی از کارآفرینان فکر می‌کنند هرچه کارمندان حضور بیشتری در شرکت داشته باشند، میزان بهره‌وری شان افزایش پیدا خواهد کرد. این فرض هر پایه و اساسی که داشته باشد، از نظر علمی درست نیست. شاید کارمندان را به اجبار در شرکت نگه دارید، اما بدون تردید در صورتی که رضایت آنها در این شیوه کاری تأمین نشود، خبری از کارایی بالاتر نخواهد بود. درست به همین خاطر شما باید به طور مداوم در تلاش برای همفکری با کارمندان تان برای پیداکردن بهترین ساعت‌های کاری باشید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای توسعه کسب و کار و تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدفتان پیدا نکنید.

نکته مهم در این میان ایجاد تعادل میان خواسته‌های شما به عنوان صاحب کسب و کار و انتظارات کارمندان است. بدون تردید شما توانایی پاسخگویی به تمام مشکلات کارمندان تان را ندارید. به همین خاطر باید در تلاش برای تأثیرگذاری بر روی آنها به شیوه گفت و گو محور باشید. این امر می‌تواند شرایط شما را به طور قابل ملاحظه‌ای توسعه داده و برای تأثیرگذاری بر روی کارمندان شرایط ویژه‌ای را ایجاد نماید. در نهایت شما باید راهکار میانه‌ای برای انتخاب ساعت‌های کاری و روزهای فعالیت کارمندان در شرکت انتخاب نمایید. بی تردید ایده‌هایی نظیر کار یک ساعت در روز یا حتی حضور کارمندان برای دو روز در هفته قابل بحث نیست. اما به عنوان مثال، تعطیلی سه روز در هفته می‌تواند ایده قابل مذاکره‌ای باشد؛ بنابراین شما باید در زمینه همفکری با کارمندان تان چنین ایده‌هایی را مدنظر قرار دهید، در غیر این صورت شرایط‌تان به طور

ارتباط مداوم با کارمندان شرکت

وضعیت کارمندان و حتی شرکت در طول زمان به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر می‌کند. این امر برای کسبوکار شما اهمیت بسیار زیادی داشته و امکان تأثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف را به همراه دارد. برخی از کارآفرینان پس از اینکه ساعت‌های کاری برندشان را تعیین می‌کنند، مشکلات بسیار زیادی برای تغییرش دارند. دلیل این امر ارزیابی ساعت کاری و بهطورکلی برنامه کاری بهمثابه امری ثابت و تغییرناپذیر است. توصیه‌ما در این میان تغییر برنامه موردنظر در صورت نیاز است. این امر می‌تواند شرایط شما را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشیده و شانستان برای تأثیرگذاری بر روی مشتریان در بازه‌های زمانی طولانی را بهشت افزایش دهد.

یادتان باشد مشتریان همیشه یک سلیقه واحد ندارند. این امر درباره تغییرات بازار نیز مصدق پیدا می‌کند. با این حساب اگر شما به دنبال تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدفتان هستید، باید از همین ابتدا به دنبال راهکارهایی برای اعمال تغییرات احتمالی در برنامه کاری تان باشید. این امر می‌تواند شرایط تأثیرگذاری بر روی مشتریان را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشد.

گفت‌وگو با کارمندان شرکت و اطمینان از رضایتشان برای ادامه روند کاری امر بسیار مهمی محسوب می‌شود. شما در صورت توجه به این نکته شانس بسیار زیادی برای تأثیرگذاری بر روی مشتریان خواهید داشت. این امر می‌تواند حتی به عنوان رهیافتی مناسب برای تأثیرگذاری بر روی مشتریان نیز موردنظر قرار گیرد. یادتان باشد در این صورت برند شما باید حتماً به پیش از تغییر ساعت‌های کاری هماهنگی لازم با کارمندان را انجام دهد، در غیر این صورت شاید با برخوردهای غیرحرفه‌ای کارمندان و حتی اعتراض‌های گسترده‌شان روبرو شوید. این امر می‌تواند وضعیت فعالیت‌ها را تحت تأثیر قرار داده و در درس‌های زیادی برای ادامه باشند.

آمادگی برای تغییرات

همان‌طور که پیش از این اشاره شد، شرایط یک برنده در طول زمان می‌تواند به‌شدت تغییر کند. این امر وضعیت شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای تحت تأثیر قرار می‌دهد. برخی از برندها در زمینه برنامه‌ریزی کاری هرگز به تغییرات احتمالی توجه نشان نمی‌دهند. این امر موجب بروز شرایط بسیار دشواری برای برندها می‌شود. اگر شما به دنبال بهبود شرایط کاری تان هستید، باید از همین حالا شرایط فعالیت‌تان را به طور کامل مشخص نمایید. این امر

بهینه‌ای در این راستا از خودتان نشان دهید، در غیر این صورت شاید فرایند تأثیرگذاری بر روی مشتریان برای شما بهشدت دشوار و سخت شود.

امروزه در برخی از بازارهای محلی امکان فعالیت کارمندان بیشتر از هشت ساعت در روز وجود ندارد. این امر باید به طور ویژه‌ای مدنظر شما قرار گیرد؛ بنابراین اگر در چنین بازارهایی به دنبال ساعت‌های کار طولانی تر هستید، باید در ایده‌هایتان تجدیدنظر نمایید، در غیر این صورت شاید خیلی زود با برخوردهای حقوقی از سوی نهادهای ناظر در بازار موردنظر روبه‌رو شوید. این امر می‌تواند شرایط شما در بازار را بهشت تحت تأثیر قرار داده و امکاناتتان برای تأثیرگذاری بر روی مشتریان را تضعیف نماید.

انتشار برنامه کاری در همان ابتدای شروع به کار برنده

وقتی شما به دنبال استخدام نیروی کار تازه هستید، باید همیشه نسبت به همکاری با کارمندان دارای مهارت کافی توجه نشان دهید. اگر برنده شما از همان ابتدای کار با کارمندان یا به عبارت بهتر تیمی حرفه‌ای شروع به کار نماید، می‌تواند شانس خودتان برای رقابت حتی با بزرگ‌ترین برندهای دنیا را نیز امتحان نماید. این نکته دارای اهمیت بسیار زیادی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد بود.

بی‌شک همکاری با تیم‌های کاری حرفه‌ای نیازمند شروع به کار حرفه‌ای برنده شما نیز هست؛ بنابراین شما باید از همان ابتدای شروع به کار تان در حوزه کسبوکار به دنبال راهکارهای حرفه‌ای برای تأثیرگذاری بر روی کارمندان برتر بازار باشید. این امر شامل استفاده از یک برنامه کاری همراه با ساعت‌های مشخص شده در همان ابتدای کار است. چنین امری می‌تواند وضعیت شما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور ویژه‌ای تحت تأثیر قرار دهد.

یادتان باشد امروزه کارمندان حرفه‌ای فقط به دنبال همکاری با برندهای برتر در بازار هستند. بی‌شک کسبوکارهای بزرگ شانس اول برای استخدام نیروی کار حرفه‌ای محسوب می‌شوند. در این میان شما باید به دنبال راهکارهایی برای جلب نظر کارمندان به برندهای باشید. این امر فقط از طریق رفتار حرفه‌ای از همان گام نخست امکان‌پذیر خواهد شد؛ بنابراین شما باید از همان ابتدای شروع به کار دنبال نمایش رفتار حرفه‌ای برندهای باشید. یکی از نمودهای این امر نیز انتشار رسمی و عمومی برنامه کاری هر کدام از اعضای موردنیاز شرکتتان است. این طوری شما از همان ابتدای امر میزان حرفه‌ای بودن تان در بازار را به خوبی نشان خواهید داد.

می دهد. با این حساب اگر شما به دنبال جلب نظر کارمندانتان به طور حرفه‌ای هستید، می توانید اندکی آزادی عمل را در دستور کار قرار دهید. چنین امری نظر مساعد کارمندان نسبت به ادامه همکاری با برندتان را به طور ویژه‌ای جلب می کند. یادتان باشد آزادی عمل برای کارمندان در هر سطحی اهمیت ویژه‌ای خواهد داشت. با این حساب شما برای حل مشکلات برندتان باید توجه ویژه‌ای به این راهکار نشان دهید.

بی تردید تنظیم ساعت‌های کاری و به‌طور کلی برنامه‌ریزی برای فعالیت کاری کارمندان امر بسیار مهمی محسوب می شود. چنین امری می تواند ساعت‌های زیادی از برنامه کاری تان را به خودش اختصاص دهد و حتی مشکلاتتان برای تأثیرگذاری بر روی کارمندان را نیز افزایش دهد. با این حساب استفاده از برخی از توصیه‌های کاربردی اهمیت بسیار زیادی خواهد داشت. این امر می تواند تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش داده و وضعیتتان را بهبود بخشد. استفاده از توصیه‌های مورده بحث در این مقاله می تواند گام مناسبی برای شروع کار شما در این زمینه محسوب شود؛ بنابراین در تلاش‌های بعدی تان برای طراحی برنامه کاری برند حتماً به نکات این مقاله توجه نشان دهید.

منبع: فرصت امروز

نیازمند همکاری نزدیک با اعضای تیم شرکت خواهد بود. شاید در برخی از بازه‌های زمانی نیاز برند شما برای همکاری نزدیک با کارمندان به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا کند. در این صورت شما باید به کارمندانتان برای تغییر ساعت‌های کاری هشدار دهید. چنین امری در صورتی که به طور پیشینی انجام شود، همراه با اعتراض‌های مداوم کارمندان نخواهد بود. بسیاری از برندها برای جلب نظر مشتریان به طور مداوم نیازمند اعمال تغییرات کوچک در ساعت‌های کاری شان هستند. اگر شما در این میان رضایت کارمندان را به بهترین شکل ممکن جلب کنید، دیگر مشکلی پیش رویتان نخواهد بود.

اجازه دادن به کارمندان برای اعمال تغییر در برنامه کاری شان

کارمندان بهتر از هر فرد دیگری نسبت به ساعت‌های کاری مناسب برای خودشان اطلاعات دارند. این امر باید برای شما به مثابه راهکاری حرفه‌ای برای تأثیرگذاری بر روی تأثیرگذاری حرفه‌ای بر روی شناخته شود؛ بنابراین اگر به دنبال تأثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدفتان هستید، باید همیشه اجازه دادن به کارمندان برای اعمال تغییراتی هرچند کوچک در ساعت‌های کاری شان را به یاد داشته باشید. این امر می تواند وضعیت شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای تحت تأثیر قرار دهد.

بی شک مدیران همیشه نسبت به نیازهای فوری کارمندان اطلاعات لازم را ندارند. درست به همین خاطر گاهی اوقات تصمیم‌گیری‌هایی شان در دسترهای تازه‌ای پیش روی کارمندان قرار

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

ملهنه
اقتصاد دیجیتال

www.DigitEco.ir

دفتر نشریه: ۶۶۵۲۲۷۳۹
ایمیل: elececo.ir@gmail.com

تلگرام و اتساب: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵
شماره مستقیم سردیبر: ۰۹۲۱۲۷۸۹۴۰۶

جهت ارسال مقاله، گزارش و خبر:



بهبود مهارت‌های ارتباطی با راهکارهای ساده

■ نویسنده: پیچی بنت - کارشناس بازاریابی مترجم: علی آل علی

در محیط کار هر کارمندی باید توانایی برقراری ارتباط مناسب با دیگران را داشته باشد. این امر به پیشبرد بینه امور و بهبود توانایی تمام اعضای شرکت برای همکاری با هم کمک می‌کند. البته در این میان برخی از اعضای شرکت به طور مداوم نسبت به شیوه‌های ارتقای مهارت‌های ارتباطی شان اعتراض دارند. این امر شامل درخواست کمک از مدیران و همچنین جست‌وجو برای راهکارهای ساده به منظور تقویت این توانایی و مهارت مهم است. اگر شما به این نکات توجه نشان دهید، به‌سادگی هرچه تمام‌تر فرصت تأثیرگذاری بر روی بازار و بهبود شرایط برندهای را پیدا می‌کنید.

بینه‌سازی توانایی ارتباطی فقط امری مربوط به کارمندان در شرکت‌ها نیست. امروزه گاهی اوقات کارآفرینان نیز با مشکلاتی از نقطه نظر تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف روبه‌رو هستند. این امر می‌تواند توانایی اعضا یک تیم کاری را به طور قابل ملاحظه‌ای تحت تأثیر قرار دهد. اگر شما هم در زمینه ارتباطات دچار مشکلات زیادی هستید، باید هرچه زودتر نسبت به رفع شکل موردنظر اقدام نمایید، در غیر این صورت شاید زمان بالارزشان خبلی زود تمام شود.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از راهکارها و شیوه‌های ساده برای تقویت مهارت‌های ارتباطی در محیط کار است. این امر به شما برای تأثیرگذاری بینه بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانستان در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای بینه‌سازی خواهد کرد. پس اگر شما هم در عرصه کسب و کار با چنین مشکلاتی روبه‌رو هستید، هر گز نکات موردنبحث در این مقاله را از دست ندهید. در ادامه برخی از ساده و تأثیرگذارترین شیوه‌ها در این میان را مورد ارزیابی قرار می‌دهیم؟

چرا مهارت‌های ارتباطی مهم است؟

به دیگران کنید، بدون هیچ دردرس اضافه‌ای امکان استفاده از نکات و توصیه‌های حرفه‌ای آنها را پیدا می‌کنید. معنای این امر هزینه‌های کمتر برای برندهای در فرایند توسعه کسب و کار خواهد بود. با این حساب دیگر مشکلی از نقطه نظر سطح تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیش رویتان قرار نمی‌گیرد.

بسیاری از افراد برای گوش دادن به دیگران مشکلات زیادی دارند. دلیل این امر نیز تمایل مردم برای حرفزدن به جای گوش دادن به دیگران است. این امر می‌تواند شرایط کارآفرینان را به طور قابل ملاحظه‌ای دشوار سازد. با این حساب شما باید برای تأثیرگذاری بر روی دیگران اول از همه وقت مناسب به منظور گوش دادن به آنها را پیدا کنید. بدون شک وقتی کارآفرینان فشار کاری زیاد در کارهای در دست انجام دارند، فرصتی هم برای گوش دادن به دیگران نخواهد داشت. درست به همین خاطر شما باید همیشه زمان‌بندی درستی برای شروع یک مکالمه یا گوش دادن به دیگران داشته باشید، در غیر این صورت همیشه به ساده‌ترین شکل ممکن حواس‌ستان از بحث اصلی پرت خواهد شد. این امر شاید در نگاه نخست سیار ساده به نظر برسد، اما در یک چشم بهم‌زدن توانایی شما در بازار را به شدت کاهش داده و فرصت‌های کارآفرینی پیش رویتان را از بین می‌برد.

وقتی شما زمان مناسب برای گفت و گو با دیگران را پیدا کردید، یکی از مهم‌ترین نکات تلاش برای حفظ ارتباط چشمی با مخاطب هدفتان است. این امر می‌تواند توانایی شما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطبان را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش دهد. با این حساب دیگر هیچ مشکلی از نقطه نظر سطح تأثیرگذاری بر روی دیگران پیش روی شما یا برندهای نخواهد بود. این نکته برای بهینه‌سازی شرایط‌تان در بازار و همچنین تلاش برای نمایش جلوه‌های حرفه‌ای از کارتان بی‌نهایت مهم خواهد بود.

گاهی اوقات کارآفرینان به هنگام گوش دادن به دیگران فقط به نشانه تأیید سر تکان می‌دهند. شاید این امر نوعی زیان بد محسوب شود، اما خیلی زود توانایی تان برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را از بین می‌برد. این امر می‌تواند برای شما هزینه‌های زیادی به همراه داشته و شانس تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز کاهش دهد. بهترین راهکار در این میان نشان دادن توجه‌تان به روند بحث با طرح برخی از سؤالات کلیدی است. این‌طوری طرف مقابل نسبت به توجه کامل شما به حرف‌ها مطلع خواهد شد.

اگر شما هم مایل به مشارکت در روند بحث هستید، می‌توانید خیلی راحت منتظر تمام شدن حرفه‌ای طرف مقابل یا مکث‌های طولانی وی در فرایند گفت و گو باشید. این زمان‌ها برای شروع

از کارآفرینان به طور سنتی بر اهمیت این مورد در حوزه کسب و کار تاکید دارند. درست به همین خاطر امروزه تمام کارآفرینان بزرگ دنیا دارای مهارت‌های ارتباطی به طور حرفه‌ای هستند. این امر به آنها برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای و بهینه‌سازی شرایط کاری‌شان کمک می‌کند. با این حساب اگر شما کارآفرینی تازه‌کار محسوب می‌شوید، باید از این روند در دنیا کسب و کار به خوبی پیروی نمایید.

مهم‌ترین مزیت مهارت‌های ارتباطی کمک به کارآفرینان برای ارتباط با تمام افراد دور و برشان به شیوه‌ای ساده است. وقتی شما ارتباطات خیلی خوبی داشته باشید، دیگر نیازی به نگرانی بابت برداشت‌های اشتباه یا مشکلات ناشی از درک نادرست طرفین از عملکرد یکدیگر نخواهد بود. به علاوه، توانایی‌های شما برای تأثیرگذاری بر روی مشتریان نیز به طور قابل ملاحظه‌ای بهمود خواهد یافت. این امور به شما برای تأثیرگذاری بر روی مشتریان بهترین شکل ممکن کمک می‌کند. با این حساب دیگر نیازی برای نگرانی نسبت به آینده کسب و کار تان نخواهد بود.

امروزه برخی از کارآفرینان به طور طبیعی دارای مهارت‌های ارتباطی بسیار زیادی هستند. این امر به آنها برای فعالیت مناسب در فضای کسب و کار کمک کرده و سطح تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز همیشه بالا نگه می‌دارد. اگر شما در این میان توانایی لازم برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدفتان را ندارید، نیازی به نگرانی بیش از اندازه نیست. امروزه شما می‌توانید به سادگی هر مهارتی در دنیای کسب و کار را به خوبی یاد بگیرید. این امر به شما برای جلب نظر مشتریان کمک ویژه‌ای کرده و شرایط‌تان را نیز بهینه‌سازی خواهد کرد. تنها نکته‌ای که در این میان باید نظر شما را جلب کند، مربوط به استفاده از توصیه‌های حرفه‌ای برای بهینه‌سازی شرایط کاری تان است.

شونده خوبی باشید

اغلب مردم در سراسر دنیا دوست دارند دیگران به حرفه‌ای شان بادقت زیادی گوش دهند. این امر احساس رضایت شغلی را در میان کارمندان به شدت افزایش داده و از طرف مقابل فردی بادقت می‌سازد. یادتان باشد در دنیای کسب و کار تمام همکاران شما باید درکی درست و دقیق از مهارت‌های شما به عنوان یک کارآفرین داشته باشند. این امر به کسب و کار شما وجهه بسیار معتبر و حرفه‌ای می‌دهد. به علاوه، اگر شما از همان ابتدای کار تان اقدام به گوش دادن



در غیر این صورت شاید هرگز شانسی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف یا بهینه‌سازی شرایطتان در بازار پیدا نکنید.

گاهی اوقات کارآفرینان برای برگزاری جلسات کاری اقدام به دعوت از چندین مهمان مهم می‌کنند. یادتان باشد در هر جلسه تعداد مهمان‌ها باید محدود باشد، در غیر این صورت فرصت گفت‌وگو به هیچ‌کس نخواهد رسید. این امر می‌تواند برای شما هزینه‌های بسیار زیادی به همراه داشته و شanstan برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش دهد. درست به همین خاطر شما باید برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به استفاده از تمام شرایطتان نمایید. یکی از مهم‌ترین نکات در این میان تلاش برای حفظ آرامش و پیشبرد درست بحث با دعوت مهمان‌های اندک است.

اگر شما همیشه دوست دارید جلسات کاری تان طولانی برگزار شود، باید خیلی زود نسبت به الگوی کاری تان تجدیدنظر کنید. این امر شامل استفاده از جلسات کوتاه به منظور عدم اختلال در فرایند کاری عادی مهمان‌هاست. اگر جلسات شما خیلی طولانی باشد، کمتر کسی در بلندمدت مایل به همکاری با شما یا حتی حضور در جلساتتان خواهد بود. این امر می‌تواند توانایی شما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای تحت تأثیر قرار دهد. درست به همین خاطر شما باید همیشه نسبت به روند کاری تان توجه لازم را نشان دهید، در غیر این صورت خیلی زود شanstan برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین می‌رود.

بیان دلیل اقداماتتان

یک کارآفرین موفق در شرکت باشد همیشه توانایی توضیح دلیل اقداماتش را داشته باشد. این امر به کارآفرینان برای تأثیرگذاری حرفاًی بر روی مخاطب هدف کمک می‌کند. اگر شما به دنبال تأثیرگذاری حرفاًی بر روی مخاطب هدفتان در عرصه کسب و کار هستید، استفاده از فرصت‌های پیش رویتان به طور حرفاًی همیشه

بحث بهترین موقعیت را به شما می‌دهد؛ بنابراین باید همیشه برای شروع بحثتان در بازه‌های زمانی موردنظر اقدام نمایید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطبتان پیدا نکنید. این امر می‌تواند تمام توانایی شما برای مشارکت در روند بحث را از بین برده و گفت‌وگو را بدل به یک‌طرفه نماید. یادتان باشد شما لازم نیست در تمام طول بحث موافق طرف مقابلتان باشید. گاهی اوقات مخالفت‌های کوتاه می‌تواند به شما در روند پیشبرد بحث کمک نماید؛ بنابراین بدون استرس زیاد اقدام به مخالفت با طرف مقابل در موقع ضروری نمایید. این نکته از شما فردی حرفاًی و کارآفرینی مطلع در دنیای کسب و کار می‌سازد. البته مخالفت شما باید همیشه همراه با دلیل و مدرک مناسب باشد، در غیر این صورت شاید هرگز شانسی برای جلب نظر کارمندانتان یا توسعه مهارت‌های ارتباطی پیدا نکنید. این نکات هزینه زیادی برای شما به همراه داشته و تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز بدل به امری غیرممکن خواهد کرد.

برگزاری جلسات مفید و مؤثر

برگزاری جلسات یکی از بهترین راهکارها برای تقویت مهارت‌های ارتباطی محسوب می‌شود. امروزه هنوز هم اغلب مردم در ملاقات‌های حضوری توانایی ارتباطی بهتری در مقایسه با تماس تلفنی یا ارسال ایمیل نشان می‌دهند؛ بنابراین شما در صورت تمایل برای ارتباط با برخی افراد مهم در عرصه کسب و کار باید به بهترین شکل ممکن در تلاش برای برگزاری جلسات مفید باشید. اشتباه بزرگ در این میان تمایل برخی از کارآفرینان برای برگزاری جلسات کاری به طور مداوم و پر تعداد است. این امر شاید در نگاه نخست بسیار جذاب به نظر برسد، اما هیچ تأثیرگذاری بر روی روند فعالیت شما در عرصه کسب و کار نخواهد داشت. همچنین این روند برگزاری جلسات می‌تواند شما را با مشکلات بسیار زیادی در بازار رویه رو سازد. درست به همین خاطر باید همیشه تعداد جلساتتان را محدود در نظر بگیرید. از نقطه‌نظر دیگر، شما باید همیشه تمایل کافی برای استفاده از راهکارهای حرفاًی به منظور مدیریت جلسه را نیز داشته باشید، در غیر این صورت شاید دیگران تمایلی برای شرکت و همکاری با شما در فرایند برگزاری جلسه نشان ندهند.

همکاری با کارآفرینان یا کارمندان مهم در عرصه کسب و کار برای هر بندي هدف مهمی محسوب می‌شود. این امر به غیراز تقویت مهارت‌های ارتباطی برای کارآفرینان غیرممکن خواهد بود. درست به همین خاطر شما باید به طور مداوم توانایی تان برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را مورد ارزیابی قرار دهید.



را مدنظر قرار دهید، این امر حتی ساده‌تر از هر زمان دیگری نیز خواهد شد. درست به همین خاطر شما باید به طور مداوم برای بهینه‌سازی شرایطتان در محیط کار اقدام نمایید، در غیر این صورت شاید فرصتی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف یا بهینه‌سازی شرایطتان پیدا نکنید.

تعامل با کارمندان به منظور بهبود مهارت‌های ارتباطی نیاز به جلسه یا دوره‌می رسمی ندارد. شما خیلی راحت در میانه گفت‌و‌گوهای روزانه یا حتی ساعت‌های استراحت می‌توانید شروع به بحث و تبادل نظر با کارمندان کنید. این امر تصویری بی‌نهایت حرفه‌ای از شما در ذهن کارمندانتان ایجاد خواهد کرد. به این ترتیب دیگر تأثیرگذاری بر روی آنها امری غیرممکن یا بی‌نهایت سخت خواهد بود.

دربافت بازخورد از دیگران

دربافت بازخورد اغلب اوقات یکی از سخت‌ترین کارها در دنیای کسب و کار محسوب می‌شود. دلیل این امر نیز کمبود زمان کارآفرینان برای چنین کاری است. اگر شما هم در دنیای کسب و کار به طور مداوم با مشکلاتی برای دربافت بازخورد از دیگران روبرو هستید، روزهای سختگیرانه این ترتیب است. دلیل این امر امکان استفاده از راهکارهای بی‌نهایت ساده برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. شما به این ترتیب فرصت بسیار خوبی برای رسیدگی به سایر کارهایتان و تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور هم‌زمان خواهید داشت.

یادتان باشد شما در محیط کار همیشه امکان استفاده از ابزارهایی نظری ایمیل یا شبکه‌های اجتماعی برای دریافت نظرات مخاطب هدفتان را دارید؛ بنابراین استفاده از چنین ابزارهایی به شما برای بهینه‌سازی شرایطتان در بازار کمک کرده و تمام مشکلات پیش رویتان برای دربافت بازخورد دیگران را حل می‌کند.

منبع: فرصت امروز

گزینه خوبی خواهد بود. این امر می‌تواند شامل گفت‌و‌گوهای کوتاه و بیان مزایای شیوه موردنظر شما برای پیشبرد پروژه‌های برنده در مقایسه با دیگر راهکارهای مشابه باشد. در این صورت شناس شما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود پیدا می‌کند.

امروزه کارمندان تمایل بالایی برای مشارکت در فرایند تصمیم‌گیری‌های یک برنده دارند؛ بنابراین شما باید در صورت امکان به خوبی از پس این وظیفه‌تان در دنیای کسب و کار بربایید، در غیر این صورت خیلی زود تبدیل به مدیری مستبد در دنیای کسب و کار خواهد شد. این امر به معنای کاهش تمایل کارمندان برای همکاری با شما و سقوط آزاد مهارت‌های ارتباطی‌تان خواهد بود.

گاهی اوقات توضیح دلیل یک تصمیم بسیار سخت‌تر از اجرای آن است. در این صورت شما باید انگیزه کافی برای همکاری با برخی از کارآفرینان را داشته باشید. این امر می‌تواند فرصت‌های بسیار زیادی پیش روی شما قرار دهد. منظور ما در این بخش استفاده از راهنمایی و توصیه‌های دیگر کارآفرینان یا کارشناس‌های حرفه‌ای برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. شما در این صورت به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت بهینه‌سازی شرایطتان در محل کار را خواهید داشت.

یادتان باشد در هر جلسه کاری یا گفت‌و‌گوی ساده که به منظور توضیح دلیل اقدامات یا استراتژی‌های شرکت برگزار می‌شود، شما باید در نهایت از زبانی ساده برای توضیح مفاهیم سود ببریید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدفتان پیدا نکنید. این امر می‌تواند شرایط شما در بازار را به سرعت تحت تأثیر قرار دهد.

تعامل مداوم با کارمندان

همان‌طور که پیش ازین اشاره شد، کارمندان همیشه مایل به مشارکت با برندها در مسیر پیشبرد امور و کارهای برنده هستند. این امر به شما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شناس شما در بازار را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای توسعه خواهد داد. درست به همین خاطر اگر شما به دنبال تأثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدفتان هستید، باید همیشه تعامل با کارمندان را در دستور کار قرار دهید، در غیر این صورت برندهای دستور کار قرار دهید، در غیر این صورت برندهای پیش‌رفت مناسب و موردنظرتان را نخواهد داشت.

اغلب اوقات کارمندان افرادی به شدت راحت برای تعامل هستند. اگر شما به عنوان یک مدیر به طور مداوم تعامل با آنها



چگونه با طراحی و انتشار پادکست در آمدزایی کنیم؟

■ نویسنده: ایوان فرگوسن؛ کارشناس کسب و کار
■ مترجم: علی آل علی

پادکست‌ها در طول سال‌های اخیر از محبوبیت و شهرت بسیار زیادی برخوردار شده‌اند. این امر به کارآفرینان امکان طراحی پادکست در حوزه‌های مختلف و تلاش برای تعامل با مخاطب هدف را می‌دهد. البته در این میان بسیاری از افراد طراحی و انتشار پادکست را بیشتر نوعی سرگرمی تلقی می‌کنند، اما شما به خوبی امکان درآمدزایی از این تغییر دوست‌داشتی را نیز دارید.

بدون تردید برخی از افراد در زمینه طراحی پادکست حتی اگر پای کسب درآمد نیز در میان باشد، بیشتر به این مسئله در قالب نوعی درآمد جانبی نگاه می‌کنند. این امر به معنای ادامه فعالیت کارآفرینان در حوزه‌های تخصصی‌شان و نگاه به حوزه پادکست به عنوان کاری جانبی است. نکته مهم اینکه چنین برداشتی از حوزه طراحی و انتشار پادکست بیش از اندازه ساده‌انگارانه محسوب می‌شود.

امروزه برخی از کارآفرینان و هنرمندان به طور تخصصی در تلاش برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از طریق طراحی پادکست هستند. نکته جالب اینکه درآمدزایی این حوزه به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش داشته و به شما فرصت‌های بسیار خوبی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌دهد. با این حساب شما می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدفتان و درآمدزایی بر روی این حوزه حساب باز کنید. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای جلب نظر مخاطب هدف و بهینه‌سازی شرایطتان می‌دهد.

اولین نکته‌ای که برای ورود موفقیت‌آمیز به دنیای طراحی و ضبط پادکست باید مد نظر کارآفرینان قرار داشته باشد، نحوه درآمدزایی از آن است. بدون تردید بسیاری از افراد صرفاً برای تغییر در این حوزه حضور دارند، اما وضعیت شما به طور کامل متفاوت است. درست به همین خاطر شما باید برای جلب نظر مخاطب هدفتان به طور مداوم در تلاش برای استفاده از شیوه‌های حرفه‌ای باشید، در غیر این صورت چیزی به غیراز ضررهای سنگین در نهایت کار انتظار تان را نمی‌کشد.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از راهکارهای حرفه‌ای برای درآمدزایی از طریق ضبط و انتشار پادکست است. اگر شما هم به دنبال تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از چنین راهکاری هستید، نکات موردنبحث در این مقاله راهنمای بسیار خوبی برایتان خواهد بود. در ادامه برخی از مهم‌ترین نکات در این راستا را مورد ارزیابی و بررسی دقیق قرار می‌دهیم.

بازاریابی آشناسازی

بسیار زیادی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داشته و جذابیت پادکست شما را حفظ خواهد کرد. یکی از نمونه‌های رایج در این میان میان برای کسب و کار شما شامل استفاده از شیوه‌های مربوط به پیداکردن برندهای مرتبط با حوزه کاری تان و همچنین جلب نظر مخاطب هدف به طور استاندارد است. این امر به شما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و همکاری تان با برندهای گوناگون را نیز معنادار خواهد کرد. به عنوان مثال، اگر شما یک پادکست تخصصی در زمینه فناوری‌های دیجیتال دارید، همکاری با برندهای فعال در این حوزه بهترین ایده برای بازاریابی آشناسازی خواهد بود. در غیر این صورت شاید خیلی زود اعتراض کاربران اعتبار پادکستان را از بین برده و با ریزش مخاطب هدف روبرو شوید. چنین امری می‌تواند سود نهایی شما از طریق همکاری بازاریابی با برندهای مختلف را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش دهد.

فروش محصولات شخصی‌سازی شده به طرفداران

امروزه پادکست‌های بزرگ و محبوب دارای دامنه وسیعی از مخاطب هدف و طرفدارهای پروپاقرص هستند. این امر به شما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانستان در بازار را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد. وقتی شما دامنه وسیعی از طرفدارهای دو آتیشه برای پادکستان داشته باشید، فروش محصولات مختلف به آنها ایده خیلی بدی نخواهد بود. البته در اینجا نیز باید به ارتباط میان محصولات موردنظر و حوزه فعالیت برندهای توجه نشان دهید، در غیر این صورت شاید خیلی زود از عرصه رقابت با دیگر پادکست‌ها کنار بروید.

یادتان باشد تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف امری تصادفی نیست. پادکست‌ها برای جلب نظر کاربران برنامه‌های طولانی را اجرا می‌کنند. درست به همین خاطر نباید با یک اقدام نادرست تمام اعتبارتان در میان کاربران را از بین ببرید. این امر درباره فروش محصولات به مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای مصدق پیدا می‌کند؛ بنابراین باید همیشه راهکارهای مناسب برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به خاطر داشته باشید.

امروزه یکی از ایده‌های ساده برای فروش محصولات شخصی‌سازی شده به طرفدارهای یک پادکست شامل طراحی تیشرت‌های اختصاصی است. این امر درست مانند فروش لباس یک تیم ورزشی به طرفدارانش است؛ بنابراین اگر شما دامنه مناسبی از مخاطب هدف در پیرامون پادکستان دارید، می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر برای تأثیرگذاری بر روی آنها از این ایده

بازاریابی آشناسازی تکنیکی رایج و محبوب در میان کسب و کارها محسوب می‌شود. در این شیوه شما در ازای ارائه یک سرویس یا گزینه تشویقی به مشتریان آنها را برای معرفی کسب و کارتان به دوستانشان ترغیب خواهید کرد. این طوری در نهایت دامنه وسیعی از مخاطب هدف پیرامون برندهای شکل می‌گیرد. یکی از نکات مهم در این میان توجه به اهمیت استفاده درست از شیوه بازاریابی آشناسازی است. متأسفانه برخی از برندهای بازیاده‌روی در این حوزه عملاً کاربران را نسبت به پادکستان نالمی‌خواهند کرد.

شما در زمینه بازاریابی آشناسازی امکان استفاده از دو راهکار عمده را دارید. راهکار نخست شامل کاربست این شیوه برای افزایش تعداد مخاطب هدف پادکستان است. شما برای این امر باید در ابتدا دامنه مناسبی از مخاطب وفادار داشته باشید. این امر به معنای حضور برخی از کاربران علاقه‌مند به پادکستان و پیگیری وضعیت هر قسمت از پادکست شما به طور مداوم از سوی آنهاست. در این مرحله می‌توانید از مخاطب وفادار تان برای معرفی پادکست به دیگران سود ببرید. به این ترتیب دیگر نیازی برای مواجهه با هزینه‌های سنگین بازاریابی یا تبلیغات گران قیمت در دنیای کنونی نخواهد بود. این امر در طول سال‌های اخیر مورد توجه شمار بسیار زیادی از برندهای قرار گرفته است. اگر شما هم به دنبال تأثیرگذاری حرفاًی بر روی مخاطب هدفتان هستید، باید از همین امروز شانستان در حوزه موردنظر را مورد ارزیابی دقیق قرار دهید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای بهینه‌سازی شرایطتان در این حوزه پیدا نکنید.

راهکار دیگری که به شما برای درآمدزایی از طریق پادکستان کمک می‌کند، همکاری با دیگر برندهاست. این امر اغلب اوقات شامل دعوت شما از مخاطب هدف پادکستان به منظور آشنایی با برنده طرف قرارداد خواهد بود. در نهایت نیز مقدار مشخصی سود بنا بر قرارداد از قبل تنظیم شده در اختیار شما قرار می‌گیرد. این شیوه شاید در ابتدا خیلی سخت یا حتی غیرممکن به نظر برسد، اما اگر دامنه مخاطب ثابت شما بالا باشد، بدل به راهکاری حرفاًی و تأثیرگذار خواهد شد. درست به همین خاطر شما باید به طور مداوم این شیوه جذاب و تأثیرگذار را مدنظر قرار دهید، در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی تان برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف یا جلب نظر برندهای دیگر به منظور همکاری از بین برود.

یادتان باشد همکاری با برندهای مختلف در قالب بازاریابی آشناسازی باید به شیوه‌ای حرفاًی صورت گیرد. این امر اهمیت

توسیعه دهد. در این صورت دیگر نیازی برای نگرانی نسبت به کاهش محبوبیت پادکستان خواهد بود.

امروزه برخی از پادکست‌های بی‌نهایت محبوب در سراسر دنیا پس از گذشت مدت زمانی اندک اقدام به راهاندازی یک نسخه ویژه برای پادکستان می‌کنند. این نسخه ویژه در کنار حالت عادی انتشار پادکست‌ها قرار می‌گیرد. به این ترتیب کاربران علاقه‌مند به پرداخت مقدار مشخصی هزینه اضافی امکان بهره‌مندی از قسمت‌های ویژه پادکست مورد علاقه‌شان را خواهند داشت. این امر در بلندمدت منبع درآمد بسیار خوبی پیش روی شما قرار می‌دهد. درست به همین خاطر شما باید به طور مداوم این راهکار جذاب را در نظر داشته باشید، در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی تان برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین برود.

یادتان باشد عرضه نسخه پولی پادکست باید همیشه در کنار نسخه رایگان و معمولی صورت گیرد. این امر اهمیت بسیار زیادی برای شما و کسب و کار تان خواهد داشت. همچنین نسخه ویژه باید همیشه ارزش پرداخت هزینه اضافی از سوی مخاطب هدف را داشته باشد، در غیر این صورت شاید حتی میزان استقبال کاربران از نسخه عادی تان نیز با ریزش قابل ملاحظه‌ای رو به رو شود. آنوقت شرایط شما در بازار روزبه روز سخت‌تر خواهد شد.

یادتان باشد امروزه شمار بالایی از پادکست‌ها در رقابت با شما منتظر کوچک‌ترین اشتباhtان هستند؛ بنابراین شما باید با دقت فراوان عملکردتان را تحت نظر داشته باشید. یکی از نکات مهم در این میان تلاش برای پرهیز از بروز اشتباhtات رایج در زمینه بهینه‌سازی شرایط شرکت است. این امر در بلندمدت شرایط شما را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود خواهد بخشید. این امر به معنای بهینه‌سازی شرایط شما از نقطه نظر کسب درآمد در بازار خواهد بود.

متوجهه برخی از پادکست‌ها وقتی اقدام به انتشار نسخه پولی می‌کنند، دیگر توجه چندانی به نسخه معمولی شان نشان نمی‌دهند. این امر به معنای ناکامی چنین پادکست‌هایی در بلندمدت خواهد بود. هرچه باشد دامنه وسیعی از مخاطب هدف شما تمايلی برای خرید نسخه‌های پولی نخواهد داشت؛ بنابراین اگر شما فکری به حال پادکستان در این میان نکنید، خیلی زود با مشکلات اساسی در این حوزه رو به رو خواهید شد. اولین مشکل هم در این میان ریزش شدید مخاطب هدفتan خواهد بود. این طوری در بلندمدت دیگر هیچ شانسی برای رقابت با پادکست‌های مهم بازار خواهید داشت.

اجرای پادکست‌های لایو

پادکست‌ها لازم نیست همیشه به طور ضبط شده پیش روی

استفاده کنید. به این ترتیب دیگر نیازی برای نگرانی نسبت به نحوه تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و کسب درآمد نخواهد بود.

یکی از جذابیت‌های فروش محصولات شخصی‌سازی شده به طرفدارهای پادکست امکان تضمین سود مناسب برای برنده است. این امر جذابیت‌های فعالیت شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش داده و شانستان در بازار را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای بهینه‌سازی می‌کند.

یادتان باشد شما برای طراحی محصولات شخصی‌سازی شده پیرامون پادکستان باید همیشه کیفیت آنها را مدنظر قرار دهید. در این میان همکاری با طرفدارها و پیش‌بینی درست سلیقه‌شان نیز امر مهمی خواهد بود. شما فقط در این صورت شانس کافی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بهینه‌سازی وضعیتان را خواهید داشت. این امر از نقطه نظر تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف وضعیتان را به طور قابل ملاحظه‌ای بهینه‌سازی می‌کند.

امروزه اعتماد کاربران به پادکست‌های مورد علاقه‌شان خیلی زود از بین می‌رود. دلیل اصلی چنین امری نیز عملکرد نامناسب پادکست‌ها در زمینه تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. اگر شما هم برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدفتan با مشکلات زیادی رو به رو هستید، باید از همان ابتدای امر به دنبال حفظ اعتمادشان به بهترین شکل ممکن باشید. یکی از نکات مهم در این میان شامل عرضه محصولات استاندارد برای مخاطب هدف پادکست و تلاش برای پرهیز از شخصی‌سازی نادرست محصولات است. بدون تردید مخاطب هدف شما همیشه امکان تهیه محصولات معمولی از خردفروشی‌ها را دارد. نکته‌ای که در این میان بین شما و دیگر خردفروشی‌ها تمایز ایجاد می‌کند، توانایی تان برای شخصی‌سازی محصولات و ایجاد تجربه‌ای منحصر به فرد برای مخاطب هدفتan از طریق این امر است؛ بنابراین باید همیشه چنین نکته مهمی را مدنظر داشته باشید، در غیر این صورت خیلی زود شانستان در بازار از بین می‌رود.

پیشنهاد عضویت ویژه پادکست

پادکست‌ها به طور معمولی کاملاً رایگان در دسترس مخاطب هدف قرار می‌گیرند. این امر یکی از ویژگی‌های اصلی پادکست‌ها در دوره کوتاهی را نشان می‌دهد. درست به همین خاطر اگر شما به دنبال تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدفتan به طور حرفلای و استاندارد هستید، باید از همان روز اول پادکستان را به طور کاملاً رایگان در دسترس مخاطب هدف قرار دهید. این امر می‌تواند شانس شما برای جلب نظر مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای

نگارش و انتشار کتاب برای مخاطب هدف

پادکست‌هایی که موفقیت زیادی در سراسر دنیا یا حتی بازارهای محلی پیدا می‌کنند، همیشه داستان جذابی دارند. درست به همین خاطر انتشار کتابی درباره سرگذشت پادکست موردنظر می‌تواند نظرات بسیار زیادی را جلب کند. این امر به شما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانستان در بازار رانیز به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد.

بدون تردید تهیه کتاب درباره پادکست باید با توجه به نکات گوناگون و ایجاد جذابیت درباره داستان آن صورت گیرد. این امر به شما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک خواهد کرد. متاسفانه برخی از کارآفرینان در این حوزه نسبت به ایجاد جذابیت اضافی برای کتابشان توجه نشان نمی‌دهند. درست به همین خاطر انتشار کتاب به جای اینکه جذابیت کارشناس را افزایش دهد، در عمل آخرين اميدهای مربوط به تحول در وضعیت پادکست و درآمدزایی را نیز نابود خواهد کرد. این امر می‌تواند شرایط شما را به طور چشمگیری دشوار کرده و فرصت بهینه‌سازی شرایطتان را به طور کامل از بین ببرد.

بی‌تردید امروزه درآمدزایی از پادکست‌ها امر بسیار مهمی محسوب می‌شود. شما به عنوان کارآفرین باید به دنبال کسب سود از هر فرصت پیش رویتان باشید. پادکست‌ها هم به دلیل محبوبیت بالایشان در طول سال‌های اخیر گزینه جذابی محسوب می‌شود. اگر شما در این حوزه تازه کار هستید، توصیه‌های موردنیت در این مقاله فرصت خوبی برای شروع کارتان در دنیای جذاب پادکست و درآمدزایی از همان لحظه نخست خواهد بود.

منبع: فرصت امروز

مخاطب هدف قرار گیرد. گاهی اوقات بارگذاری پادکست لايو می‌تواند شور و هیجان زیادی در میان کاربران ایجاد نماید. این امر به شما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانستان را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد. درست به همین خاطر شما باید برنامه‌ای ویژه برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدفتان در این شیوه جذاب داشته باشید. این امر شامل استفاده از مناسبات‌های مهم برای اجرای برنامه زنده است. چنین ایده‌ای شاید در نگاه نخست بسیار سخت به نظر برسد، اما اگر درست از سوی شما اجرا گردد، دیگر نیازی به نگرانی از نقطه نظر تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهد بود.

بدون تردید اجرای برنامه به طور زنده درآمد مشخصی برای شما به همراه نخواهد داشت. هرچه باشد امروزه پادکست‌های بسیار زیادی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در دسترس قرار دارد. درست به همین خاطر شما باید در کنار تولید محتوای جذاب برای مخاطب هدف در قالب چنین پادکست‌هایی نیمنگاهی هم به جذب اسپانسر داشته باشید. این امر می‌تواند شانس شما در بازار را بهینه‌سازی کرده و درآمدتان را نیز به طور چشمگیری افزایش دهد. با این حساب دیگر نیازی به نگرانی بابت نحوه تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهد بود.

نکته مهم برای پیداکردن اسپانسر در نسخه لايو پادکست مربوط به هماهنگی میان ماهیت برنده موردنظر و برنامه‌تان است. درست به همین خاطر شما باید همیشه قبل از اجرای برنامه به طور زنده تمام نکات اساسی را هماهنگ نمایید، در غیر این صورت شاید گاهی اوقات توانایی تان برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کاهش پیدا کند.



پایگاه خبری و اطلاع رسانی

مارادر شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید



دفتر نشریه: ۶۶۵۲۲۷۳۹
ایمیل: elececo.ir@gmail.com

از تحول دیجیتال در
کسب و کارها
بخوانیم و باخبر باشیم



تلگرام و اتساب: ۰۹۳۷۳۲۶۰۹۵۵
شماره مستقیم سردبیر: ۰۹۲۱۲۷۸۹۴۰۶

جهت ارسال مقاله، گزارش و خبر:

والمارت آماده ورود به متأورس

گرین می‌گوید: «همه در این باره اتفاق نظر دارند که این موضوع در حال تبدیل شدن به یک امر فوق العاده و واقعی است و ما باید مطمئن شویم IP ما در این فضا محافظت می‌شود.»

گپ همچنین شروع به فروش NFT از سوی شرکت‌های نمادین خود کرده است. این سازنده پوشاسک گفت NFT‌های آنها در رده‌های بین ۸/۳۰ تا ۱۵ دلار قیمت خواهند داشت و با هدی فیزیکی عرضه می‌شوند. در همین حال، هر دو NFT‌های آندر آرمور و آدیداس در ماه گذشته فروخته شد. آنها اکنون قیمت‌های بسیار بالایی را برای NFT در بازارهای اینترنتی OpenSea دریافت می‌کنند.

گرین گفت خرده‌فروشان پوشاسک Urban Outfitters، Ralph Lauren و Abercrombie & Fitch نیز در هفته‌های اخیر علاوه‌تجاری ثبت کرده‌اند که قصد خود را برای افتتاح نوعی فروشگاه مجازی توضیح می‌دهند.

گزارشی از CB Insights به برخی از دلایلی اشاره کرد که چرا خرده‌فروشان و برندهای ممکن است بخواهند چنین سرمایه‌گذاری‌هایی را انجام دهند که به طور بالقوه می‌تواند جریان‌های درآمد جدیدی را ارائه دهد. راماندازی NFT به کسب‌وکارها اجازه می‌دهد تا محصولات و خدمات فیزیکی را برای کمک به کاهش هزینه‌های تراکنش آنلاین توکن کنند.

CB Insights خاطرنشان کرد: برای برندهای لوکسی مانند گوچی و لویی ویتون، NFT‌ها می‌توانند به عنوان نوعی احراز هویت برای کالاهای ملموس و گران‌تر عمل کنند.

گرین گفت با آشنایی بیشتر مصرف‌کنندگان با متأورس و اقلام ذخیره‌شده در بلاک‌چین، خرده‌فروشان بیشتری می‌خواهند اکوسیستم خود را پیامون آن ایجاد کنند.

به گفته فرانک چاپارو، مدیر شرکت خدمات اطلاعات کریپتو The Block، بسیاری از خرده‌فروشان هنوز هم از دیر رسیدن به تجارت الکترونیکی رنج می‌برند، بنابراین نمی‌خواهند هیچ فرستی را در متأورس از دست بدند. چاپارو گفت: «من فکر می‌کنم این یک بازی برد - برد برای هر شرکتی در خرده‌فروشی است.» و حتی اگر به یک مبدل شود، برای مثال، امتحان کردن چیزهای عجیب و غریب مانند دادن یک NFT به برخی از مشتریان در قرعه‌کشی، آسیب زیادی به شهرت وارد نمی‌کند.

منبع: دنیای اقتصاد

به نظر می‌رسد والمارت با برنامه‌ریزی برای ایجاد ارز دیجیتال و مجموعه‌ای از توکن‌های غیر قابل تعویض یا NFT. در حال ورود به دنیای فراجهانی است. این خرده‌فروش بزرگ در اوایل ماه گذشته چندین علامت تجاری جدید ثبت کرد که نشان می‌دهد قصد دارد کالاهای مجازی، از جمله لوازم الکترونیکی، دکوراسیون منزل، اسباب بازی‌ها، کالاهای ورزشی و محصولات مراقبت شخصی را بسازد و بفروشد. در یک پرونده جداگانه، این شرکت گفت به کاربران یک ارز مجازی و همچنین NFT ارائه خواهد کرد. طبق دفتر ثبت اختراع و علائم تجاری ایالت متحده، والمارت این درخواست‌ها را در ۳۰ دسامبر ۲۰۲۱ ثبت کرد.

در مجموع هفت درخواست جدأگانه ارسال شده است. والمارت در بیانیه‌ای گفت: «به طور مستمر در حال بررسی چگونگی شکل دهی فناوری‌های نو ظهور به تجارت خرید آینده است.» این شرکت از اظهارنظر در مورد پرونده‌های خاص علامت تجاری خودداری کرد. این شرکت گفت: «ما همیشه در حال آزمایش ایده‌های جدید هستیم.» (برخی ایده‌ها به محصولات یا خدماتی تبدیل می‌شوند که به مشتریان ارائه می‌شوند و برخی را با رها آزمایش می‌کنیم، تکرار می‌کنیم و از آنها یاد می‌گیریم.»

جاش گرین، وکیل برند تجاری، گفت: «تلاش آنها برای دریافت مجوز فوق العاده شدید است. موارد زیادی در این باره وجود دارد که نشان می‌دهد برنامه‌ریزی‌های زیادی در پشت صحنه درباره نحوه برخورد آنها با ارزهای دیجیتال، نحوه پرداختن به فراجهان و دنیای مجازی که به نظر می‌رسد در حال آمدن است در حال انجام است یا اینکه قبلاً وجود داشته است.»

گرین گفت از زمانی که فیس بوک اعلام کرد نام شرکت خود را به Meta تغییر می‌دهد که نشان‌دهنده جاهطلبی‌های آنها فراتر از مبحث رسانه‌های اجتماعی است، کسب‌وکارها عجله کرده‌اند تا بهفهمند چگونه در دنیای مجازی جایگاه یابی کنند.

نایک در اوایل نوامبر تعداد زیادی درخواست علامت تجاری ارائه کرد که برنامه‌های خود را برای فروش کفش‌های کتانی و پوشاسک مارک تجاری مجازی نشان می‌داد. در اوایل همان ماه، اعلام کرد که در حال همکاری با Roblox برای ایجاد یک دنیای آنلاین به نام نیکلند است. در ماه دسامبر، شرکت کتانی مجازی «RTFKT» (تلفظ artifact مصنوع) را به مبلغی نامشخص خریداری کرد.

جلوگیری از فساد مالی گسترده بانکی؛ با استفاده از "بلاکچین" و "رمزارزهای ریالی"

که این چنین رمزارزهایی دارند نقل و انتقال انجام داد و خرید و فروش‌ها از این طریق در بستر مناسب‌تری انجام بگیرد. این کارشناس فناوری اطلاعات و هوش مصنوعی تاکید کرد: عنوان رمزارزهای بانک مرکزی با رمزارزهای ملی متفاوت است زیرا رمزارزهای بانک مرکزی از رده کوین‌های باثبات بوده و قیمت آن‌ها با یک دارایی ثابت مثل ریال برابر است و ارزش افزوده‌ای برای سرمایه‌گذاری ندارد، در نتیجه جذابیتی نیز برای خریداری و سپس سرمایه‌گذاری توسط مردم نخواهد داشت.

وی با اشاره به آغاز طرح اجرایی رمزارزهای ریالی در کشور، افزود: هر شروع می‌تواند قابل تحسین باشد. اکنون قرار است از ابتدای سال ۱۴۰۱، طرح آزمایش رمزارز پولی توسط بانک مرکزی و چند بانک دیگر اجرا شود و رفتارهای مختلف به موضوعات ملی و مردمی و قابل استفاده عموم تبدیل شود.

وی خاطرنشان کرد: یکی از مهم‌ترین موارد استفاده از این رمزارزها، رفع تعهدات ارزی صادرات و واردات است که می‌توان به بهترین نحو از آن بهره برد؛ همچنین می‌توان یک بازار داخلی در بانک مرکزی ایجاد کرده و تبدیل رمزارزهای مختلف انجام داد و از این طریق کسانی که ترس امنیتی بودن در رمزارزها را دارند می‌توانند به راحتی فعالیت کنند.

مختاری اظهار کرد: رمزارز ریالی یک پول دیجیتال ایرانی است که دارای پشتونه ریالی بوده و باعث تورم و چاپ پول نمی‌شود؛ همچنین بر اساس این رمزارزهای ریالی می‌توان پول تسهیلات پرداخت شده را رصد کرد و در صورت مشاهده عدم استفاده وام مدنظر در مقصد مشخص شده، آن را به بانک بازگرداند.

وی افزود: در بحث توریسم سلامت که اغلب گردشگران مشکل تأمین ارز دارند، از طریق رمزارزهای ریالی می‌توانند بدون دغدغه و بدون نیاز به خرید ارز به کشور وارد شوند که این امر می‌تواند تحولی بزرگ در استفاده کشورهای منطقه از پژوهشگان ما ایجاد کند.

منبع: ایسنا

یک کارشناس فناوری اطلاعات و هوش مصنوعی گفت: استفاده از "بلاکچین" و "رمزارزهای ریالی" از فساد مالی گسترده بانکی جلوگیری می‌کند. مرتضی مختاری در خصوص ماهیت رمزارزهای بانک مرکزی در دنیا (CBDC)، اظهار کرد: رمزارزهای بانک مرکزی به رمزارزهایی گفته می‌شود که توسط بانک‌های مرکزی کشورهای مختلف به وجود می‌آیند و تاکنون نیز بالغ بر ۱۵۰۰ درصد کشورهای دنیا، رمزارزهای خود را ایجاد کرده‌اند و در کشور ما نیز این رمزارزها از حدود شش ماه پیش در مرحله آزمایش، برنامه‌ریزی و اجرا قرار دارد.

مرتضی مختاری گفت: رمزارزهای بانک مرکزی ایران بیشتر برای انجام تراکنش‌های بین‌بانکی استفاده شده و معمولاً به دلیل بدون واسطه بودن و متمنز بودن آن در بانک مرکزی با تعریف رمزارزهای دیجیتالی تنافض دارد. در این حالت بانک مرکزی به عنوان یک نهاد مرکزی، مالک شبکه و رمزارز شناخته شده و می‌تواند اتفاقات یک شبکه را رصد کند.

وی خاطرنشان کرد: می‌توانیم از این رمزارزهای بانک مرکزی در جهت رویارویی با آینده تکنولوژی مثل قراردادهای هوشمند که بر اساس تضمین شبکه به وجود می‌آیند و امکان اصلاح و تغییر در روند آن‌ها وجود ندارد، استفاده کنیم.

مدرس دانشگاه‌های آذربایجان شرقی گفت: آنچه که از گزارشات اولیه رمزارز بانک مرکزی یا رمزارز ریالی در کشور منتشر شده، حوزه‌ای که این رمزارزها قرار است آزمایش شود، اغلب مربوط به تراکنش‌ها یا نقل و انتقالات بانکی است. در حالی که ما می‌توانیم کارهای بهتری مثل حضور در دنیای مجازی، NFT‌ها، قراردادهای هوشمند و ... انجام دهیم.

وی ادامه داد: می‌توان از رمزارزهای ریالی در حوزه واردات و صادرات و یا ایجاد فضایی امن جهت استخراج سایر رمزارزهای دیجیتال مورداستفاده قرارداد که براین اساس از خروج ارز از کشور جلوگیری می‌شود.

وی افزود: می‌توان با استفاده از رمزارزهای ریالی با کشورهای

مزایای ریال دیجیتال چیست؟

پول دیجیتال در دستور کار ۹۰ کشور دنیا

عدد بسیار بالایی است اما در مورد پول دیجیتال ملی، نکته‌ای که وجود دارد ایجاد و استفاده از open money است که قدرت برنامه‌نویسی در پول را برای ما فراهم خواهد کرد که در نهایت در حوزه‌های مختلف از جمله نظارت، کسب‌وکار و همچنین سیاست‌های پولی نوآوری ایجاد می‌کند.

وی افزود: در این صورت ما قادر خواهیم بود پولی عرضه کنیم که به طور هوشمند تشخیص دهد در چه حوزه‌ای ورود کند و در کجاها خیر؛ چه بسا بتواند تقلب‌ها را هم به صورت هوشمندانه تشخیص دهد. درحالی که با اسکناسی که اکنون در اختیار داریم این امکان میسر نیست، به عنوان مثال اگر یک اسکناس از جیب دارنده آن روی زمین بیفتند و نفر دیگری آن را بردارد قابلیت پیگیری از حالت خود پول وجود ندارد، مگر اینکه شواهد دیگری وجود داشته باشد؛ اما در پول دیجیتال ملی قابلیت برنامه‌نویسی وجود دارد که هم می‌تواند کسب‌وکارهای جدید ایجاد کند و هم بحث smart contract یا قراردادهای هوشمند در این میان رونق می‌گیرد و در نهایت نیز پیوند پول با حوزه‌های دیگر را شاهد خواهیم بود.

به گفته مجرمیان، در حوزه تسهیلات و سیاست‌های پولی و نظارت هم می‌شود اقداماتی انجام داد که تابه‌حال قادر به انجام آن نبودیم.

وی تصریح کرد: در حال حاضر در حدود ۹۰ بانک مرکزی در دنیا این موضوع را در دستور کار دارند و ما نیز جزو پیشورونها هستیم. چند بانک مرکزی در حالت پایلوت هستند و مثلاً چین اعلام کرده بود که در المپیک زمستانی قرار است یوآن دیجیتال را رونمایی کند. ما هم در همین راستا در حال حرکت هستیم و مفترض که بگوییم متخصصان کشورمان تکنولوژی ای را توسعه دادند که قابلیت و سهولت استفاده برای مردم را به همراه دارد.

وی گفت: البته باید توجه کرد پیش‌فرض‌هایی که گاهی عموم در زمینه پول دیجیتال ملی دارند درست نیست، از جمله اینکه ماینینگ رمز پول ملی کجاست؟ یا اینکه می‌توان در این بخش سرمایه‌گذاری کرد؟ لازم به تأکید است که ارز دیجیتال بانک مرکزی (CBDC) قابلیت استخراج نخواهد داشت و صرفاً توسط بانک مرکزی منتشر می‌شود؛ همچنین قابلیت سرمایه‌گذاری نیز ندارد چرا که اساساً به معنی دارایی نیست.

منبع: اینبا

معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی گفت: استفاده از پول دیجیتال ملی یعنی با فناوری مورداً استفاده در رمزارزها و به طور خاص با تمرکز بر بلاک‌چین، همان اسکناس یا پولی که در دست مردم است، به صورت دیجیتال در اختیار عموم قرار گیرد.

رمزارز مدت‌هast در دنیا پا گرفته و یکی دو سالی است که در ایران نیز از آن استقبال شده است. رمزارزهایی که در ابتدا با مخالفت بسیاری از دولتها از جمله ایران مواجه شدند و هیچ‌گاه قانونی نشدند اما به مرور با توسعه این بازار و اقبال گسترده مردم، این نتیجه حاصل شد که پول دیجیتال ملی با همان کارکرد رمزارز رایج در دنیا با اندکی تفاوت، برای هر کشوری ایجاد شود. بر همین اساس بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران نیز با هدف ساماندهی این بازار و همچنین استفاده آسان مردم از پول دیجیتال، تصمیم گرفت رمز ریال را وارد اقتصاد کشور کند که به گفته رئیس کل بانک مرکزی مقررات آن در شورای پول و اعتبار تصویب شده و بهزودی نیز عملیاتی خواهد شد. در همین باره مهران مجرمیان؛ معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی با اشاره به اینکه رمز پول ملی در دنیا پدیده‌ای فراگیر است، اظهار کرد: بانک‌های مرکزی پیش از این رمزارزها را نادیده گرفته بودند و بعد از مدتی به آن توجه کردند و البته در حال حاضر نیز که بازار رمزارزها در حال توسعه بیشتری هستند به طور جدی وارد این حوزه شده‌اند.

وی با بیان اینکه از سوی دیگر اخبار محدودیت استفاده از رمزارزها در کشورهای مختلف دنیا هم شنیده می‌شود، تصریح کرد: کشورهایی مانند چین، روسیه و امریکا نیز محدودیت‌هایی را در نظر گرفته بودند اما یکی از واکنش‌هایی که بانک‌های مرکزی دنیا به رمزارزها نشان دادند بحث رمز پول ملی است.

محرمیان ادامه داد: استفاده از رمزپول ملی یعنی با فناوری مورداً استفاده در رمزارزها و به طور خاص با تمرکز بر بلاک‌چین، همان اسکناس یا پولی که در دست مردم است، به صورت دیجیتال در اختیار عموم قرار گیرد. حال سؤالی که مطرح می‌شود این است که وقتی ما بانکداری الکترونیک داریم، پس چه نیازی به این رمز پول است؟ معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی گفت: ایران در شمول مالی (Financial inclusion) در رنکینگ جهانی دارای رتبه "خوب"

است و در صد موفقیت ما در این بخش، در حدود ۹۳ درصد است که



آزمایش موفق روبل دیجیتال

شرکت‌ها کاهش می‌دهد و برای آنها امکان معرفی محصولات و خدمات جدید را فراهم می‌آورد. برنامه‌های آتی شامل معرفی تراکنش‌های آفلاین و اجازه استفاده غیرمت مرکز از روبل دیجیتال است. بر اساس نتایج به دست آمده از مراحل آزمایشی، نقشه راه برای اجرای کامل شکل جدید ارز فیات تدوین خواهد شد.

این در حالی است که بیت‌کوین، ارز دیجیتال پیشرو در سطح بین‌المللی، روز پنج‌شنبه گذشته با کاهش ۱/۶۶ درصدی در ساعت ۱:۲۱ بعدازظهر به ۴۳۳۲۹ دلار رسید. همچنین بر اساس داده‌های Coindesk، اتریوم، دومین ارز دیجیتال پر معامله، در همان روز با قیمت ۳۰۷۳ دلار فروخته شد که ۸۳/۱ درصد کاهش را در مقایسه با ارقام روز گذشته خود نشان می‌دهد. همچنین مسترکارت، شرکت خدمات مالی چندملیتی آمریکایی، در حال گسترش خدمات مشاوره‌ای مت مرکز بر پرداخت است که این خدمات، ارزهای دیجیتال را نیز در برخواهد گرفت. این شرکت اعلام کرد: برنامه‌های مشاوره مسترکارت با بانک‌ها و بازارگانان، طیف وسیعی از قابلیت‌های مربوط به ارز دیجیتال، از آموزش در مراحل اولیه، ارزیابی ریسک و توسعه استراتژی رمزنگاری و NFT در سطح بانکی گرفته تا کارت‌های رمزنگاری و طراحی برنامه‌های وفاداری به ارزهای دیجیتال را پوشش می‌دهد.

منبع: دنیای اقتصاد به نقل از عرب‌نیوز

بانک مرکزی فدراسیون روسیه و برخی مؤسسات مالی این کشور آزمایش یک ارز دیجیتال ملی را آغاز کرده‌اند. این آزمایش‌ها پس از تکمیل نمونه اولیه پلتفرم دیجیتال روبل که در دسامبر ۲۰۲۱ راه‌اندازی شد، صورت پذیرفتند. ۲ بانک برای پیوستن به این پروژه آزمایشی درخواست دادند و سه مورد از آنها قبلًا سیستم‌های خود را به پلتفرم ارز دیجیتال بانک مرکزی متصل کرده‌اند.

این نهاد نظارتی توضیح داد که دو بانک از این بانک‌ها چرخه کامل انتقال روبل دیجیتال بین مشتریان را با استفاده از برنامه‌های بانکداری تلفن همراه با موفقیت به پایان رسانده‌اند. بر اساس اعلام بانک مرکزی روسیه، کاربران می‌توانند از طریق اپلیکیشن‌ها و برنامه‌های موجود در گوشی‌های همراه، کیف پول‌های دیجیتال روبلی خود را بازکرده و پول الکترونیکی معمولی را از حساب‌های بانکی خود به روبل دیجیتال مبادله کنند و سپس ارزهای دیجیتال را بین خود انتقال دهند.

اولگا اسکوروبوگاتنوا، معاون رئیس بانک مرکزی روسیه در این خصوص اظهار کرد: پلتفرم دیجیتال روبل فرصت جدیدی را برای شهروندان این کشور، مشاغل و همچنین دولت روسیه فراهم می‌آورد. او در ادامه توضیح داد هزینه نقل و انتقالات در ارز دیجیتال مستقل برای ساکنان روسیه رایگان خواهد بود و در هر نقطه از کشور در دسترس آنها قرار خواهد داشت.

همچنین گفته می‌شود این سیستم هزینه‌های مبادله‌ای را برای



بانکداری دیجیتال؛ از حرف تا اجراء در ایران

دستگاه‌های اجرایی آماده نیستند و اطلاعات را حتی با رعایت تمامی موارد امنیتی در اختیار سایر نهادها قرار نمی‌دهند. زمانی که بانک سند نقشه راه خود را به وزارت اقتصاد ارائه کرده است، چرا در همان زمان آگهی استخدام منتشر می‌کند؟ به جای آنکه نیرو برای پشت باجه استخدام کنیم باید در عرصه دیجیتال نیرو جذب کنیم. لگزایی ادامه داد: برخی بانک‌ها به جای آنکه به فکر بخش صنعت و تولید باشند، شاهد هستیم که بخش فناوری پیشران است. این موضوع سبب ناهمانگی‌هایی در بانک می‌شود و این نکته‌ای است که بانک‌ها باید به آن توجه کنند.

مرتضی ترک‌تبریزی کارشناس اقتصادی گفت: بر اساس سندی که سال ۱۳۹۶ وزارت اقتصاد در راستای بانکداری دیجیتال ابلاغ شد، بانک‌ها اقدامات خود را برای اجرای بانکداری دیجیتال آغاز کردند.

وی افزود: در بحث بانکداری دیجیتال نکته اصلی پذیرش ریسک است، درصورتی که به دنبال ایجاد محدودیت‌هایی هستیم که کسب و کارهای سالم را نیز دچار مشکل می‌کند. حوزه فناوری‌های مالی یا فین‌تک‌ها زمینه اصلی حرکت به سمت بانکداری دیجیتال است و بر همین اساس سرمایه‌گذاری‌های این حوزه طی سال‌های اخیر رشد داشته است.

ترک‌تبریزی گفت: امروزه برخی ظرفیت‌ها در زمینه بانکداری دیجیتال ایجاد شده اما همچنان شاهد شلوغی شعبه‌ها هستیم که

مهتمرین مبحثی که صنعت بانکداری کشور با آن روپرتو است بانکداری دیجیتال است.

خیلی افراد اعتقاد دارند که ما در جایگاه خوبی در بانکداری دیجیتال قرار داریم اما اکثر کارشناسان نظری بر عکس دارند و معتقدند که بانکداری دیجیتال در کشور ضعیف است یا اصلاً وجود ندارد و آنچه ما امروز به عنوان بانکداری دیجیتال از آن صحبت می‌کنیم بانکداری الکترونیکی است. در ادامه گفت و گویی با برخی از کارشناسان این حوزه انجام شده است که در ادامه مطالعه می‌کنید.

علیرضا لگزایی کارشناس اقتصادی و رئیس اسبق سازمان امور مالیاتی با بیان اینکه نباید صرفاً به الگوبرداری در زمینه‌های مختلف از جمله هوشمندسازی اکتفا کنیم، گفت: برای اصلاح اقتصاد باید هزینه کرد و نظام بانکی دیجیتال هم بخشی از این مسئله است. وی گفت: این مسئله که ما ظرفیت‌های زیادی در کشور داریم باعث یک غرور کاذب می‌شود. در بحث بانکداری دیجیتال دو بحث داریم. تحول فراتر از تغییر است. با اجرای روش‌های گذشته همان نتایج قبلی به دست می‌آید. قالب بانک‌های خصوصی ما از نظر ساختار سازمان، شرح وظایف و مدل کسب و کار مانند بانک‌های قبلی رفتار می‌کنند. در حوزه دیجیتال نیز به همین شکل است.

وی افroot: بانک‌هایی هستند که اخیراً اعلام کردند اجرای خدمات غیرحضوری را انجام می‌دهند. امروزه تعدادی از بانک‌ها سرمایه‌گذاری‌های زیادی در حوزه دیجیتال انجام داده‌اند اما سایر

آرزوهای ما در این زمینه بود اما متأسفانه سرعت لازم را در این زمینه شاهد نبودیم. وقتی از رشد اقتصادی صحبت می‌کنیم باید به مسیرهای الکترونیکی توجه ویژه داشته باشیم.

وی افروز: برخی بانک‌ها در این زمینه سرمایه‌گذاری‌های بسیار خوبی را داشتند و از دیگران سبقت گرفتند. امیدوار هستیم دیگران از این مسئله درس بگیرند و بینند در مواردی که مسیر توسعه دیجیتال موردنوجه قرار گرفت، منافع لازم ایجاد شده است.

علی‌اکبر عرب‌مازار رئیس اسبق سازمان امور مالیاتی گفت: ما از نظر فرهنگی و ساختار اداری در یک شرایط و سطحی قرار داریم، نباید بگوییم که در کشورهای دیگر چه اقداماتی انجام می‌دهند و ما مستقیماً از آن استفاده کنیم. قطعاً باید فرهنگ و شرایط امروز کشور را در نظر بگیریم و متناسب با آن اقدام کنیم. علی‌اکبر عرب‌مازار در پایان گفت: هر تغییری به‌سادگی به دست نمی‌آید. در دیگر نقاط دنیا نیز این مشکلات وجود دارد و مقاومت‌هایی در تغییر وجود دارد اما دولتها و حکومتها برنامه‌ریزی دارند. از سوی دیگر باید بینیم که نهادهای خصوصی حاضر هستند چه اقدامی را در جهت اجرای این سیاست‌ها انجام دهند.

وی تاکید کرد: برای اصلاح اقتصاد لازم است تا هزینه کنیم. نمی‌توان بدون هزینه اصلاحاتی را انجام داد و نظام بانکی دیجیتال هم بخشی از این مسئله است.

منبع: ذاکرنسیوز

علت آن نیز همان محدودیت‌های اعمال شده، عدم پذیرش رسیک و همچنین عدم جمع‌آوری داده‌ها است. از سال‌های دهه هشتاد ما بحث امسای دیجیتال را در کشور داریم اما به دلیل مشکلات بین برخی دستگاه‌ها همچنان به مرحله عملیات نرسیده است.

وی ادامه داد: با همه شناختی که شعبه‌ها برای شناخت مشتری انجام می‌دهند امروز حجم معوقات بانکی بالا است در چنین شرایطی رسیک‌پذیری در اجرای اقداماتی مانند پرداخت وام از طریق اپلیکیشن‌های موبایل برای بانک‌ها دشوار است اما این مسیری است که باید آن را دنبال کنیم. ما باید رگولیشن داده‌ها را در کشور و در بانک‌ها داشته باشیم تا اقداماتی مانند احراز هویت به صورت غیرحضوری انجام گیرد. ما باید برای داده‌محور کردن بانک‌ها تلاش کنیم و برای این منظور اقدام کنیم. گها شاهد هستیم که با یک نامه احراز هویت غیرحضوری را بدون اعتبار می‌دانند در حالی که ما باید در این زمینه کار کنیم. چنین مواردی باعث می‌شود فین‌تک‌ها نیز نگران شوند و کار را رها کنند.

وی تاکید کرد: نباید بانکداری دیجیتال را به یک ابزار تنزل داد و آن را صرفاً یک برنامه دید. هر بانک در این حوزه با توجه به ظرفیت‌های خود به سمت رویکردهای مختلف اقتصاد دیجیتال مانند رویکرد تمرکز بر مشتری حرکت می‌کند.

حسنعلی قنبری ریاست مرکز مطالعات اقتصادی و سیاسی دانشگاه شهید بهشتی در خصوص ضرورت تحول راهبردهای سازمانی و فناوری بانک‌ها گفت: دیجیتالی شدن بانک‌ها از جمله



آخرین مظاولات و گزارش‌ها

- اقتصاد دیجیتال
- فناوری طای (فین‌تک)
- ارز دیجیتال
- بانک دیجیتال
- ...
- کسب و کار دیجیتال
- فروش آنلاین
- دیجیتال‌مارکیت
- روطک دیجیتال
- ...

اقتصاد دیجیتال
www.DigitEco.ir

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

ما را در شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید

elececo

f

o

t



روان‌شناسی معامله‌گری، معرفی نظریه‌های روان‌شناسی معامله‌گری

■ ریحانه کاظمیان مقدم

روان‌شناسی معامله‌گری اصطلاحی است که ممکن است کم‌ویش برای طرفداران و کاربران ارزهای دیجیتال آشنا باشد؛ اما سؤال این است که مفهوم روان‌شناسی معامله‌گری یا همان روان‌شناسی ترید چیست؟ آیا می‌توان از علم روان‌شناسی در حوزه ترید بهره برد و معاملات پرسودتری انجام داد؟ اگر پاسخ این سؤال مثبت است، چگونه باید چنین کاری را انجام دهیم؟

حتی اگر استاد معامله‌گری باشد و با تمامی مفاهیم تحلیل فاندامنتال و الگوهای تحلیل تکنیکال نیز آشنا باشد، باز هم نمی‌توانید هیچ بازاری، به خصوص بازار ارزهای دیجیتال را صدرصد درست پیش‌بینی کنید. ضررهای سنگین، سودهای کلان و تغییر مسیر ناگهانی روند هنگامی که حتی فکرش را هم نمی‌کنید، همگی بخشی جدایی‌ناپذیر از بازار دارایی‌های دیجیتال هستند؛ بخشی که کنترل چندانی روی آنها ندارید.

تنها کاری که از دست شما بر می‌آید، تحلیل دقیق بازار و سپس تسلط بر ذهن و احساسات خود و اجتناب از تصمیمات هیجانی است. در واقع، در پیچ و خم معامله‌گری در بازار، تنها چیزی که می‌توانید بر آن کنترل داشته باشید، ذهن و روان خودتان است.

هر روز مباحثت بسیاری درباره روان‌شناسی معامله‌گری مطرح و مقالات بسیاری در این زمینه نوشته می‌شوند. یکی از جذاب‌ترین مقالاتی که در این زمینه نوشته شده، مقاله‌ای است که یکی از معامله‌گرهای با تجربه ارزهای دیجیتال با نام کاربری کریپتوکرد (CryptoCred) در وبسایت مدیوم منتشر کرده است.

این مقاله به مسئله روان‌شناسی معامله‌گری و نقش کنترل احساسات نگاهی داشته و زوایای مختلف آن را بررسی کرده است. در ادامه، این مطلب را که با قلم طنز «کریپتوکرد» نوشته شده است مرور می‌کنیم و از شما هم دعوت می‌کنیم با ما باشید.

را در عمل به کار ببریم، هر آنچه درباره روان‌شناسی معامله‌گری می‌دانیم کاملاً بی‌فایده خواهد بود.

در این میان حرف‌هایی گفته‌می‌شود که مثلاً [در زمان معامله‌گری] مانند یک ریات بی‌احساس باشید! محض اطلاع؛ من اصلاً اعتقاد ندارم که معامله‌گرها باید ریات‌هایی بی‌احساس باشند. این فرض فقط باعث خنده می‌شود. اگر قرار باشد مثل یک ریات رفتار کنید، پس استراتژی خود را هم باید خودکار و رباتیک کنید. روش‌من است که هیچ کس نمی‌تواند به طور کامل یک تریدر بی‌احساس باشد. برخی از اندیشمندان اینترنتی با این عقیده مخالف خواهند بود؛ اما به‌هرحال این نظر من است.

اگر معامله‌گر محتاطی هستید، باید شناختی کلی از احساسات و حالات روحی خود داشته باشید و از آنها در جهت منافع خود استفاده کنید نه آنکه آنها را سرکوب کنید. من عمداً به شکل کلی درباره این موضوع صحبت می‌کنم؛ چراکه مبحث کنترل احساسات و استفاده از آن در حیطه این مقاله نیست. فکر کردم ارزش دارد که به آن اشاره‌های داشته باشم.

من این مقاله را باقصد «اصلاح ایرادات» شما نمی‌نویسم؛ چراکه تنها خودتان و تجربه معاملاتی شماست که می‌تواند اشتباها تان را اصلاح کند. در این مقاله تلاش دارم چهارچوب و تعریفی منسجم و منطقی از روان‌شناسی معامله‌گری ارائه کنم تا بدانید که اگر حس می‌کنید بازی‌های ذهنی شما را عقب نگه داشته‌اند راه حل این مشکل در کجاست. اینکه ایرادات خاص را شناسایی کرده و راه حلی کارآمد برای آنها بیابید کاملاً بر عهده شخص شماست و در عین حال باید بدانید هیچ نسخه وحدی برای حل تمامی مشکلات وجود ندارد.

همه ما عبارات و درس‌های کلاسیک را در این باره می‌دانیم. من اساساً عقیده دارم که افراد مبتدی با یکسری کلی‌گویی‌ها و حرف‌های مزخرف احاطه شده‌اند که در نهایت هیچ کمکی به آنها نمی‌کند. باید مجدداً این موضوع را تأکید کنم که این مقاله از هیچ منظری جامع نبوده و چیز چندان جدید و بدیعی را هم ارائه نمی‌کند و تنها به دنبال ایجاد فضایی است که شما توانید مشکلات‌تان را بشناسید و چهارچوب کلی برای حل آنها ترسیم کنید.

چهارچوب ذهنی داشته باشید!

به نظر من، داشتن یک چهارچوب سخت‌گیرانه که مشخص کند کدام‌یک از مؤلفه‌های معامله‌گری بیشتر تحت تأثیر روان‌شناسی فرد قرار می‌گیرد، می‌تواند مفید باشد.

اهمیت روان‌شناسی معامله‌گری

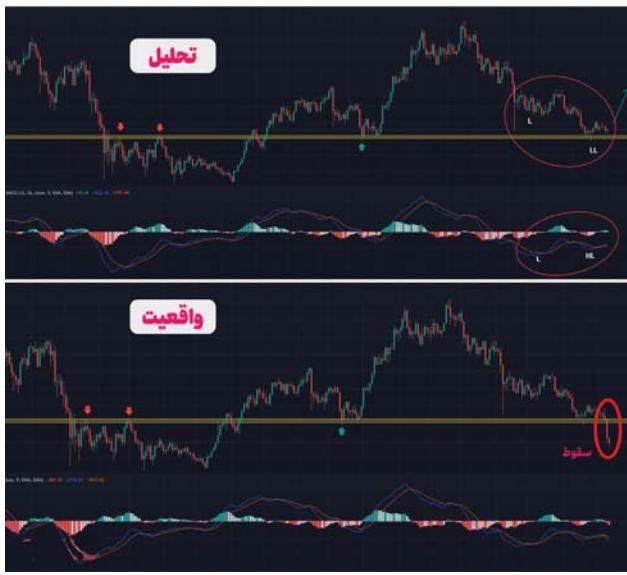
معامله‌گر بهتری باشیم



در تمام سال‌های معامله‌گری خود، از نحوه برخورد معامله‌گرها (خصوصاً استادان این حوزه) با روان‌شناسی معامله‌گری ناخشنود بوده‌ام. اهمیت روان‌شناسی معامله‌گری همیشه به شکلی طوطی وار تکرار شده است؛ بدون اینکه کسی نکته قابل توجهی به آن اضافه کند. برای مثال یک معامله‌گر در حساب توییترش می‌نویسد: همه چیز در تجارت در یک کلمه خلاصه می‌شود؛ روان‌شناسی. این جمله ۲,۰۰۰ لایک و ۵۰۰ ری‌توییت می‌گیرد؛ اما کسی به دنبال مفهوم آن نمی‌رود.

- من به این موضوع در توییتی اشاره کردم که:
- تا زمانی که با «خِرد معامله‌گری» ارتباطی برقرار نکنید، روان‌شناسی معامله‌گری هیچ معنایی برایتان نخواهد داشت.
- جمله «معامله در جهت روند» بی‌معناست؛ مگر اینکه در عمل و در زمان روند نزولی اقدام به خرید کرده باشید.
- جمله «از اهرم‌های پایین استفاده کنید» صرفاً عبارتی نامفهوم است؛ مگر اینکه لیکوئیدشدن (ضرر کردن) در سقف و کف [قیمت] را پیش از شروع یک روند جدید، تجربه کرده باشید. [بی‌شک] کتاب‌های معامله‌گری جای تجربیات واقعی بازار را نمی‌گیرند.

از بین تمام مباحث مرتبط با ترید، دیوار روان‌شناسی معامله‌گری از همه کوتاه‌تر است! دوستان معامله‌گر هر آنگاهی چند مطلب و میانگین متحرک از روند بازار منتشر می‌کنند؛ اما وقتی پای مباحث روان‌شناسی معامله‌گری به میان می‌آید، به جز چند مورد محدود و خاص، چیز چندانی گفته نمی‌شود. اگر نتوانیم با مفهوم خِرد معامله‌گری ارتباط برقرار کنیم و آن



هرچهار بزار را با آغوش باز پذیرا باشید.
اکنون که برخی از دلایل انجام فاجعه‌بار معاملات خود را متوجه شده‌اید، احتمالاً این پرسش را مطرح می‌کنید که راه حل چیست؟ در این بخش، به دو روش برای جلوگیری از این اشتباهات اشاره می‌کنیم؛ یکی حجم معاملات و دیگری داشتن چکلیست ورود به معامله.

حجم معاملات

یکی از دلایل بالقوه ترس از انجام معاملات، ریسک بیش از حد است. فرقی نمی‌کند که این ریسک نسبی و مربوط به درصدی از حسابات باشد یا اینکه تمام سرمایه‌تان را وسط گذاشته باشید. به عنوان نکته اضافی باید بگوییم بعضی افراد معتقدند که باید هر معامله‌ای را که واردش می‌شود آن را باخته تصور کنید و توجهی به نتیجه آن هم نداشته باشید. من این باور را قبول ندارم. این نکته بی‌شک می‌تواند روشی قابل قبول برای مدیریت ریسک باشد؛ اما رویکرد نامنظمی نسبت به بازار است.

اگر سود و زیان معامله را محاسبه کرده‌اید و فکر می‌کنید معامله چندان موفقی نخواهد بود، واردش نشوید! من معاملاتی انجام می‌دهم که واقعاً دلم می‌خواهد وارد آنها شوم و در عین حال قدردان فرصت پیش آمده نیز هستم. از نظر من اگر ذهنیت «هر معامله یک ضرر است؛ اما برایم اهمیتی ندارد!» را بیش از اندازه ادامه دهید تنها معاملات متعدد و افتضاح و کمزیسک خودتان را توجیه می‌کنید و در عمل سود چندانی برایتان ندارد.

پیش از اینکه نوعی دبیرستانی و با معیار کلی (Kelly Criterion) به کامنت‌ها هجوم بیاورند، باید روشی کنم که من به طور مشخص درباره تأثیر حجم معاملات بر ذهنیت افراد صحبت می‌کنم و هیچ توصیه‌ای در مورد ریسک‌پذیری کمتر یا بیشتر ندارم.

البته، تقریباً تمام مؤلفه‌های معامله‌گری تحت تأثیر روان و افکار معامله‌گر هستند. با این حال، در این مقاله سعی می‌کنم چهارچوبی منطقی پیشنهاد کنم یا حداقل روی نکاتی انگشت بگذارم که به نظرم برای مبتدی‌ها بیشتر کاربرد دارد. این نکات عبارت‌اند از:

- ورود به معامله
- مدیریت معامله
- توالی و نوسانات منحنی ارزش

قطعاً موارد دیگری نیز در روان‌شناسی معامله‌گری حائز اهمیت هستند؛ اما فعلاً در این مقاله روی این موارد تمرکز می‌کنیم.

ورود به معامله

نمی‌توان در یک مقاله کوتاه به تمام مواردی اشاره کرد که طرز فکر اشتباه می‌تواند تأثیر منفی بر آنها داشته باشد؛ بنابراین در این مطلب تمرکز ما روی رایج‌ترین نمونه‌هاست. یکی از برجسته‌ترین مشکلات در معامله‌گری، ورود به معامله و انجام ندادن آن طبق تحلیل و استراتژی است. بررسی اینکه چرا این مسئله تا این اندازه تأثیرگذار است، نیازمند بحثی طولانی بوده که فعلاً موضوع صحبت مانیست؛ اما شناسایی علت‌ها می‌تواند به رفع برخی از مشکلات کمک کند.

اول اینکه رویه و گرایشی وجود دارد که در آن معاملات را با تحلیل‌های تکنیکال در هم آمیخته می‌داند. به عقیده من دلیل و کشمکش در این میان نتیجه تحلیل‌های تکنیکال بیش از اندازه و محدود بودن تعداد معاملات است.

به عنوان مثال، فقط کافی است سری به توییتر بزنید؛ به آسانی می‌توانید به تمام سطوح/خطوط کلیدی، اندیکاتورها و سایر سیگنال‌های تحلیل تکنیکال دسترسی پیدا کنید. با این حال همه با استفاده از این داده‌ها پول در نمی‌آورند، رسم یک چارت یا نمودار معامله‌کردن نیست. حتی مهارت در پیش‌بینی نمودار هم به معنای یک معامله‌گری خوب نیست.

گزینه دوم که البته این نکته به نوعی با گزینه اول مرتبط است، درباره انتهای سیری ناپذیر معامله‌گرها به موضوع قطعیت و مطمئن شدن است. آنها می‌خواهند روند قیمت دقیقاً شیوه به خطوط کج و معوجی که در نمودار رسم کرده‌اند، پیش برود. برای این افراد، همه چیز باید به سرعت آشکار شود. قیمت بسته شدن هر کندل و صعودی یا نزولی بودن آن باید حتماً مشخص باشد.

همه اینها یک مشت حرف چرند است! دقیقاً به همین علت است که افرادی که دانش بیشتری دارند، اغلب افتضاح‌ترین معاملات را انجام می‌دهند! به قول یکی از همکاران، شما باید

و سبک معامله‌گری شما باشد. شما تنها کسی هستید که می‌توانید چکلیست خود را بنویسید. با این حال، روشی ابتکاری وجود دارد که می‌توان از آن استفاده کرد:

- اگر چکلیست خود را دنبال می‌کنید؛ اما به طور مکرر از فرصت‌های معاملاتی عقب می‌مانید، دامنه چکلیستان را محدودتر کنید.

- اگر این چکلیست شما را وارد معاملات به دردنشور می‌کند یا خیلی زود وارد معامله می‌شود، چکلیست شما نیازمند رشد و توسعه بیشتر است.

من با نمونه‌هایی از هر دو روش مواجه بوده‌ام؛ در گروه اول، با معامله‌گرانی رویه‌رو هستید که چکلیستی طولانی دارند و آنقدر در گیر تحلیل هستند که اصلاً فرست نمی‌کنند وارد معامله شوند. برای چنین معامله‌گری همه چیز باید کامل و بی‌نقض باشد و ابرویاد و مه و خورشید دست به دست هم بدھند تا بلکه او رغبت کند و معامله را انجام دهد.

اگر دائمًا در گیر معاملات از دست رفته هستید و همه چیز در زمان تحلیل باید بی‌نقض باشد تا وارد معامله شوید، شما هم جزو این گروه شده‌اید. بهتر است چکلیست خود را بازبینی کنید و کمتر سخت بگیرید؛ هرچه کمتر، بهتر.

شما نمی‌توانید همه چیز را کنترل کنید. اگر با کم کردن موارد چکلیست معاملاتی و پیامدهای آن مشکل دارید، احتمالاً موضوع تجارت و معامله‌گری چندان مناسب شما نیست.

از آن طرف اگر معامله‌گری تازه‌نفس هستید که چند قانون درست و مفید مثل دچار فومو (FOMO) نشو! و حواست به معکوس شدن کندل‌ها باشد! را برای خود دارید؛ اما این قواعد هم نمی‌توانند مانع ورود شما به معاملات بد شوند، احتمالاً شما به گروه دوم تعلق دارید.

ناگفته نماند که دانستن اینکه چه زمانی «باید» معامله‌ای را انجام دهید نیز ارزشمند است. اگر چکلیست موجود ورود شما به معاملات را غربال نمی‌کند یا انجام هر معامله‌ای را به نوعی توجیه می‌کند، پس احتمالاً چکلیست بسیار مختصر و کوتاهی دارید که چندان کارآمد نیست.

این تمام چیزی است که من در حال حاضر درباره انجام معامله می‌دانم. همه ما کم‌ویش از معاملات سر در می‌آوریم و در حوزه‌های مختلف مستعد و توانمند هستیم؛ بنابراین گاهی اوقات، تنها کاری که باید انجام دهیم این است که جلوی جست و خیز کردن افکار خود را بگیریم.

اگر بیش از حد از اجرای نقشه معاملاتی خود واهمه دارید، احتمالاً بهتر است ریسک معامله را کمتر کنید. شروع معاملات با حجم کمتر می‌تواند یک شروع خوب باشد.

فرقی نمی‌کند که میزان ریسک را کمتر کنید یا بخشی از حجم موردنظر را در ادامه کار وارد بازار کنید یا اینکه تعداد دفعات ورود را بیشتر کنید. تمامی این موارد از منبعی واحد سرچشمه می‌گیرد. به زبان ساده، اگر به‌ازای هر معامله ۱۰ درصد از حساب خود را به خطر بیندازید، قطعاً سواس بیشتری برای بی‌نقض بودن اوضاع خواهید داشت و تمام تلاش خود را می‌کنید تا وارد بهترین موقعیت شوید؛ چنین روندی یک رویکرد نامناسب نسبت به بازار است.

اما اگر ۱ تا ۲ درصد از حساب خود را وارد معامله کنید، تمایل بیشتری برای انجام معامله دارید و در این صورت، اگر معامله طبق میل شما پیش نرود، دچار اضطراب کمتری می‌شوید. اگر در انجام معاملات تردید دارید، پیش از هر اقدامی حجم معامله را کمتر کنید.

چکلیست ورود به معامله

این کار نسبتاً ساده است. همان‌طور که از نامش پیداست، چکلیست ورود به معامله شرایطی است که باید پیش از ورود به معامله رعایت شوند.

کارآمدتر معامله کنیم

- 1 ترید خود را برنامه‌ریزی کنید
- 2 تایم‌فریم معاملات
- 3 تحلیل تکنیکال
- 4 مدیریت سرمایه
- 5 آزمایش استراتژی مورد استفاده
- 6 ایجاد ژورنال معاملات
- 7 استراتژی مدیریت استرس

خیلی دوست داشتم در این خصوص الگویی ارائه کنم؛ اما برای تنظیم چکلیست چهارچوب مشخصی ندارم، خودم هم دیگر از این الگوها استفاده نمی‌کنم. به نظر من، استفاده از این الگوها کاملاً بی‌فایده است. چکلیست باید متناسب با سیستم معاملاتی

به سود و زیان یا همان PnL خود را مخفی کنید! این روشی کوتاه‌مدت است؛ اما راه حلی بلندمدت هم وجود دارد که کمی طول می‌کشد تا جا بیفت. راه حل بلندمدت ریشه در این دارد که ما باید بپذیریم «کنترل بسیار محدودی» روی بازار داریم. درک می‌کنم که این موضوع افراد بسیاری را وحشت‌زده می‌کند؛ اما باید بپذیریم که ما تنها می‌توانیم روی اعمال خود کنترل داشته باشیم.

به نظر من، معامله‌گرانی که به طور حرفه‌ای معامله می‌کنند، تا حدودی فرایندگرا هستند؛ یعنی روی انجام «صحیح» معاملات و اتخاذ تصمیمات درست در زمانی معین تمرکز می‌کنند و نه صرفاً روی نتیجه معاملات.

در حقیقت فرایند و نتیجه در معامله‌گری ارتباط تنگاتنگی با هم دارند؛ اما اگر سیستم معاملاتی درست، سودآور و آزمایش شده‌ای دارید، تنها کاری که باید بکنید وفاداری به آن و پذیرش ضررهای احتمالی است.

البته، این بخش نیز به بحث کاملاً مجازایی نیاز دارد؛ برای مثال چطور می‌توان ضررهای احتمالی معمول در معاملات را از سیستم معاملاتی ناکارآمد تمایز کرد؟ پاسخ ساده‌ای برای این پرسش وجود ندارد و حتی اگر هم وجود داشته باشد، از حیطه این مقاله خارج است.

به نظر من باید آن دسته از سیستم‌های معاملاتی را انتخاب کنید که از آزمون‌های زمان و تجربه متعددی سریلند بیرون آمده‌اند و نه سیستم‌هایی که تنها در کوتاه‌مدت خوب جواب می‌دهند. در میانه راه، به میزان سود یا زیانتان توجه نکنید. ابتدا روی آنکه معامله‌گر خوبی باشید تمرکز کنید و بعد به فکر پول درآوردن باشید.

برنامه‌ریزی برای مدیریت معاملات

این بخش هم کاملاً ساده اما حائز اهمیت است. اگر قصد دارید به راحتی کنترل و مدیریت معاملاتتان را از دست بدید، اصلاً برای آنها برنامه‌ریزی نکنید!

منظور من تدوین مبانی پایه‌ای از جمله نقاط ورود، اهداف قیمت، تشخیص اعتبار الگوها، مناطق مشکل‌آفرین، تایم فریم‌ها و قیمت بسته‌شدن کندل‌هاست.

مزیت داشتن نقشه و برنامه این است که در زمان تعیین و ترسیم آن نه پولی در میان است، نه وسوسه‌ای، نه بالا و پایین شدن سود و زیان؛ تنها خودتان در مرکز توجه و هدف آن قرار دارید. پارامترهای معاملاتی که در زمان برنامه‌ریزی تنظیم می‌کنید، همیشه قابل اعتمادتر از احساسات شما در هنگام انجام معامله

در عمل، درنظر گرفتن حجم منطقی معاملات و آماده‌سازی یک چک‌لیست کارآمد برای ورود به معامله، می‌تواند به معامله‌گرانی که هنوز نمی‌دانند آیا می‌خواهند معامله‌ای را انجام دهنند یا خیر، واقعاً کمک کند.

پیش از هر اقدامی، باید این مسئله را بپذیرید که احتمالاً هرگز نمی‌توانید در معاملات خود به یقین یا قطعیت برسید. در معامله‌گری، ما فقط با احتمالات سروکار داریم و تمام تلاش خود را می‌کنیم تا این مسیر نامشخص را طی کنیم.

مدیریت معامله

در این بخش تأثیر روان‌شناسی معامله‌گری را بر مدیریت معامله از دو جنبه بررسی می‌کنیم: مدیریت بر اساس میزان سود و زیان و برنامه‌ریزی برای مدیریت معاملات.



۱۴ مرحله مختلف روان‌شناسی ترید

مدیریت معاملات بر اساس میزان سود و زیان

بسیاری از تریدرهای با تجربه اغلب پیشنهاد می‌کنند که در هنگام معامله، به عدد مربوط به سود یا زیان (PnL) خود روی صفحه‌نمایش توجهی نکنید یا اگر می‌توانید، آن را از روی صفحه مخفی کنید. به این دلیل که اساساً برای بازار مهم نیست شما در حال سود هستید یا ضرر. در واقع، تصمیمات شما باید بر اساس مجموعه‌ای از اصول انتخاب شوند و باید مطابق با سیستم معاملاتی و بازار تصمیم‌گیری کنید.

یکی از اشتباهات رایج معامله‌گرها در ارتباط با میزان سود و زیان، زود بستن معاملات برنده، آن هم تنها به دلیل مطابقت نداشتن بازار با روند پیش‌بینی شده است. این کار باعث می‌شود معاملات برنده صرفاً برای دسترسی به نسبت سود به زیان مشخص شده، از مناطق پرسود جا بمانند. حتی اگر انجام این کار هیچ توجیه معقولی نداشته باشد و از سود احتمالی نیز کاسته شود، معامله‌گر با این کار تلاش می‌کند میزان ریسک معامله را به حداقل برساند.

همه ما این شرایط را تجربه کرده‌ایم و قطعاً خودتان همه چیز را بهتر می‌دانید. خوشبختانه، روش «درمان» ساده است: عدد مربوط

منطقی است که تخته گاز پیش بروید؛ اما این را بدانید که بازار همیشه با شما تا این حد مهربان نخواهد بود و هر سیستم معاملاتی بسته به برخی فاکتورها و شرایط بازار دچار فراز و فرودهای متعددی خواهد شد. اگر بخت به شما رو کرده است، آن را همیشگی و بدیهی فرض نکنید و از شرایط پیش آمده نهایت استفاده را ببرید. شخصاً اعتقاد ندارم که افزایش حجم بهترین روش برای استفاده از موقعیت‌های بازار باشد. اگر ریسک تفاوت قیمت پیش‌بینی شده با قیمت واقعی را نادیده بگیریم، همان‌طور که در بخش‌های قبلی اشاره کردم، افزایش حجم در این شرایط می‌تواند پیامدهای ناگواری به همراه داشته باشد. علاوه بر این، برخی از استراتژی‌ها در حجم‌های بالا جواب نمی‌دهند. همه مشکلاتی که در بخش‌های قبلی به آنها اشاره شد، می‌توانند ناگهان پدیدار شوند. بدتر از آن، تصور کنید که در اولین معامله تصمیم می‌گیرید حجم معامله را افزایش دهید و در نهایت، بدترین ضرر عمرتان را تجربه می‌کند. اوضاع خراب و خراب‌تر می‌شود. ازان‌جاکه اعتماد به نفستان را از دست داده‌اید، معامله بعدی را هم از دست می‌دهید.

شما در این حالت وارد موقعیتی می‌شوید که می‌خواهید ضررهای خود را جبران کنید؛ اما پی‌درپی بدقابلی بر سرتان آوار می‌شود. من نیز همه این روزها را از سر گذرانده‌ام. اما وقتی اوضاع آرام و رو به راه است، چگونه باید پایتان را روی پدال بگذارید و تخته گاز پیش بروید؟ جواب این سؤال یک عبارت است؛ با معامله بیشتر!

بیشتر برنامه‌ریزی کنید، موقعیت‌های مختلفی را در نظر بگیرید، تایم فریم‌های بیشتری را بررسی کنید، وارد بازارهای بیشتری شوید. معامله کنید؛ اما به استراتژی خود نیز وفادار بمانید. این روش برای من خارق العاده عمل کرده است؛ اما شما ممکن است تجربه دیگری داشته باشید.

اگر پیذیریم که به هنگام بُردهای پیاپی، به‌جای افزایش حجم معاملات، باید تعداد معاملات را بیشتر کنیم، آنگاه می‌توان بر عکس این موضوع را هم نتیجه گرفت که به هنگام باختهای پیاپی هم بهتر است به‌جای کاهش حجم معاملات، فقط تعداد معاملات را کمتر کنیم. اگرچه، من محافظه‌کارتر از این‌ها هستم.

در مواقعی که دچار ضررهای مکرر می‌شوم (که برای من ضرر مکرر یعنی 3^{rd} معامله بازنده پشت‌سرهم)، معمولاً حجم معاملات را تا نصف کاهش می‌دهم.

این روش ربطی به روان‌شناسی ندارد؛ بلکه صرفاً یک سازوکار دفاعی برای حفظ دارایی‌ام است. شاید باختهای پیاپی به معنای

هستند؛ باباین پیش از اینکه در محدوده معاملاتی سبز و سودآور قرار بگیرید و احتمالاً برای تخمین سود خود در صورت شکست سطح مقاومت بعدی و سوسه شوید، برنامه معاملات خود را تهیه کنید.

زمانی که در گیر هیچ معامله‌ای نیستید و هوشیارید، تنها به خودتان اتکا کنید. اگر در میانه معامله متوجه شدید که در حال دست‌کاری سود و زیانتان هستید و با توهمندی سود زیادی عایدتان می‌شود در فکرتان مشغول خرج کردن آن هستید، بهتر است همان جا به فکر خروج از معامله باشید!

این توهمند موجب تشدید شکاف میان تحلیل تکنیکال و معامله‌گری واقعی می‌شود. صرفاً چون به نظر می‌رسد نسبت بالای سود به زیان (R:R) را به دست آورده‌اید معامله خود را انجام‌شده تلقی نکرده و سود آن را نیز بدیهی فرض نکنید.

کنترل احساسات به هنگام باخت‌ها یا بُردهای مکرر

در بخش‌های قبلی، به این موضوع اشاره کردیم که روان و ذهنیات یک فرد چگونه می‌تواند بر معاملات وی تأثیرگذار باشد. این بخش بیشتر روی حرفه شما به عنوان یک معامله‌گر مرکز است. من قصد دارم چند موضوع دیگر همچون حجم معاملات یا معاملات برنده و بازنده را نیز به این قسمت اضافه کنم.



در بین معامله‌گران تازه‌کار خیلی معمول است که پس از چند بُرد پیاپی، حجم معاملات خود را افزایش دهند و در زمان باخت‌های مکرر، از حجم معاملات بکاهند. این در حالی است که در بعضی مواقع، کارهای دیوانه‌وارتری هم از آنها سر می‌زند؛ مانند افزایش حجم معاملات در موقع ضرر باهدف «جبران ضرر» یا کاهش حجم معاملات در هنگام سود باهدف «تنفس!» باید بگوییم که تمامی این کارها احتمانه است؛ لطفاً شما آنها را تکرار نکنید! دیدگاه شخصی من این است که اگر عملکرد خوبی دارید،

معاملات است؛ چراکه می‌خواهیم میزان ضرمان را کاهش دهیم یا همه چیز را در همان شرایطی که هست ثابت نگه داریم. اگر دیدید تغییر حجم معاملات تأثیر منفی بر روند معامله‌گری شما دارد به سراغ این روش نروید. صرف نظر از تمام آمار، ارقام و تحلیل‌هایی که به کار بسته‌اید، دغدغه حجم معاملات نباید شما را از استراتژی و مسیری که مشخص کرده‌اید بازدارد.

جمع‌بندی

پس از مطالعه این مطلب، امیدوارم علت نامیدی من در ابتدای مقاله را درک کرده باشید. روان‌شناسی معامله‌گری و داشتن یک چهارچوب ذهنی مشخص، بسیار مهم است؛ اما در اکثر موارد، افراد دانش بسیار اندکی از آن دارند. پیشنهاد آخرم به شما این است که دفتری را به پیگیری معاملات خود اختصاص دهید و در آن حتیماً بخشی را برای ثبت وضعیت احساسات و هیجانات خود در نظر بگیرید. احساسات خود را در زمان ورود به معامله و خروج از آن یادداشت کنید و تصمیم‌هایی را که در این میان گرفته‌اید در کنار این موارد ثبت کنید. پس از مدتی این دفتر به منبعی ارزشمند برای ارزیابی عملکرد شما در شرایط و موقعیت‌های مختلف، تبدیل خواهد شد.

منبع: ارز دیجیتال

تغییر شرایط بازار باشد. شاید یکی از پارامترهایی که در نظر گرفته بودم، از کارافتاده باشد یا به شدت تأثیر خود را ازدستداده باشد. باید به این نکته نیز اشاره کنم که من این روش را بر مبنای یک زمینه تئوری قدرتمند پایه‌ریزی نکرده‌ام. این روش فقط از نظر تجربی برای من خوب جواب داده است.

اگر شما از یک مدل ریسک ثابت استفاده می‌کنید، حجم معاملات شما به دارایی موردنظر یا انتظار از استراتژی معاملاتی بستگی دارد. به همین دلیل، من ترجیح می‌دهم به جای میدان دادن به احساسات یا عملکرد آنی خود، به این پارامترها به عنوان تعیین‌کنندگان حجم معامله تکیه کنم. شاید همیشه منطقی به نظر نرسد؛ اما من با افزایش تعداد معاملات به جای افزایش حجم معاملات نتایج خوبی گرفته‌ام. زمانی که اندک موفقیتی در معامله دیدید و تصمیم می‌گیرید حجم معامله را افزایش دهید و در نهایت معامله را می‌بازید، چنان حس ناخوشایندی دارد که قابل توصیف نیست. من این حس را تجربه کرده‌ام؛ پیشنهاد می‌کنم شما دست به چنین کاری نزنید. ممکن است کاهش حجم معامله حس بدی به شما بدهد، چون حسی شبیه به مجازات شدن دارد؛ اما توصیه من به شما این است که چنین نگاهی نداشته باشید و زاویه دید خود را تغییر دهید.

منحنی سهمای یا دارایی شما در حالت ایدئال باید با شبیه مناسب بهسوی بالا پیش برود، نه اینکه به صورت عمودی پرواز کند! یکی از روش‌هایی که در زمان ضرر به سراغ آن می‌رویم کاهش حجم



آخرین مطالب و گزارش‌ها

اقتصاد دیجیتال

شاوری طلی (فین‌تک)

ارز دیجیتال

بلک دیجیتال

و...

کسب و کار دیجیتال

فروش آنلاین

دیجیتال طاریکیت

روش دیجیتال

و...

ماهنشا
اقتصاد دیجیتال

با تکه‌خواری و اثناع رطای
elececo
اقتصاد الکترونیکی
www.elececo.ir

ما را در شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید



elececo

elececoir

elececo.ir

elececoir

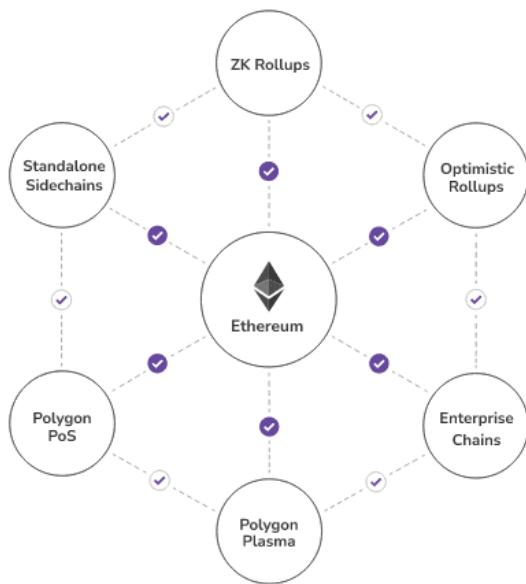
ماهنشا
اقتصاد دیجیتال



آیا بلاکچین پالیگان یک راهکار لایه دو است؟

بلاکچین پالیگان؛ یا آن‌طور که پیش‌تر متیک نامیده می‌شد، کار خود را به عنوان راهی برای افزایش مقیاس‌پذیری شبکه اتریوم آغاز کرد. با گسترش و پا گرفتن این شبکه، سایدچین بودن این شبکه به محقق رفته است. حال سؤالی که مطرح است این است که آیا این شبکه را می‌توان راهکاری لایه دو برای افزایش مقیاس‌پذیری اتریوم دانست یا نه؟ زمان آن رسیده تا یکی از پر سر و صد اترین پروژه‌های لایه ۲ را مورد بررسی قرار دهیم. به تازگی با پروژه‌ای روبرو شدم که از وجود آن خبر نداشتیم: بلاکچین پالیگان (Polygon). در وب‌سایت رسمی پالیگان این پروژه تحت عنوان «اینترنت بلاکچین‌های اتریوم» معرفی شده است اما این به چه معناست؟ در این مقاله به بررسی این راهکار لایه ۲ و دستاوردهای آن در مقایسه با سایر پروتکل‌های لایه ۲ مثل متیس (Metis) می‌پردازم.

دوم مانند Arbitrum، Optimism و Metis را بر روی شبکه اصلی اتریوم پیاده‌سازی کنند.



بلاکچین پالیگان در تلاش برای رویارویی با چندین چالش به صورت همزمان است و امکان پیاده‌سازی شبکه بلاکچین از پیش برنامه‌ریزی شده (زنگیره‌های جانبی پالیگان)، مجموعه‌ای از

بلاکچین پالیگان و نقشه راه این پروتکل لایه ۲

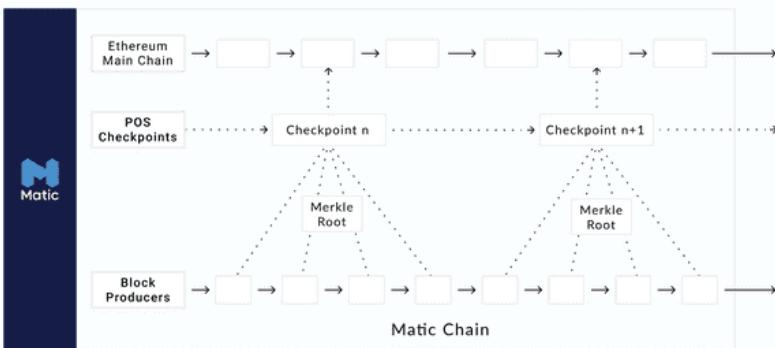
به نظر می‌رسد که پالیگان تمامی محدودیت‌های فعلی Ethereum از قبیل توان پردازش پایین تراکنش‌ها (که امیدواریم با از راه رسیدن اتریوم ۲.۰ حل شود)، تجربه کاربری (UX) ضعیفی که در اختیار برنامه‌ها قرار می‌گیرد و از گس فی بالا و گواه اثبات کار (PoW) حاصل می‌شود و چیزی که تحت عنوان «عدم وجود حاکمیت مشخص» شناخته می‌شود را برطرف می‌کند. این عدم وجود حاکمیت به معنای نبود قابلیت ترکیب‌پذیری است که یا پشتی اتریوم و وابستگی آن به حاکمیت تلقی می‌شود. این امر موجب محدود کردن تأثیر برنامه‌های غیرمت مرکز بر روی بستر بلاکچین می‌شود. هدف پالیگان حل کردن تمامی این مشکلات به‌واسطه ایجاد «پروتکل و چهارچوبی برای ساخت و اتصال شبکه‌های بلاکچین سازگار با اتریوم» است.

حتیماً تا الان متوجه شده‌اید که پروژه‌های گوناگون اکوسیستم رمزارز در تلاش برای کاهش برخی یا همه محدودیت‌های ذکر شده از طریق بلاکچین‌های سازگار با اتریوم هستند. این پروژه‌ها سعی می‌کنند تا بلاکچین‌های کاملاً نوینی مثل پولکادات را بسازند که با ماشین مجازی اتریوم (EVM) سازگار بوده و راه حل‌های لایه

زنجیره اصلی یا زنجیره گواه اثبات سهام پالیگان

شما می‌توانید شبکه بلاکچین خود را با کمک پالیگان پیاده‌سازی کرده، با سایر بلاکچین‌های سازگار با EVM یا سازگار با Polygon تعامل داشته باشید و سطح افزوده‌ای از امنیت و اعتماد را با استفاده از زنجیره اصلی اتریوم، زنجیره اصلی گواه اثبات سهام (PoS) پالیگان و یا خصوصیت «خدمات امنیتی» برای شبکه خود به ارمغان بیاورید.

Zenesis اصلی بلاکچین پالیگان که تحت عنوان Matic POS Chain نیز شناخته می‌شود، یک زنجیره وابسته به اتریوم با مکانیزم Ethereum اجماع گواه اثبات سهام است. ارتباط بین زنجیره اصلی و زنجیره گواه اثبات سهام Matic در شکل زیر نشان‌داده شده است:



ارائه‌دهندگان بلاک در شبکه متیک (Matic) با سرعت بالایی در حال ساخت بلاک‌ها هستند. زنجیره متیک با استفاده از مکانیزم اجماع PoS در راستای ایجاد وابستگی یا در اصطلاح تعهد این بلاک‌ها نسبت به زنجیره اصلی اتریوم عمل می‌کند. برای ایجاد تعهد هر گروه کوچک از بلاک‌ها، یکی از پیشنهادهندگان از میان سپرده‌داران یا هولدرهای استیک انتخاب می‌شود تا نقطه بازرسی (Checkpoint) معینی را در زنجیره اتریوم مشخص کنیم. این نقاط بازرسی یا در اصطلاح چک پوینت‌ها پس از مرحله تأیید اعتبار تمامی بلاک‌ها در لایه بلاک شبکه Matic توسط پیشنهادهندگان ساخته شده و درخت Merkle هش بلاک‌ها نسبت به چک پوینت قبلی ساخته می‌شود.

در ادامه این روند، بنیاد و ریشه تعهد بلاک برای تمامی استیک‌کنندگان درون شبکه توزیع می‌شود. برای تأیید اعتبار یک نقطه بازرسی لازم است تا حداقل دو سوم تمامی استیک‌کنندگان شبکه آن را قبول کنند. پس از جمع‌آوری تمامی امضاهای چک پوینت موردنظر به زنجیره اتریوم متعهد

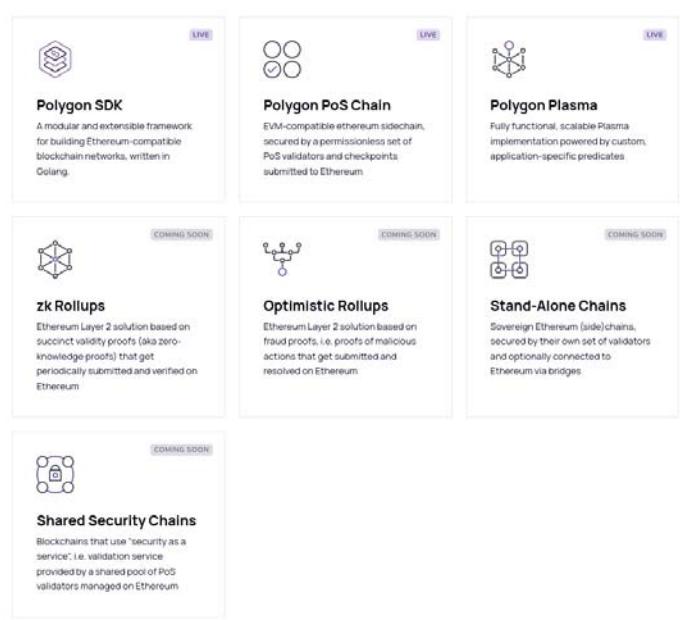
ماژول‌ها برای توسعه شبکه‌های دلخواه (شبیه به کاری که با لایه Parity قابل انجام است)، پروتکل قابلیت همکاری برای تبادل پیام‌های دلخواه با اتریوم و سایر شبکه‌های بلاکچین و ماژول‌های وقیعه‌دهنده برای دستیابی به قابلیت همکاری بین بلاکچین‌های موجود (شبیه به بریج‌ها یا پل‌های پولکادات) را تنها با یک کلیک در اختیار ما قرار می‌دهد.

هنگامی که لیست وعده‌های آتی نقشه راه پالیگان را مطالعه کردم، بسیار شگفتزده شدم زیرا این‌طور به نظر می‌رسد که آنها در تلاش برای انجام همه کارهای ممکن هستند. هرچقدر در مورد این پروژه بیشتر مطالعه می‌کنم به نظر می‌رسد که این تیم در تلاش برای انجام کارهایی هستند که فراتر از حد توان یک پروژه عادی است. با توجه به این موضوع و برای قانع شدن در مورد امکان انجام تمامی این وعده‌ها تصمیم گرفتم تا تکنولوژی مورداستفاده در این بستر را مورد بررسی قرار دهم. در ادامه، به صورت موشکافانه این موضوع را باز می‌کنم.

تکنولوژی مورداستفاده در بلاکچین پالیگان

پالیگان یک بلاکچین واحد نیست، بلکه اکوسیستمی متشكل از ابزارهایی برای پیاده‌سازی شبکه بلاکچین شخصی شماست و از برنامه‌های بلاکچین شما میزبانی می‌کند. از بسیاری از جهات ممکن است این پروژه شبیه به یک راه حل

لایه دوم به نظر برسد اما در حال حاضر بیشتر به یک پروژه قابلیت همکاری و یک چهارچوب بلاکچین نزدیک است. در ادامه به دلیل این موضوع می‌پردازم.



به پیاده‌سازی خاص بریج، معاوضه یک دارایی بین دو زنجیره با استفاده از بریج‌ها دارای مراحل پیش رو است:

- کاربر منابع مالی را به بریج موجود در زنجیره منشأ (والد) واریز می‌کند و تصویری از دارایی‌های موردنظر در زنجیره مقصد (فرزنده) نمایش داده می‌شود.

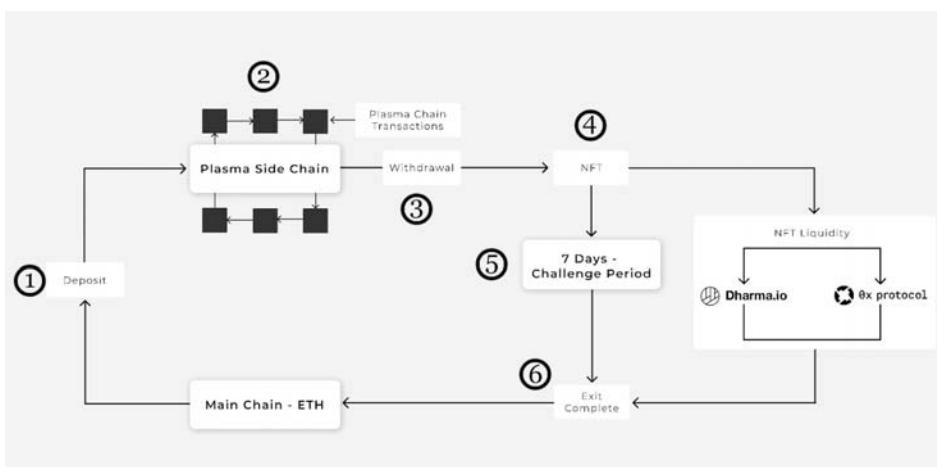
• اطلاعات وجوده دارایی جدید به بریج داده می‌شود و امکان روند برداشت نیز فراهم می‌شود.

از این نقطه به بعد، کاربر می‌تواند دارایی‌های خود را از زنجیره فرزند برداشت کند. در نتیجه این امر نیز دارایی‌های موجود در زنجیره والد می‌سوزد (Burn می‌شود) و وجه دارایی کاربر در زنجیره فرزند به روزرسانی می‌شود.

در حال حاضر شبکه پالیگان از دو شیوه پیاده‌سازی بریج‌ها برای ارائه قابلیت همکاری بین زنجیره‌ها پشتیبانی می‌کند:

- یک بریج PoS که سریع‌تر و انعطاف‌پذیرتر است اما راه حلی با اینمی پایین‌تر نسبت به بریج دومی تحت عنوان Plasma Bridge است که توسط پالیگان حمایت می‌شود. در بستر بریج گواه اثبات سهام، توسعه‌دهنده‌گان باید آدرس‌های قراردادهای مبدأ و مقصد را برنامه‌ریزی کرده، دارایی‌ها را بلاک‌بندی کرده و فرایند معاوضه را راه‌اندازی کنند. بریج PoS از مکانیزم هماهنگ‌سازی حالت state (Matic) استفاده می‌کند. این مکانیزم طرحی است که توسط زنجیره گواه اثبات سهام متبیس مورداستفاده قرار می‌گیرد تا بتوانیم از بستر اتریوم فراخوانی کنیم. این تبادلات و معاوضه‌ها از ۱۰ الی ۳۰ دقیقه طول می‌کشند.

Plasma Bridge • سطح تضمین شده‌ای از امنیت را فراهم می‌کنند اما زمان تمامی برداشت‌ها از متیک به اتریوم به میزان ۷ روز طول می‌کشند. در شکل بعدی می‌توانید دیدگاه کلی شیوه عملکرد Plasma Bridge را برای زمینه انتقال NFT مشاهده کنید.



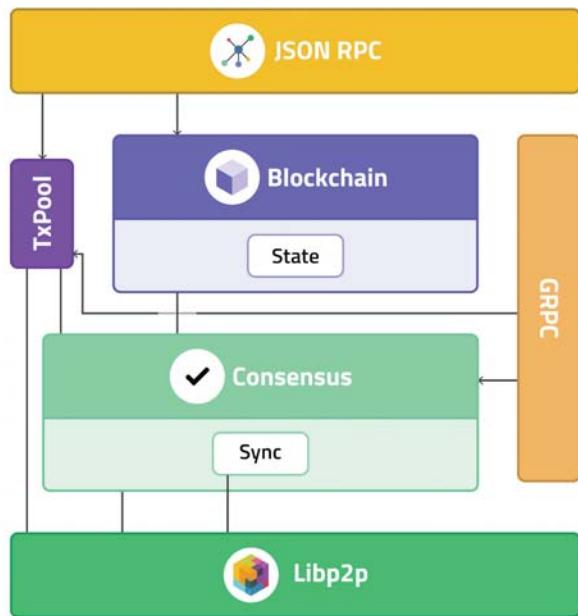
می‌شود. از این نقطه به بعد، همه افراد فعال در شبکه Ethereum می‌توانند نقطه بازرگانی را برای مدت‌زمان مشخصی به چالش بکشند. اگر هیچ کسی این کار را انجام ندهد، این چک پوینت به مرحله نهایی خود رسیده و به زنجیره اصلی ملحق می‌شود. تمامی این روند به‌واسطه مجموعه‌ای از قراردادهای هوشمند پیاده‌سازی شده در اتریوم به انجام می‌رسند.

لازم به ذکر است که Matic POS Chain نیز دارای توکن کاربردی خود تحت عنوان متیک (Matic) است که در راستای استیک کردن و اهداف حاکمیتی و البته برای پرداخت در ازای انجام تراکنش‌ها مورداستفاده قرار می‌گیرد. برای اینکه یک نواد در شبکه گواه اثبات سهام متیک به یک پیشنهاددهنده و یا یک استیک‌کننده تبدیل شود لازم است تا میزان مشخصی از توکن Matic را استیک کند.

ممکن است از دیدگاه مطالعه‌کنندگان مدام مقاله‌های adirocha (منبع اصلی مطلب) طرح تداوم تراکنش‌ها یادآور رول آپ‌های خوشبین (optimistic) باشد. این در حقیقت یکی از جنبه‌هایی است که پالیگان را به راه حل لایه دوم نزدیک می‌کند. با این حال، تضمین امنیت و اعتماد بازرگانی زنجیره‌های متیک سطح ضعیفتری نسبت به رول آپ‌های خوشبینانه دارند. پس از معرفی چند نمونه از طرح‌های پروژه Polygon به بررسی بیشتر این موضوع می‌پردازیم.

بریج‌های پروتکل لایه ۲

بلک‌چین پالیگان به‌واسطه چیزی که تحت عنوان پل یا بریج شناخته می‌شود، از قابلیت همکاری بین زنجیره‌ها نیز پشتیبانی می‌کند. این بریج‌ها در زمینه ارسال پیام‌های دلخواه و معاوضه دارایی بین زنجیره‌ها مورداستفاده قرار می‌گیرند. توسعه‌دهنده‌گان نیز با استفاده از این بریج‌ها می‌توانند توکن‌ها را انتقال داده و یا قراردادهای هوشمند را از یک زنجیره به یک زنجیره دیگر، فراخوانی کنند. از نقطه‌نظر فنی، یک بریج به مجموعه‌ای از قراردادهایی گفته می‌شود که در بستر دو زنجیره موجود بوده و دارایی‌ها را از زنجیره ریشه (Root Chain) به زنجیره منشأ (Source Chain) منتقل می‌کند. به صورت خلاصه و بدون توجه



رویدادهای پیش روی بلاکچین پالیگان

تا به اینجا تمامی راه حل های ارائه شده حال حاضر به واسطه پالیگان را مورد بررسی قرار دادیم. اما اگر خلاصه معرفی ما از پروژه در ابتدای این مقاله و شکلی که لیستی از راه حل ها را نشان می داد به یاد داشته باشید، حتماً متوجه شده اید که این پروژه لایه دوم اتریوم مسیری بسیار طولانی برای پوشش دادن دیدگاه موجود در نقشه راه خود را در پیش دارد. به صورت جامع می توان به اهداف پیش رو اشاره کرد:

- زنجیره های پالیگان: پروژه Polygon قصد دارد تا دو نوع از شبکه های اصلی سازگار با اتریوم را پشتیبانی کند. این امر شبکه های مستقل و شبکه هایی که از «امنیت به عنوان خدمت - SaaS» استفاده می کنند را شامل می شود.

زنجیره های مستقل در حقیقت شبکه های بلاکچینی مستقلی هستند که مسئولیت امنیت خود را به عهده دارند. با وجود عدم اتکا به عوامل بیرونی، باید بدینیم که میزان امنیت این زنجیره به تعداد نودهای مشارکت کننده و مکانیزم اجماع مختص به آن بستگی دارد. این امر می تواند برای شرکت های بزرگ، پروژه ها و جوامع جاافتاده بسیار مناسب باشد.

از طرف دیگر، زنجیره های ایمن شبکه های بلاکچینی هستند که به جای بنیان گذاری ابزار اعتبار سنجی مستقل خود که در زنجیره های مستقل مورداستفاده قرار می گیرد، از لایه امنیتی پالیگان استفاده می کنند. این خدمات ایمنی می تواند در قالب مجموعه ای از اعتبار سنج های تقویض شده (DPoS) و یا ترکیبی از طرح های تأیید دیگر مثل طرح های جمع آوری و طرح های ایمن در برابر

دلیل اینکه به عقیده من پروژه Polygon بیشتر در قالب یک چهار چوب است تا یک بلاکچین، به پالیگان برمی گردد. SDK پالیگان یک چهار چوب مازولار و قابل گسترش است که در راستای ساخت شبکه های سازگار با اتریوم مورداستفاده قرار می گیرد. در واقع می توان این چهار چوب را جایگزینی برای زیر لایه (Substrate) پریتی (Parity) در نظر گرفت اما به جای زنجیره های Rust به زبان Golang نوشته شده است و به صورت اختصاصی با EVM سازگار است.

پالیگان لایه های پیش رو را ارائه می کند و می توانید آنها را ساختار بندی کرده و تغییر دهید تا زنجیره شخصی خود را پیاده سازی کنید:

- لایه بلاکچین در حقیقت مرکز و قلب SDK به حساب می آید. تمامی مسائل مربوط به بلاک و وضعیت زنجیره را پیاده سازی می کند. این چهار چوب در هنگام افزوده شدن یک بلاک به بلاکچین، منطق موردنظر را مدیریت می کند و شیوه رفتاری حالت را تعریف می کند. حالت نمایانگر شی تغییر حالت (state transition) است. این چهار چوب با تغییر شرایط در هنگام افزوده شدن یک بلاک جدید به زنجیره موردنظر و کنترل حالت (اجرای تراکنش ها)، اجرای ماشین مجازی اتریوم و تغییر وضعیت Merkle Tries بلاکچین بر اساس تراکنش در حال اجرا دست و پنجه نرم می کند.

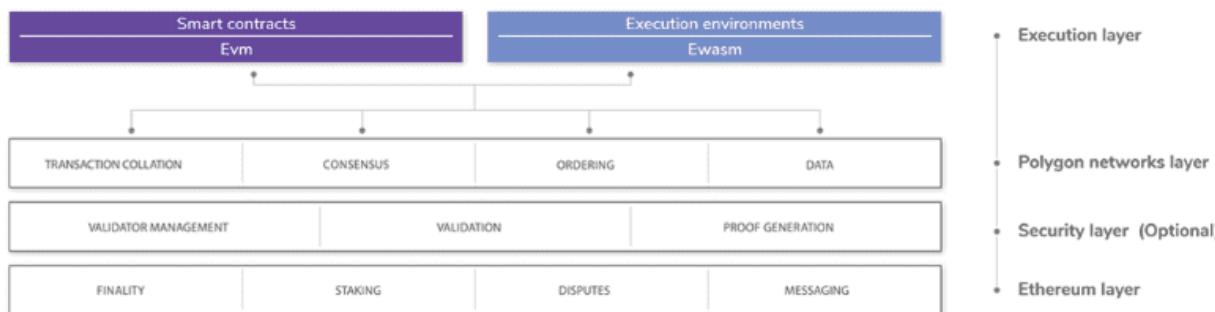
- این لایه اجماع رابطی را برای الگوریتم های اجماع مختلف فراهم می کند. علاوه بر این، این امکان را به شما می دهد تا الگوریتم اجماع دلخواه خود را به بلاکچین متصل کرده و یا پیاده سازی کنید. تنها الگوریتمی که در حال حاضر توسط Polygon SDK پشتیبانی می شود آستانه تحمل خطای بیزانس استانبول (IBFT) است. بر اساس اسناد ارائه شده توسط پالیگان، این شرکت در حال کار کردن بر روی پیاده سازی PoW، Clique، Ethash و PoW است.

- مازول TxPool تمامی انتظارات شما را برآورده می کند. این مازول پیاده سازی استخراج تراکنش ها یعنی جایی که تراکنش های گوناگون از بخش های مختلف سیستم به منظور پردازش به واسطه اجماع و لایه بلاکچین افزوده می شوند را به نمایش می گذارد.
- در بخش پایانی نیز، SDK دارای لایه شبکه سازی همتا به همتا (P2P) برای حفظ ارتباط میان همتا های پیاده سازی شده در Libp2p و یک gRPC و API های JSON برای تعامل داشتن با همتا موردنظر است.

یک زنجیره کاملاً جدید سازگار با EVM.

• طرح نقطه بازرسی Matic PoS Chain تقریباً شبیه به یک رول آپ خوشبین است. با نگاهی اجمالی به نقشه راه پروژه پالیگان می‌توان متوجه شد که این شرکت روند پیاده‌سازی رول آپ‌های خوشبینانه را نیز در ذهن می‌پروراند. اما این روند چگونه پیش خواهد رفت؟ از دیدگاه من روند پیاده‌سازی رول آپ Polygon به لایه امنیتی قابل اتصال تعلق خواهد داشت. این در حالی است که Metis و سایر راه حل‌های لایه دوم رول آپ‌های خوشبین را به عنوان بخشی از طراحی پروتکل خود در نظر گرفته‌اند و در قالب

کلاهبرداری باشد.
 • خدمات ایمنی: پروژه Polygon لایه‌ای غیراجباری و خاص تحت عنوان «خدمات اعتبارسنج‌ها» را به ما ارائه می‌کند. این اعتبارسنج‌ها به صورت موقت و در ازای دریافت فی، اعتبار هر یک از زنجیره‌های پالیگان را مورد بررسی قرار می‌دهند. این فرایند به صورت موازی با زنجیره اتریوم صورت می‌گیرد و کاملاً انتزاعی است، بنابراین شامل چندین نمونه می‌شود. این روند شباهت زیادی به استخراج ترتیب‌بندی Metis دارد (که در بخش بعد مورد بررسی قرار می‌گیرد).



یک لایه اختیاری برای پیکربندی موقت در زنجیره شما به حساب نمی‌آید. در واقع می‌توان گفت در چنین بسترها می‌زنجیره موردنظر این قابلیت را از همان ابتدا دارد. من در تلاش برای پیدا کردن اعداد و ارقامی مربوط به عملکرد زنجیره PoS Metis بودم تا از مقایسه آنها با اعدادی که در مقایسه Metis و سایر رول آپ‌های خوشبینانه مشاهده کردم دستاورده متناسبی حاصل شود اما چیزی پیدا نکردم. با وجود تمام این تفاسیر، با یک بررسی اجمالی می‌توان دید که مجموعه متداول Metis و استفاده از رنجرهای به عنوان تاییدکننده‌گانی که در شبکه مشارکت دارند، عملکرد قدرتمندانه‌تری نسبت به همتایان خود در زنجیره Matic PoS دارند. زنجیره گواه اثبات سهام متیک بیشتر به رویکرد رول آپ‌های خوشبینانه پروژه‌هایی مانند آریتروم (Arbitrum) شباهت دارد.

• شرکت‌هایی که به دنبال پیاده‌سازی برنامه‌های بلاکچین هستند ممکن است پالیگان را برای بینانگذاری زنجیره‌های مستقل خود انتخاب کنند. این عمل ممکن است در رابطه با برخی کاربردها منطقی به نظر برسد زیرا بسیاری از راه حل‌های لایه دوم بر روی کاربردهای تعاملی و همکاری تمرکز ندارند و کمبود تضمین ایمنی و غیرقابل نفوذ بودن موردنیاز در چنین سازمان‌هایی در آنها حس می‌شود. با این حال، این عوامل شبیه به کاربردهای ارائه شده توسط راه حل‌هایی مثل Metis نیستند. Metis از ابتدای کار از DAC (شرکت‌های مستقل غیرمت مرکز) حمایت می‌کند. این امر به

رول آپ‌ها: پروژه Polygon در نقشه راه خود روند پیاده‌سازی ZK و رول آپ‌ها یا همان مجموعه‌های خوشبین را گنجانده است. با وجود اینکه اطلاعات زیادی در این رابطه در دسترس نیست اما انتظار داریم تا این طرح‌ها و برنامه‌ریزی‌ها به بخشی از لایه امنیتی تحت عنوان مکانیزم ایمنی افزوده قابل درخواست توسط زنجیره‌های مستقل مبدل شود.

تفاوت پالیگان با یک راه حل لایه ۲

به عقیده من پالیگان حداقل در حال حاضر یک راه حل لایه دوم نیست. از دیدگاه من این پروژه بیشتر به یک زنجیره وابسته و متعهد به اتریوم، راه حلی برای ارائه قابلیت همکاری و چهارچوب بلاکچین برای فراهم کردن قابلیت انعطاف‌پذیری برای توسعه دهنده‌گان برنامه‌های غیرمت مرکز (DApp) شباهت دارد. با بررسی کردن پروژه لایه دوم Metis می‌توانیم خصوصیت‌های پیش رو را به وضوح مشاهده کنیم:

- Metis دارای روند کاری مشخصی برای مقابله با محدودیت‌های مقیاس‌پذیری اتریوم است و این در حالی است که کاربر پالیگان باید تمام راه حل‌های آن را برای یافتن راه حل متناسب با نیازمندی خود جستجو کند: زنجیره گواه اثبات سهام متیک برای مقابله با محدودیت‌های مقیاس‌پذیری اتریوم، بریج‌ها در صورت ارتباط داشتن مشکل با شبکه‌ها، و یا Polygon SDK برای ساخت

وجود دارد و با توجه به اقتصاد مربوط به هر یک از طرح‌های موجود در این حیطه، ترتیب‌بندها و تأییدکنندگان بیشتری نیز در شبکه مشارکت دارند و اعتماد بیشتری از نیز به امنیت راه حل لایه ۲ جلب می‌شود. این امر دلیل اصلی تاکید ما بر روی سیستم انگیزشی یا مشوق، یعنی بسترهای است که تأییدکنندگان در کنار ترتیب‌بندها (Sequencers) از نقش پررنگی برخوردار بوده (همانند نمونه Metis) و از مزایای عملکرد و امنیت پیاده‌سازی رول آپ‌های خوش‌بینانه بهره‌مند می‌شوند. در رابطه با بrij های پالیگان چطور؟ Polygon PoS یک متولی واحد ندارد و در تلاش برای پیروی کردن از رویکرد اقتصاد کریپتویی غیرمت مرکز است. با این حال، قرارداد بrij، که دارایی‌های کاربران در آن واریز شده و مسئولیت کلی تبادل دارایی‌های به عهده آن است، مدیر دارد و به کیف پول چند امضایی که از طریق یک پروکسی کنترل می‌شود، متکی است. این کیف پول چند امضایی در ابتدا با حق برداشت امضای دو از ۸ سه، کار خود را آغاز کرد و هم‌اکنون به طرح حق امضای ۵ از ۸ ارتقا پیدا کرده است. از بین هشت نفر امضای تأییدکننده موردبخت، چهار نفر در دسته هم‌بینان گذاران بلاک‌چین پالیگان جای دارند و چهار نفر دیگر نیز اعضای سایر پروژه‌های دیفای Polygon هستند.

با توجه به تجزیه و تحلیل صورت گرفته حول محور بrij گواه اثبات سهام پالیگان:

باتوجه به آزمایش‌های صورت گرفته در زمینه قرارداد کد، صاحب قرارداد می‌تواند در زمان دلخواه قرارداد موردنظر را ارتقا داده و یا جایگزین کند (این فرایند بدون هیچ تأخیری انجام می‌شود)، این بدان معناست که صاحب قرارداد می‌تواند تمامی دارایی‌های کاربری موجود در قرارداد را در زمان دلخواه برداشت کند. بدون شک این امر یکی از ریسک‌های امنیتی بالقوه به حساب می‌آید؛ بنابراین، دارایی‌های انتقال‌یافته به زنجیره پالیگان به‌واسطه بrij PoS در این شرایط قابل اعتماد نیستند.

ضمانت امنیت بrij پلاسما بلاک‌چین پالیگان کمی قدر تمدن‌تر است اما هنوز هم تا حالت بی‌نقص فاصله زیادی دارد. با توجه به تعریف خلاصه‌ای که پیش از این در مورد Plasma Bridge ارائه کردیم، بازه زمانی چالش‌برانگیز هفت‌روزه برای برداشت منابع مالی یکی از نیازمندی‌های موجود در این عرصه است و این امر به دلیل کاربردهای ایمن در برابر کلاهبرداری صورت می‌گیرد. نقص مهم این رویکرد به میزان دسترسی ما به داده‌ها برمی‌گردد. این در حالی است که در رابطه با رول آپ‌های خوش‌بینانه، تمامی داده‌های موردنیاز شما برای تأیید یک رول آپ در لایه ۱ موجود است و نیازی به تعامل داشتن با زنجیره وابسته لایه ۲ نیست.

سازمان‌ها این امکان را می‌دهد تا بدون نگهداری و پیاده‌سازی کامل یک زنجیره کامل مستقل (باتوجه به بار زیادی که ممکن است این فرایند به همراه داشته باشد)، از حقوق دسترسی و سایر طرح‌های مجاز محور برخوردار شوند.

- می‌توان زنجیره‌های مستقل شبکه پالیگان را به عنوان شیوه کم‌نظری برای مقیاس‌بندی ترتیبی یا افقی کاربردهای گوناگون نیز به حساب آورد. با این حال، راه حل‌های لایه ۲ مثل متیس نیز به‌واسطه جداسازی وضعیت و اجرای تراکنش‌ها و بدون نیاز به پیاده‌سازی یک زنجیره کاملاً جدید، این مقیاس‌بندی ترتیبی را میسر می‌سازند.
- هنگامی که در مورد لایه امنیتی و «خدمات اعتبارسنج‌های پروژه Polygon» مطالعه می‌کردم به یاد شیوه پیش‌فرض متیس در رابطه با رنجرهای و ترتیب‌دهنده‌هایی افتادم که با سهم خود در راستای حفظ ایمنی لایه ۲ و معهدهای بلاک‌ها به شبکه اصلی عمل می‌کنند. با این حال، در لایه امنیتی پالیگان این اعتبارسنج‌ها هستند که برای شبکه‌های خاص مستقل قرض گرفته شده و یا در اصطلاح «اجاره» می‌شوند. در بستر متیس، رنجرهای و ترتیب‌دهنده‌ها با تعویض جای خود با یکدیگر در هر یک از شرکت‌های مستقل غیرمت مرکز (DAC) از صحیح بودن روند کاری آنها (نه فقط از تعداد اندکی از موارد منتخب) اطمینان حاصل می‌کنند.

- در پایان، بیایید به چیزی که در ابتدای مقاله به صورت خلاصه بیان کردیم پیردازیم: تضمین ایمنی و فضای اعتماد ارائه شده توسط بrij های پالیگان و تعامل آن با لایه ۱ ضعیف‌تر از راه حل‌های لایه ۲ مبتنی بر رول آپ‌هایی مثل متیس است. این موضوع کوچکی نیست. تا به امروز شاهد نتایج فاجعه‌بار حاصل از عدم رعایت امنیت به صورت کامل برای بلاک‌چین بوده‌ایم. با توجه به اینکه Metis یک پلتفرم کاملاً غیرمت مرکز در حال فعالیت بر روی شبکه اتربیوم است، می‌توان آن را به عنوان گزینه ایمن‌تری در مقایسه با زنجیره‌های معهدهای مت مرکزی مثل پالیگان به حساب آورد.

در نهایت به شما بستگی دارد که به چه کسی اعتماد کنید

برای بrij گواه اثبات سهام پالیگان به‌واسطه مجموعه‌ای از تأییدکنندگان بیرونی ایمن‌سازی می‌شود. امنیت این زنجیره توسط سهم تأییدکننده موجود و در مقابل مجازات برای رفتار نادرست تضمین می‌شود. هیچ‌چیز جدیدی در این عرصه وجود ندارد و به صورت کلی، ما به امنیت این سیستم در زمینه مشوق‌های اقتصادی مکانیزم اجماع اعتماد می‌کنیم. هرچقدر تعداد تأییدکنندگان و استیک بیشتری در شبکه موجود باشد، با خیال راحت‌تری به آن اعتماد می‌کنیم. روند مشابهی نیز در مورد رول آپ‌های خوبین

به عنوان نکته پایانی، با مراجعه به این لینک می‌توانید دیدگاه‌های عالی مختلفی را در مورد پیاده‌سازی برجی‌های گوناگون (از جمله برج بلاک‌چین پالیگان) و خلاصه‌ای از مقایسه پروتکل‌های لایه دوم پالیگان را مشاهده کنید.

سخن پایانی

در این مقاله تمامی دیدگاه‌ها و بررسی‌های موجود در مورد برجی‌ها، رول آپ‌های خوش‌بینانه و مقایسه بین پروتکل لایه دوم پالیگان و سایر راه حل‌های لایه دوم مانند متیک بیان شدند. در حال حاضر شناسن این را داشتیم تا در مورد یکی دیگر از پروژه‌های جذاب موجود در اکوسیستم اتریوم یعنی پالیگان، مطالبی را بیاموزیم. در این مقاله تلاش کردیم تا پروژه Polygon را در قالب یکی دیگر از پروژه‌های فعال در زمینه قابلیت همکاری و چهارچوب بلاک‌چینی با دیدگاه بهبود Ethereum مورد بررسی قرار دهیم. بدون شک سیاری از ایده‌ها و توسعه‌های جذاب هنوز در مسیر شکل‌گیری هستند. به نظر شما این راه حل لایه ۲ اتریوم در مقایسه با سایر پروتکل‌های لایه دوم چه عملکردی دارد؟

منبع: میهن بلاک‌چین

این امر در ابطه‌با بلاک‌چین پالیگان صدق نمی‌کند. در بستر پروژه Polygon، هر یک از کاربران تأیید گواه اثبات به ریشه Merkle تولید شده در نقطه بازارسی زنجیره گواه اثبات سهام متیک احتیاج دارند. این امر بدین معناست که یک کاربر بدون تعامل داشتن با زنجیره Matic PoS نمی‌تواند فعلان مخرب و بد ذات را شناسایی کند.

این رشتہ توییت به صورت تمام‌وکمال و در شش توییت در مورد دلیل بهتر بودن رویکرد رول آپ‌های خوش‌بینانه (و راه حل مبتنی بر برج رول آپ‌های خوش‌بینانه) از نقطه نظر امنیتی توضیح می‌دهد. همه این مسائل به اعتماد شما بستگی دارد: یعنی انتخاب مجموعه‌ای از تأییدکنندگان و داده موجود در لایه ۱، و یا تعداد اندکی از تأییدکنندگان و برخی از داده‌های ذخیره شده در زنجیره متعهد.

 Bartek Kiepuszewski
@bkiepuszewski

6/ TL/DR: users need to trust validators for the safety of their funds and the ability to exit them. Validators can easily block funds on a sidechain (by withholding data) or seize them (by assigning all tokens to themselves)

May 16th 2021

23 Likes



آخرین مطالب و گزارش‌ها:
اقتصاد دیجیتال
فناوری مالی (فین‌تک)
ارز دیجیتال
بلک دیجیتال
و...
گسب و کار دیجیتال
فروش آنلاین
دیجیتال مارکتینگ
رومان دیجیتال
و...

ماهانه
اقتصاد دیجیتال
www.DigitEco.ir

دانشگاه خبری و اطلاعاتی
elececo
اقتصاد الکترونیکی
www.elececo.ir

ما را در شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید



elececo



elececoir



elececo.ir



elececoir



بلاکچین و عدم شفافیت قانونی؛

چالش‌های فعالان در حوزه بلاکچین و رمزارزها در ایران

اعتقادی به این تکنولوژی نوظهور نداشتند. صادقانه‌اش این است که من هم خودم مدت‌ها این بازار رو فقط زیر نظر داشتم و می‌خواستم اطلاعاتیم رو در این زمینه کامل کنم تا بعد در مورد سرمایه‌گذاری در این حوزه تصمیم بگیرم. قابلیت‌های ویژه بیت‌کوین برای من به مرور زمان پررنگ و پررنگ‌تر شد و هرچقدر درک من از این تکنولوژی بالا رفت، نگاه من به این صنعت مثبت‌تر شد.

جدایت این بازار برای من از سه منظر خیلی پررنگ شد؛ غیرمتمرکز بودن بیت‌کوین و شفافیت در تراکنش‌ها، باز بودن این بازار و عدم تعلقش به یک جا و مکان خاص طوری که ۲۴ ساعته امکان فعالیت وجود دارد و رفتارهای پرتنش این بازار هم در جهت مثبت و هم در جهت منفی که خبر از نوبودن و جوان بودن این مارکت می‌داد.

همه اینها باعث شد تا من به طور جدی از حدود سال ۲۰۱۷ فعالیتم را در این بازار شروع کنم و در اواسط سال ۲۰۲۱ پس از افت نسبتاً شدید بیت‌کوین و اتفاقات مشابه سال ۲۰۱۷ تصمیم گرفتم تا یک پیج به زبان فارسی تأسیس کنم و دانش خودم را در

بلاکچین و رمزارزها دنیای نوظهوری است که می‌تواند هم برای سرمایه‌گذاران هم برای کسب‌وکارها همچون استارتاپ‌ها فرصت‌های تازه‌ای را به همراه داشته باشد به طوری که به گفته یک فعال حوزه بلاکچین گستردگی این تکنولوژی فضای بینظیری برای استارتاپ‌ها فراهم کرده تا بتوانند به راحتی در آن بدرخشند و البته به جای سعی در کپی‌برداری از کمپانی‌های موجود چه در داخل و چه در خارج بهتر است با تکنولوژی‌های جدید آشنا بشوند تا برای ۱۰ سال آینده هم حرفی برای گفتن داشته باشند.

در همین راستا با حمید جاسبی گفتگویی انجام داده‌ایم که در ادامه آمده است.

■ ابتدا مختصری در زمینه فعالیت‌تان در خصوص بلاکچین و رمزارز را بفرمایید.

□ من حدوداً از سال ۲۰۰۹ (۱۳۸۷) در بازارهای مالی فعالیت می‌کنم. آشنایی من با صنعت بلاکچین یا بهتر بگوییم بیت‌کوین حدوداً از سال ۲۰۱۵ شروع می‌شود زمانی که تب و تاب بیت‌کوین به شدت بالا رفته بود اما همچنان اکثر افراد حتی در حوزه اقتصادی

استودیو در کشور ویتنام طراحی و ارائه شده است. به طور کل به نظر می‌رسد اکثر کشورها علی‌رغم عدم قطعیت در رویارویی با این صنعت جدید سعی کردند منعطف باشند و فضای مناسبی را برای کسب‌وکارهای نوپا در این حوزه ارائه بدهند.

■ در منطقه خاورمیانه کدام کشورها پیشرو هستند؟ بیشتر کدام صنایع از این فناوری بهره برده است؟ آماری در این زمینه دارید؟

بدون تردید کشور امارات پیشرو در به‌کارگیری و پذیرش این تکنولوژی در خاورمیانه هست. در اپریل سال ۲۰۱۸، زمانی که شاید کمتر کسی اسم بیت‌کوین حتی به گوشش خورده بود، کشور امارات استراتژی بلاکچین خودش برای سال ۲۰۲۱ رو ارائه کرد تا جایی که قرار بر این شد که ۵۰٪ از تراکنش‌های دولتی از جمله سیستم بهداشتی بر بستر بلاکچین صورت بگیرد و امروزه هم شاهد برگزاری کریپتو اکسپو در دبی هستیم.

علاوه بر این تمام بزرگان مالی و تکنولوژی این حوزه هر روزه در پی تأسیس دفتر در امارات هستند تا جایی که گمانه‌زنی‌هایی هست مبنی بر اینکه بزرگ‌ترین صرافی مرکز ارزهای دیجیتال، باینس، احتمالاً دفتر مرکزی خودش را در امارات تأسیس کند. نکته جالبی که وجود دارد این است که در همین خاورمیانه بعضی کشورها مثل ایران محتاطانه در پی قانون‌مندکردن این حوزه هستند و از طرفی بعضی دیگر از کشورها مثل قطر استفاده از رمزارزها را به طور کل منع اعلام کردند.

■ در ایران چه چالش‌هایی برای تسهیل سازی این فناوری وجود دارد؟ راهکارها توسعه آن؟

متاسفانه کاربران ایرانی از دو طرف در بلاکلیفی سختی به سر می‌برند. از طرفی تحریم‌ها باعث شده تا محدودیت‌های زیادی داشته باشند و استفاده از صرافی‌های متمنکر را برایشان بهشدت سخت کرده و همیشه دغدغه‌های بسته‌شدن حساب و عدم پذیرش کسب‌وکارشان از سوی جوامع بین‌الملل را دارند.

از طرف دیگر شفافیت کامل قانونی در این حوزه وجود ندارد و همین امر باعث رشد مضر بعضی شبکه‌های پانزی شده و از طرف دیگر باعث به انزوا کشیده شدن عده‌ای متخصص شده است. امیدوارم با قانون‌مند شدن این حوزه، راه فعالیت برای افراد علاقه‌مند به این تکنولوژی هموار بشود.

این صنعت جدید هست و مثل همه حوزه‌هایی که جدید عرضه می‌شود، خوبی و بدی دارد. خیلی مهم است که از متخصصین این

این حوزه به مخاطبان ارائه بدهم تا در سربالی و سرپایینی این بازار همراه آنها باشم که تصمیم احساسی، چیزی که خیلی رایج هست بین سرمایه‌گذاران این صنعت، نگیرند.

■ به نظر شما بلاکچین چه تأثیری روی کارایی و رونق

اقتصادی کسب‌وکارها به خصوص استارت‌آپ‌ها دارد؟

باها در جلسات و مشاوره‌های اقتصادی نظرم رو اعلام کردم که گستردگی این تکنولوژی فضای بی‌نظیری برای استارت‌آپ‌ها فراهم کرده تا بتوانند به راحتی در آن بدرخشند. یکی از انتقادات من به راهبران اقتصادی برای کسب‌وکارهای کوچک همیشه همین موضوع بوده که به جای سعی در کپی‌برداری از کمپانی‌های موجود چه در داخل و چه در خارج از ایران بهتر است با تکنولوژی‌های جدید آشنا بشوند تا برای ۱۰ سال آینده هم حرفی برای گفتن داشته باشند.

مشکل اساسی کسب‌وکارهای ما همیشه نگاه به گذشته بوده در حالی که اگر نگاهمان را به سمت به آینده کنیم و خودمان را با علم روز مجہز کنیم قطعاً ایده‌های بهتر و پردرآمدتری ارائه خواهیم داد. به‌حال معتقدم هنوز هم دیر نشده و صنعت بلاکچین دریای بیکرانی هست که با اندکی دانش و خلاقیت حتماً می‌شود در آن پروژه‌های جذاب و سودآوری خلق کرد.

■ کشورها برای تسهیل این فناوری چه اقداماتی انجام داده‌اند؟

جواب این سؤال کمی پیچیده هست چون نگاه کشورها به این مقوله خیلی با یکدیگر فرق دارد و در واقع نمی‌شود گفت همه کشورها تسهیلاتی ارائه دادند. بعنوان مثال، چین بارها استفاده از رمزارزها و استخراج آنها را ممنوع اعلام کرده تا جایی که در می‌۲۰۲۱ ممنوعیت رسمی استخراج باعث از شبکه خارج شدن تعداد کثیری از ماینرها بیت‌کوین و سبب افت شدید قیمت بیت‌کوین شد.

حتی به تازگی با تصویب قانونی اعلام کردن که جذب هرگونه سرمایه از طریق رمزارزها می‌تواند باعث پیگرد قانونی و زندانی شدن افراد در چین بشود. از طرفی خیلی از کشورهای دیگر کاملاً متفاوت عمل می‌کنند و تا جایی پیش رفته‌اند که آثار موزه‌ها را به طور رسمی به شکل توکن‌های غیرمتشابه به فروش می‌رسانند؛ این اتفاق برای یک اثر هنری در یکی از موزه‌های اتریش اتفاق افتاده است. در مثال دیگر، در حوزه بازی‌هایی که باعث کسب درآمد می‌شوند که یکی از معروف‌ترین آنها اکسی اینفینیتی هست در یک

اگر نوجوان هستید و دوست دارید در آینده حرفی برای گفتن داشته باشید سعی کنید حتماً در این حوزه آموزش ببینید. پیش‌بینی می‌شود بزرگ‌ترین درآمدها برای مشاغل آینده مرتبط به متخصصین حوزه بلاکچین باشد.

اگر دوست دارید سرمایه‌گذاری کنید در این بازار، قواعد این بازار را بگیرید. بدانید که سرمایه‌گذاری در این حوزه در دسته سرمایه‌گذاری‌های پربریسک هست و شرایط بازار مالی ارزهای دیجیتال به دلیل نوظهور بودنش قطعاً تفاوت‌های فاحشی با بازارهای سنتی دارد. هرگز بدون آگاهی و بدون آموزش در این حوزه سرمایه‌گذاری نکنید.

اگر قانون‌گذار این حوزه هستید هم از شما درخواست می‌کنم تا خرد جمعی متخصصین این حوزه در پی تسهیل فعالیت شرکت‌های نوپا و همچنین سرمایه‌گذاران این حوزه باشید. اگر قانون‌گذاری صحیح صورت بگیرد قطعاً باعث ازبین‌رفتن کلاهبرداری‌های متعدد و به نفع همه فعالیت این حوزه خواهد شد.

و در نهایت از تمام علاقه‌مندان و حتی متقدان این حوزه درخواست می‌کنم تا با ذهنی باز به آموزش در این حوزه پردازند چرا که بدون تردید آینده به شکل‌های مختلفی به صنعت بلاکچین گره‌خورده و تمام شرکت‌های غول تکنولوژی در راه پیوستن به این تکنولوژی بی‌بدیل هستند.

منبع: بازار

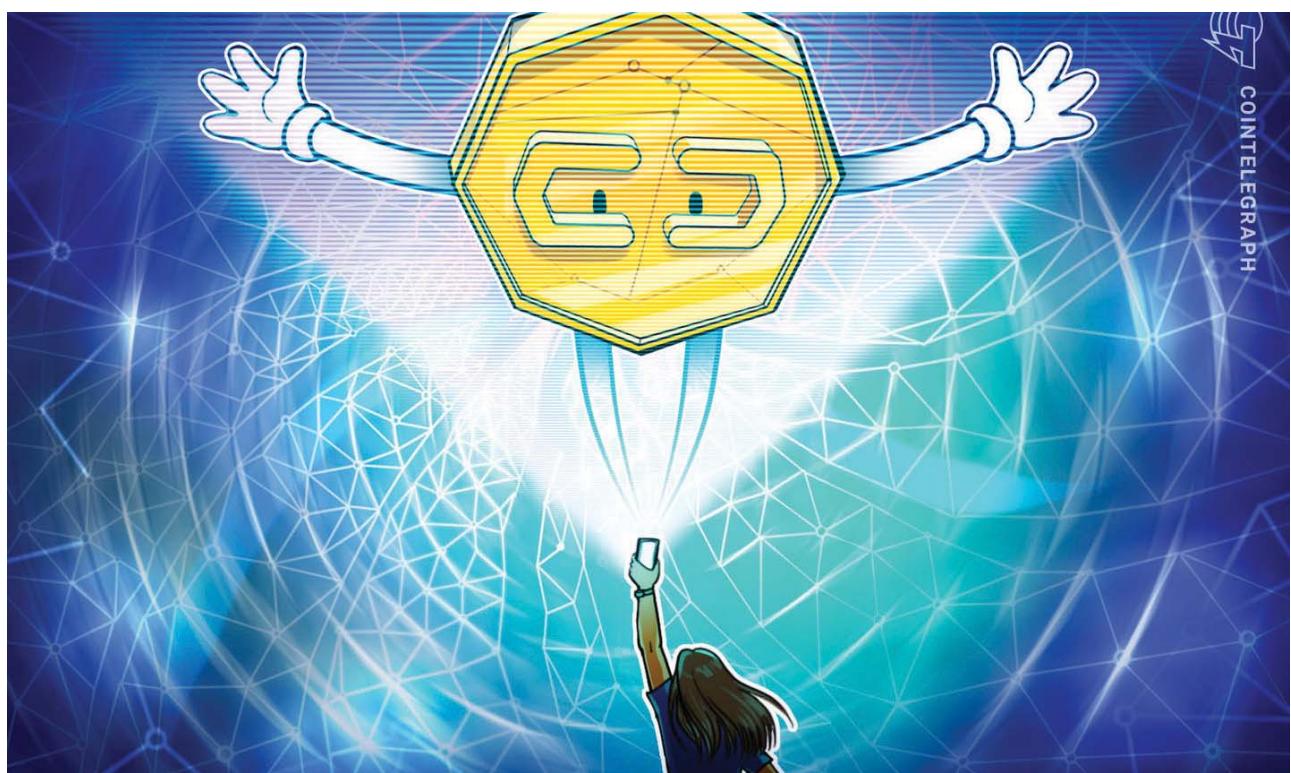
صنعت در قانونمند کردنش استفاده بشود. چون اگر این اتفاق نیفتد قطعاً قوانین وضع خواهد شد که نه کاربردی هستند و نه ضمانت اجرایی خواهند داشت. ایران به خوبی می‌تواند با قوانین صحیح از این صنعت به نفع خودش استفاده کند. فقط امیدوارم این اتفاق دیر نیافتد!

■ برای آشنایی مدیران باید از سوی دولت و ارگان‌ها چه اقداماتی صورت گیرد؟

□ آموزش مهم‌ترین رکن درک شدن بهتر این صنعت هست. ما در حال حاضر در نقطه حساسی از تاریخ این صنعت قرار گرفتیم و شاید بشود پیشرفت و پذیرش این صنعت را در حال حاضر با شرایط پذیرش و گسترش اینترنت در دهه ۹۰ میلادی مقایسه کرد. عدم درک این حوزه توسط مدیران دولتی ممکن است باعث تصمیم‌گیری‌های عجولانه و غلط برای آینده این حوزه در کشور بشود. پس توصیه اکید من برگزاری دوره‌های آموزشی برای آشنایی مدیران با این صنعت نوظهور هست، چراکه آینده این تکنولوژی در کشورمان در گرو تصمیمات آتی آنهاست.

■ سخن پایانی خود را بفرمایید.

□ صنعت بلاکچین، دریایی بی‌انتهایی است که هر قدر در آن آموزش ببینید باز هم جای رشد وجود دارد. توصیه من به اقسام مختلف این است:





آینده رمざرزا در ایران با طرح صیانت

■ حسین عسکری

بی شک رمざرزا، بلاکچین، متاورس و وب ۳ جزو تکنولوژی‌های آینده جهان هستند و مردم دنیا به خصوص سرمایه‌گذاران، برنامه‌نویسان، نهادهای مالی، شرکت‌ها و سازمان‌های دولتی در انتظار بهره‌مند شدن هر چه بیشتر از این تکنولوژی‌ها هستند. در ایران اما هنوز آینده و ادامه حیات اینترنت بین‌المللی که زیرساخت و نیاز اصلی برای استفاده از بلاکچین و رمざرزا است در هاله‌ای از ابهام قرار دارد.

مدتی است در ایران زمزمه‌های محدود کردن اینترنت بین‌المللی و شبکه‌های اجتماعی معروف شنیده می‌شود. در آخرین اقدام مجلس شورای اسلامی طرحی را با نام "طرح صیانت از حقوق کاربران در فضای مجازی و ساماندهی پیام‌رسان‌های اجتماعی" کلید زده است که کلیات این طرح با ۱۸ رأی موافق و ۱ رأی مخالف در تاریخ ۳ اسفند ۱۴۰۰ در کمیسیون مشترک مجلس شورای اسلامی تصویب شد، ولی یک روز بعد هیئت‌رئیسه مجلس شورای اسلامی تصمیم کمیسیون مشترک در تصویب این طرح را به دلیل ایرادات شکلی در چگونگی بررسی طرح لغو کرد.

بر اساس پیش‌نویس این طرح، کارگروه مدیریت گذرگاه مرزی متشکل از رئیس مرکز ملی فضای مجازی (ریاست کارگروه) و نماینده‌گان وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، سازمان پدافند غیرعامل، وزارت اطلاعات، نیروی انتظامی، قوه قضائیه، ستاد کل نیروهای مسلح و سازمان اطلاعات سپاه سازمان کارگروه تعیین محتوای مصاديق مجرمانه ایجاد می‌شود تا نسبت به امنیت ارتباطات و اطلاعات و مديريت ترافیک ورودی و خروجی ایران در گذرگاه‌های ایمن مرزی تصمیمات لازم را اتخاذ کند.

در این گزارش قصد داریم به صورت تخصصی آینده رمざرزا در ایران پس از اجرای طرح صیانت را بررسی کنیم و ببینیم چه آینده‌ای در انتظار سرمایه‌گذاران، استفاده‌کنندگان رمざرزا وغیره است.

تعریف

طرح صیانت چیست؟

خدمات پایه کاربردی: به خدماتی اطلاق می‌شود که به بخش غیرقابل اجتناب از فضای مجازی و شبکه ملی اطلاعات تبدیل شده و دارای جنبه راهبردی یا مخاطب داخلی بالایی هستند.

درگاه خدمات پایه کاربردی: سامانه‌ای که به موجب این قانون به منظور ثبت و تأیید هویت و فعالیت خدمات پایه کاربردی راهاندازی می‌شود.

این طرح مجلس شورای اسلامی بسیار پر ابهام بوده و کسی از چگونگی اجرای آن به طور دقیق مطلع نیست اما پیش‌نویس و کلیات این طرح منتشر است.

بر اساس کلیات این طرح که فقط بخش‌های مورد بحث آن آمده است:

فعالیت خدمات پایه کاربردی در ایران

بر اساس این طرح، خدمات پایه کاربردی برای ادامه فعالیت در ایران، باید تا حداقل چهار ماه جهت رعایت تعهدات زیر اقدام کنند:

- رعایت قوانین کشور
- ثبت در درگاه خدمات پایه کاربردی
- معزیزی نماینده قانونی در ایران و پذیرش تعهدات ابلاغی کمیسیون عالی تنظیم مقررات
- در غیر این صورت، اگر جایگزینی مناسی (به تشخیص کمیسیون) بر این خدمات موجود بود، پلتفرم مسدود خواهد شد و در غیر این صورت، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات موظف است ظرف هشت ماه اقدام به تولید این جایگزین مناسب کند. اگر وزارت ارتباطات از این عمل سرباز زد، جریمه شده و این وظیفه به مرکز ملی فضای مجازی محول می شود.

ترافیکشبکه

بر اساس ماده ۹ این طرح، کارگروه مدیریت گذرگاه ایمن مرزی (متشكل از رئیس مرکز ملی فضای مجازی (ریاست کارگروه) و نمایندگان ستاد کل نیروهای مسلح، سازمان اطلاعات سپاه، وزارت اطلاعات، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، سازمان پدافند غیرعامل و قوه قضائیه) موظف است ترافیک ورودی و خروجی کشور و پلتفرم‌های مختلف را کنترل کند. جلوتر و در ماده ۱۷ آمده است که «سهم ترافیک هریک از خدمات پایه کاربردی داخلی در شبکه ملی اطلاعات باید از حداقل مصوب کمیسیون نسبت به ترافیک کل خدمات پایه کاربردی متناظر در کشور بیشتر باشد».

اطلاعات کاربران

این طرح در ماده ۲۵ خود، تکالیفی برای ارائه‌دهنگان خدمات پایه کاربردی مشخص می‌کند تا آنها را موظف به حفاظت از داده‌های خصوصی کاربران خود کنند، هرچند بندهای ۱۱ تا ۱۴ این ماده، بسیاری از متقدین را نسبت به این نیت مشکوک کرده است. این بندها، شامل موارد زیر هستند:

- رعایت الزامات خدمات سالم‌سازی، امنیت و پدافند غیرعامل در شبکه ملی اطلاعات
- فراهم کردن تمیهیدات لازم برای پیشگیری، شناسایی و مقابله با جرم در فضای مجازی
- اجرای دستورها و احکام صادره از سوی مقامات صلاحیت دار قانونی بر اساس مجوز قضایی
- نگهداری و ارائه ادله الکترونیکی به مراجع ذی ربط بر اساس مقررات ناظر به جمع‌آوری و استناد‌پذیری ادله الکترونیکی موضوع

گذرگاه ایمن مرزی: مجموعه نقاط اتصال شبکه ارتباطی خارج از کشور به داخل و بالعکس که از طریق آنها دسترسی انجام شده و تبادل داده جریان می‌یابد.

کمیسیون عالی تنظیم مقررات

بر اساس ماده سوم طرح صیانت، کمیسیون عالی تنظیم مقررات مسئول اجرای مصوبات شورای عالی فضای مجازی و قوانین مربوط به آن شناخته شده و به عنوان مرجع تنظیم قوانین برای شبکه‌های اجتماعی و خدمات ارتباطی فعالیت می‌کند. با توجه به ترکیب این کمیسیون نقش دولت در مدیریت اینترنت و فضای مجازی کمرنگ شده و عملاً از وزارت ارتباطات سلب اختیار می‌شود.

ترکیب این کمیسیون به شکل زیر است:

- مرکز ملی فضای مجازی (رئیس مرکز به عنوان رئیس کمیسیون)

• دادستانی کل کشور

• ستاد کل نیروهای مسلح

• وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات

• وزارت اطلاعات

• وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

• وزارت صنعت، معدن و تجارت

• معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

• وزارت امور اقتصادی و دارایی

• سازمان پدافند غیرعامل

• سپاه پاسداران انقلاب اسلامی

• نیروی انتظامی

• سازمان صداوسیما

• سازمان تبلیغات اسلامی

• سه نفر اعضای حقیقی شورای عالی فضای مجازی به انتخاب

شورا

• یک نفر نماینده از نظام صنفی رایانه‌ای

• یک نماینده مجلس شورای اسلامی عضو کمیسیون فرهنگی

به عنوان عضو ناظر

• یک نماینده مجلس شورای اسلامی عضو کمیسیون صنایع و

معدن به عنوان عضو ناظر

• یک نماینده مجلس شورای اسلامی عضو کمیسیون امنیت

ملی و سیاست خارجی به عنوان عضو ناظر برای تهیه و تصویب

ضوابط همکاری‌های بین‌المللی دو یا چندجانبه در حوزه فضای

مجازی.

اما رمزارزها

رمزارزها جزو خدمات پایه کاربردی محسوب می‌شود که بر اساس این طرح، حتماً صرافی‌های خارجی رمزارز، کیف پول‌ها، استخراج‌های استخراج، پلتفرم‌های NFT، خدمات DeFi، ایردراپ‌ها و بازی‌های بلاک‌چینی، دنیای جدید متاورس، وب ۳ و خدمات DAO برای ادامه فعالیت در ایران، باید تا حداقل چهار ماه جهت رعایت تعهدات زیر اقدام کنند:

- رعایت قوانین کشور
- ثبت در درگاه خدمات پایه کاربردی
- معرفی نماینده قانونی در ایران و پذیرش تعهدات ابلاغی کمیسیون عالی تنظیم مقررات در غیر این صورت، اگر جایگزینی مناسبی (به تشخیص کمیسیون) بر این خدمات موجود بود، پلتفرم مسدود خواهد شد و در غیر این صورت، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات موظف است ظرف هشت ماه اقدام به تولید این جایگزین مناسب کند. اگر وزارت ارتباطات از این عمل سرباز زد، جریمه شده و این وظیفه به مرکز ملی فضای مجازی محول می‌شود.

تحريم‌های بین‌المللی را چه کنیم؟

حتماً می‌دانید که کشور ایران بر اساس تحريم‌های بین‌المللی و آمریکا قادر به تجارت آسان و بی‌دردسر با دنیا نیست، پلتفرم‌های بلاک‌چین مانند صرافی‌های خارجی رمزارز، کیف پول‌ها، استخراج‌های استخراج، پلتفرم‌های NFT، خدمات DeFi، ایردراپ‌ها و بازی‌های بلاک‌چینی، دنیای جدید متاورس، وب ۳ و خدمات DAO هم از قوانین بین‌المللی تبعیت می‌کنند که برای ادامه حیاتشان الزامی است. تاکنون هیچ صرافی خارجی با مردم ایران راه نیامده و خدمات رسانی را هم ممنوع کرده‌اند. مردم ایران برای استفاده از این صرافی‌ها و خدمات بلاک‌چین باید از فیلترشکن استفاده کنند تا هویت ایرانی خود را مخدوش کنند.

اگر طرح صیانت اجرا شد این پلتفرم‌ها باید تا حداقل چهار ماه جهت رعایت تعهدات زیر اقدام کنند:

- رعایت قوانین کشور
 - ثبت در درگاه خدمات پایه کاربردی
 - معرفی نماینده قانونی در ایران و پذیرش تعهدات ابلاغی کمیسیون عالی تنظیم مقررات.
- در حالی که خود ایران تحريم است کدام یک از این پلتفرم‌ها می‌تواند در کشور مجوز بگیرند و حضور داشته باشند؟ طبق قانون تصویب شده باید تمام این پلتفرم‌ها مسدود شده

رمزارزها بعد از اجرای طرح صیانت چه می‌شوند؟

هنوز هیچ اطلاعات دقیقی در مورد اینکه چه اتفاقی برای رمزارزها پس از اجرایی شدن طرح صیانت خواهد افتاد وجود ندارد و همین مسئله موجب سردرگمی و نگرانی سرمایه‌گذاران و ذی‌نفعان حوزه رمزارز شده است.

اینکه اگر اینترنت بین‌المللی در ایران دچار اختلال شود استفاده از رمزارزها هم با مشکل رویرو می‌شود کاملاً درست است، اما بر اساس پیش‌نویس این طرح هر کدام از خدماتی که بر بستر اینترنت بین‌المللی در ایران وجود دارد، بر اساس کاربرد دسته‌بندی شده و قوانین مرتبط با آن هم آمده است. به عنوان مثال شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، تلگرام، توییتر و غیره باید برای ادامه فعالیت خود در ایران از نهادهای دولتی مجوز بگیرند و بر اساس قوانین جمهوری اسلامی ایران رفتار کنند. ما فرض را بر این می‌گذاریم که هیچ کدام از شبکه‌های اجتماعی زیر بار این قوانین نروند، چه اتفاقی می‌افتد؟

در اینجا چند سناریو وجود دارد

فیلتر شبکه‌های اجتماعی: نهادهای قانون‌گذار در ایران این شبکه‌های اجتماعی را فیلتر می‌کنند، مانند توییتر و فیسبوک که از قبل فیلتر بودند، در نتیجه با فیلترشکن‌های رایج می‌توان به این شبکه‌ها دسترسی پیدا کرد.

کاهش شدید پهنای باند اینترنت بین‌المللی: نهادهای قانون‌گذار در ایران دست به کاهش شدید پهنای باند اینترنت بین‌المللی می‌زنند به طوری که دیگر با فیلترشکن هم نتوان وارد این شبکه‌های اجتماعی شد. در این صورت استفاده از کالیه خدمات اینترنت بین‌المللی اعم از شبکه‌های اجتماعی، سایت‌های آموزشی مفید، اپلیکیشن‌های بین‌المللی، خدمات گوگل، مروگرهای، سیستم‌عامل تلفن‌های هوشمند، کیف پول‌های رمزارز و صرافی‌های خارجی رمزارز دچار اختلال می‌شوند.

محدود کردن شدید ترافیک ورودی شهر و ندان ایران به شبکه‌های اجتماعی خارجی: که حتی نتوان با فیلترشکن هم وارد شد و آزاد گذاشتن بقیه امکانات اینترنت بین‌المللی به صورت عادی. اجرای این سناریو برای امکان پذیر نیست. متخصصان شبکه خوب می‌دانند که بخش بندی شبکه یکپارچه اینترنت امکان پذیر نیست، اما مسئولین ادعا کرده‌اند که دستگاه‌های اجرایی قادر به انجام این کار هستند.

افزایش کلاهبرداری‌ها

نکته امنیتی که در اینجا پیش می‌آید این است که پس از خرید رمزارز، کاربران موجودی خود را به کدام کیف پول منتقل کنند زیرا پس از اجرای طرح صیانت دسترسی به کیف پول‌ها از بین می‌رود و هیچ‌گونه نسخه داخلی کیف پول نه وجود دارد و نه می‌توان آن را ساخت، پس کاربران باید موجودی خود را در کیف پول صرافی‌های داخلی نگهداری کنند که بسیار خطرناک است.

امکانات وسیع در مقابل امکانات محدود

نکته دیگر این است که صرافی‌های داخلی امکانات محدودی دارند و فقط به خرید و فروش رمزارز محدود می‌شوند، در صورتی که صرافی‌های خارجی امکانات تقریباً نامحدود و جذابی دارند که کاربران می‌توانند به واسطه این امکانات اقدام به درآمدزایی کنند. در صورت اجرایی شدن طرح صیانت استفاده از رمزارزها و نقل و انتقالات آن برای مردم بین کیف پول و صرافی بسیار مشکل می‌شود و طعم شیرین استفاده از بلاکچین برای همه تلغی خواهد شد.

طرح صیانت و استخرهای استخراج رمزارز

هنوز معلوم نیست در زمان اجرای طرح صیانت چه اتفاقی برای استخراج کنندگان رمزارز در ایران می‌افتد. ایران ۵ درصد از هش ریت شبکه بیت‌کوین را در اختیار دارد که درآمد روزانه ۳ میلیون دلاری را برای کشور به همراه دارد. در صورت اجرای این طرح، قطعاً استخرهای استخراج که ماینرهای ایرانی به آن متصل هستند با مشکل مواجه می‌شوند.

استخرهای بین‌المللی استخراج رمزارز قطعاً جزو خدمات پایه کاربردی محسوب می‌شوند و بعد از اجرایی شدن قانون صیانت مکلف به پیروی از قوانین کشور هستند، اما بازهم تحریم‌های بین‌المللی مانع از حضور این استخرها در ایران برای فعالیت قانونی می‌شوند.

در صورت اجرایی شدن طرح صیانت بعد از چند ماه باید منتظر قطع شدن کامل دسترسی ماینرهای استخرهای استخراج باشیم. نبود جایگزین داخلی معتبر برای این مورد و قطع شدن شبکه بین‌المللی که نیاز اصلی شبکه‌های بلاکچین است، درآمد روزانه ۳ میلیون دلاری کشور از استخراج را از بین می‌برد.

طرح صیانت و کیف پول‌های رمزارز

کیف پول‌های آنلاین رمزارز جزو خدمات پایه کاربردی

و دسترسی به آنها ممنوع شود و ظرف هشت ماه اقدام به تولید جایگزین مناسب آن شود.

طرح صیانت و صرافی‌های داخلی و خارجی

صرافی‌های خارجی جزو خدمات پایه کاربردی خارجی محسوب می‌شوند و برای فعالیت خود در ایران باید از قوانین کشور پیروی کنند لذا به دلیل تحریم‌های بین‌المللی امکان حضور این صرافی‌ها در ایران و تعییت از قوانین مصوب شده وجود ندارد. در حال حاضر هم کاربران برای دسترسی اندک خود به صرافی‌های خارجی باید آی پی خود را با استفاده از فیلترشکن تغییر دهند. در واقع قانون گذاران ایران در حال کمک به اجرای قوانین بین‌المللی هستند تا کمک به کاربران ایرانی، درحالی که در این شرایط سخت اقتصادی ایران که باید از هر روزنامه‌ای استفاده کرد تا ارزآوری کشور بیشتر شود.

پس از اجرایی شدن طرح صیانت باید منتظر بسته شدن صرافی‌های خارجی باشیم.

صرافی‌های داخلی جزو خدمات پایه کاربردی بومی و داخلی هستند و در صورت اجرای طرح صیانت جایگزین صرافی‌های خارجی می‌شوند.

تعاریف خدمات پایه کاربردی داخلی و بومی به شرح زیر است:

۱- خدمات پایه کاربردی داخلی: خدمات پایه کاربردی که بیش از پنجاه درصد مالکیت آن متعلق به اشخاص حقیقی و حقوقی ایرانی بوده و میزبانی کاربران داخلی در آن صرفاً در داخل کشور انجام شود و فعالیت آن در چارچوب قوانین و مقررات جمهوری اسلامی ایران باشد.

۲- خدمات پایه کاربردی بومی: خدمات پایه کاربردی داخلی که مالکیت صدرصد آن متعلق به اشخاص با تابعیت یکتا ایرانی بوده و میزبانی کاربران داخلی در آن صرفاً در داخل کشور انجام شود و فعالیت آن در چارچوب قوانین و مقررات جمهوری اسلامی ایران باشد.

ابهامات و مشکلات احتمالی صرافی‌های داخلی در طرح صیانت

دسترسی به این خدمات پایه کاربردی داخلی و بومی به راحتی برای مردم فراهم است و هیچ‌گونه محدودیتی متوجه آنها نیست. اما سؤال اینجاست که صرافی‌های داخلی چگونه به بازارهای جهانی دسترسی خواهند داشت و چگونه می‌توانند ذخایر رمزارز خود را تأمین کنند و رمزارزها را چگونه در کیف پول نگهداری می‌کنند؟

قصد دارند طعم شیرین تکنولوژی و اینترنت آزادتر و غیرمت مرکزتر را برای بشر به ارمغان بیاورند. در ایران اما مسئولان به دنبال محدودسازی اینترنت هستند. جدا از سرمایه‌گذاری و پول که فقط در بحث خرید فروش و نگهداری رمزارزها گنجانده می‌شود، با اجرای طرح صيانت تکنولوژی بلاکچین و زیرمجموعه‌های آن که هدف‌شان چیزی جز تمرکز دایی و دادن اختیار هر چه بیشتر قدرت به مردم و جامعه نیست در ایران رنگ می‌باشد و ابتکارات و تفکرات دانشمندان ایرانی در این حوزه خاموش می‌شود که ضربه سختی بر پیکره علمی کشور است و باعث مهاجرت بیشتر نخبگان می‌شود. اکنون به دلیل تحریم‌های ظالمانه جهانی بر علیه ایران، برنامه‌نویسان و توسعه دهندهای بلاکچین در داخل ایران نمی‌توانند در پژوهش‌های جهانی بلاکچین همکاری کنند و به جای اینکه مسئولان در تلاش برای ازبین بردن و ختنی سازی تحریم‌های جهانی باشند تا نخبگان داخلی از این فرصت بهره‌مند شوند با اجرایی کردن طرح صيانت تنها روزنه‌اید را هم از بین می‌برند. جالب است بدانید که کشورهای در حال توسعه مانند هند، پاکستان، امارات، ترکیه، اندونزی و مالزی و غیره در حال پیشرفت خیره‌کننده‌ای در حوزه بلاکچین هستند و گوی سبقت را سال‌ها پیش از ایران و متخصصان برنامه‌نویسیش ربوهند.

نماینده مجلس: کاربران رمزارز نگران طرح صيانت نباشند

اقتصاد آنلاین در خصوص طرح صيانت و مشکلاتی که برای کاربران رمزارز به وجود می‌آید با یکی از نماینده‌گان مجلس گفت‌و‌گویی انجام داده است. مسلم صالحی عضو کمیسیون اقتصادی مجلس و نماینده شهرستان اقلید، یکی از نماینده‌گان موافق برای بازگشت طرح صيانت به صحن مجلس است. مسلم صالحی در مورد اینکه ۱۲ میلیون ایرانی در حوزه رمزارزها فعالیت دارند و به طرق مختلف در حال کسب درآمد از این فضا هستند و اگر طرح صيانت اجرا شود برای کاربران رمزارز چه اتفاقی می‌فتند اظهار کرد:

هدف اصلی نماینده‌گان مجلس از ارائه این طرح، ساماندهی فضای مجازی بوده و این ساماندهی قطعاً به معنای محدودیت فضای مجازی نیست. از طرفی دغدغه کاربرانی که بر بستر اینترنت کسب‌وکارهایی را راهاندازی کرده‌اند، مطمئن باشند که کسب‌وکارهایی که از نهادهای ذی‌ربط مجوز قانونی داشته باشد، هیچ‌گونه محدودیتی برای آنها ایجاد نخواهد شد.

خارجی محسوب می‌شوند که برای ادامه فعالیت خود باید از قوانین کشور تبعیت کنند اما اولاً کیف پول‌های رمزارز روی بستر بلاکچین اجرا می‌شوند و یک برنامه متن باز هستند و تقریباً می‌توان گفت که هیچ نهادی پشت آنها نیست که بخواهند در ایران نماینده‌گی تأسیس کنند و یا زیر بار قوانین خاص یک کشور بروند، ثانیاً اگر نهادی هم وجود داشته باشد حضور آن در ایران دوباره به دلیل تحریم‌های بین‌المللی با مشکل مواجه می‌شود. در صورت اجرایی شدن طرح صيانت باید منتظر باشیم دسترسی مردم ایران به کیف پول‌های رمزارز هم از بین برود و نبود جایگزین داخلی که ما چیزی به نام کیف پول داخلی نداریم و قابل طراحی هم نیست ممکن است سرمایه‌گذاران رمزارزها را با مشکلات جدی روپرور کند.

استفاده از کیف پول‌های سخت‌افزاری

موردی که می‌توان پس از اجرایی شدن طرح صيانت به آن امیدوار بود وجود کیف پول‌های آفلاین سخت‌افزاری است که می‌توان با خیال راحت دارایی رمزنگاری شده را در آن نگهداری کرد، اما هنگام خرید فروش دارایی‌ها و انتقال به کیف پول سخت‌افزاری احتمال بروز خطرات وجود دارد.

طرح صيانت و تولید کنندگان محتوا و شبکه‌های اجتماعی

همان‌طور که در بالا توضیح داده شد به‌احتمال قوی اگر طرح صيانت اجرایی شود شبکه‌های اجتماعی پر طرف‌دار جهانی در ایران از کار می‌فتقند. در حال حاضر یوتیوب، توییتر، تلگرام که شبکه‌های اجتماعی مفیدی برای جامعه رمزارز هستند در ایران فیلتر شده‌اند ولی می‌توان با فیلترشکن همچنان به آنها وارد شد. افراد زیادی در ایران با تولید محتوا در زمینه رمزارز در این شبکه‌های اجتماعی درآمد کسب می‌کنند، علاوه بر این مردم و کاربران رمزارز به مطالب آموزشی مفیدی که از سراسر دنیا در این شبکه‌های اجتماعی بارگذاری می‌شوند دسترسی دارند. با مسدود شدن شبکه‌های اجتماعی مطرح در ایران بسیاری از کاربران رمزارز چه از لحاظ اقتصادی و چه از لحاظ علمی و معنوی دچار خسارت می‌شوند.

طرح صيانت و عقب افتدان ایران از تکنولوژی‌های بلاکچین، متأورس و وب ۳

بلاکچین باید روی اینترنت اجرا شود و بدون اینترنت آزاد و جهانی، بلاکچین هیچ ارزشی ندارد. همچنین وب ۳ و متأورس که

فعالین حوزه رمزارز و بقیه کسب و کارها تنگ کند.
خود ما هم تلاش خواهیم کرد که مواد و تبصره هایی که می تواند راه را برای فعالیت های قانونی افراد مسدود کند قطعاً با آنها مخالفت خواهیم کرد و در صدد حذف آن برخواهیم آمد.

سخن پایانی

روی سخن با مسئولین است، طبق داده های منتشر شده ۱۲ میلیون ایرانی با سرمایه های ریز و درشت به امید کسب اندک سودی از بازار نوظهور و آینده دار کرپتو می خواهند مشکلات اقتصادی خود که ناشی از تورم سرسام آور است را جبران کنند. علاوه بر این، از طریق رمزارزها می توان تحریم های ظالمانه غرب را خنثی کرد. کسب و کارهای متعددی در حوزه رمزارز در ایران شکل گرفته، توسعه دهنده ای و برنامه نویسان زیادی در انتظار لغو تحریم ها نشسته اند تا به جامعه جهانی بلاک چین پیوندند. همه اینها در گرو وجود یک اینترنت آزاد، پرسرعت و جهانی است. امیدواریم که نمایندگان محترم مجلس و مسئولان کشوری به این موضوعات توجه لازم را داشته باشند تا از اجرای طرحی که تماماً باعث ضرر و زیان جبران ناپذیر برای کشور است جلوگیری کنند.

منبع: اقتصاد آنلاین

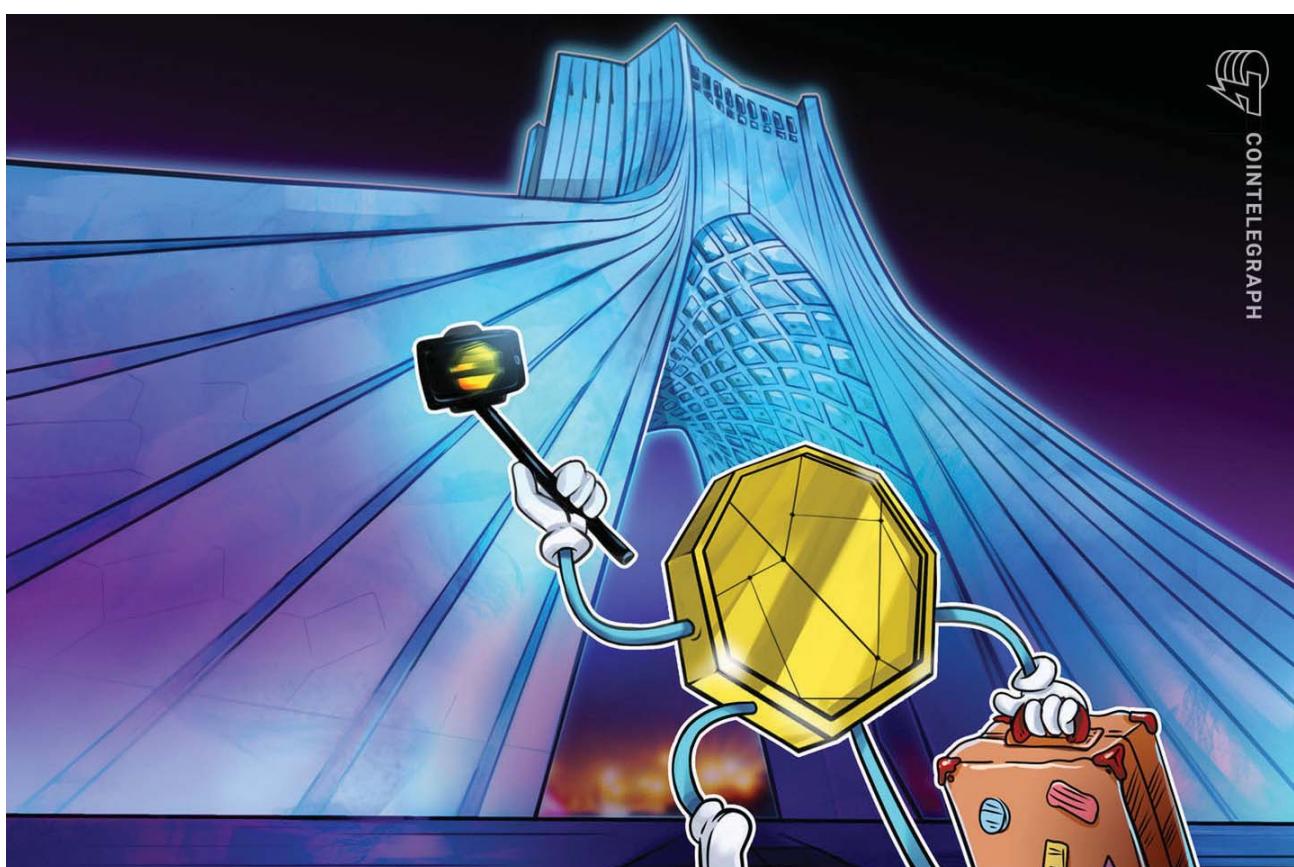
صالحی ادامه داد: اگر قوانین مربوط به رمزارزها در کشور تدوین شود و فعالیت مردم در رمزارزها جنبه قانونی پیدا کند، قطعاً قانون گذار و دولت وظیفه خود می دانند که بستر لازم برای رونق و شکوفایی این دسته از فعالیت ها را ایجاد کنند.

از طرفی کلیات طرح صیانت در کمیسیون مشترک مجلس تصویب شد اما با نهادن دلایل آینین نامه ای تصویب کلیات طرح لغو شد.

تمام تلاش نمایندگان مجلس این است که طرح با حساسیت ویژه ای بررسی شود که هیچ گونه آسیبی به کسب و کارهای مبتنی بر اینترنت وارد نشود، به همین دلیل بالغ بر ۱۷۰ نماینده خواستار بازگشت طرح به حالت عادی و سپس بررسی آن در کمیسیون های مربوطه و سپس مطرح شدن آن در صحنه مجلس شدند.

تمام مواد و تبصره های این طرح باید مورد کنکاش اساسی قرار گیرد و سپس برای نهایی شدن و تبدیل به قانون شدن به شورای نگهبان ارسال شود.

صالحی در مورد اینکه بسیاری از خدمات رمزارزها در طرح صیانت جزو خدمات پایه کاربردی خارجی محسوب می شوند و اگر این طرح تصویب شود برای کاربران ایجاد مشکلات زیادی می کند خاطر نشان کرد: بعد می دانیم که این طرح بخواهد فضای را بر





۶ درس بزرگی از بازار ارزهای دیجیتال

■ تینا سلطانی

دنیای ارزهای دیجیتال جهانی هیجان‌انگیز و پُرمژوراز است. هر فرد تجربیات متفاوتی از بازار دارد؛ یکی درباره اینکه چگونه یک شبه پول‌دار شده صحبت می‌کند و دیگری درباره ضررهای هنگفت این بازار به دیگران توصیه‌های مالی می‌دهد. دلیل این تضادها کاملاً مشخص است؛ هر فرد بسته به دانش، تجربه، سود و زیانش سعی می‌کند دیگران را راهنمایی کند.

لو کرنر (Lou Kerner) محقق و کارشناس ارزهای دیجیتال یکی از افراد با تجربه در این عرصه است. او در سال‌های ۲۰۱۳ و ۲۰۱۴ به قدری در حوزه ارزهای دیجیتال فعالیت داشت که وال استریت ژورنال داستانی درباره بیت‌کوین نوشت و او را «کارشناس بیت‌کوین وال استریت» نامید.

کرنر در مقاله‌ای با نام «۱۰ دلیلی که مردم نمی‌توانند پرتو نور ارزهای دیجیتال را ببینند» به ماهیت ارزهای دیجیتال اشاره می‌کند و در بخشی اعتراف می‌کند که او هم در ۲۹ ژوئیه ۲۰۱۷ و در یک کنفرانس عرضه اولیه سکه (ICO) توانست تابش نور ارزهای دیجیتال را ببیند.

کرنر در نقل قولی در خصوص ارزهای دیجیتال می‌گوید: من به این باور رسیدم که ارز دیجیتال بزرگ‌ترین اتفاق تاریخ بشریت است؛ بنابراین تمام وقت خود را صرف این حوزه کرده‌ام. این جالب‌ترین و لذت‌بخش‌ترین اتفاق چهار سال زندگی حرفه‌ای من است.

من بیش از ۲۵۰ پست در وی‌لاگ‌های مرتبط با ارزهای دیجیتال نوشتم. اما باید اعتراف کنم هر چه بیشتر یاد می‌گیرم، احساس می‌کنم کمتر می‌دانم. لو کرنر به دلیل سابقه طولانی در ارزهای دیجیتال یک صاحب‌نظر در این عرصه محسوب می‌شود. مطالبی که در ادامه می‌خوانید یادداشت‌های او در وب‌سایت مدیوم است. در این مطلب، کرنر تجربیات خود را از بازار پُرپیچ و خم ارزهای دیجیتال با ما در میان می‌گذارد.

۱. هیچ کس نمی‌داند

از کل دارایی‌های در گردش این عرصه است. ارز دیجیتال، سرانجام واحد پولی در دنیای متاورس خواهد بود و توکن‌های غیرمتشابه (NFT) هم بیانگر مالکیت املاک، مستغلات، هنر، کلکسیون و مد می‌شوند.

باتوجه به این دیدگاه و اعتقاد مبنی بر اینکه نمی‌توان بازار را زمانبندی کرد، تمرکز من روی جایگاهی است که ارزهای دیجیتال در ۱۰ سال آینده خواهند داشت. من هر روز بیت‌کوین می‌خرم. از نظر من هدف بیت‌کوین در سال ۲۰۳۱ ۱ میلیون دلار است.

۳. تازه اول راه است

فکر می‌کنم از زمان ساتوشی ناکاموتو، همه معتقد هستند که دیر به این بازی رسیده‌اند. من این توبیت گرگ شن (Greg Schoen) در سال ۲۰۱۱ را بسیار دوست دارم. او می‌گوید: ای کاش به جای فروختن ۱,۷۰۰ بیت‌کوینی که با قیمت ۶۰۰ دلار خریده بودم و آن را با قیمت ۳۰۰ دلار فروختم، آنها را نگه می‌داشتم؛ الان قیمت بیت‌کوین ۸۰۰ دلار شده است!

ارزش بازار توکنیزه شده ارزهای دیجیتال، امروز بسیار کمتر از چیزی است که باید باشد. با آن که این عدد کمتر از گوگل (۱.۷ تریلیون دلار)، مایکروسافت (۲.۱ تریلیون دلار) و اپل (۲.۲ تریلیون دلار) است، روزی ارزش بازار آن از تمامی این شرکت‌ها بالاتر خواهد رفت.

۴. دعواها ایراد نیست یک مزیت است

وقتی برای اولین بار وارد حوزه ارزهای دیجیتال شدم، دعواهای درونی این صنعت کوچک مرا غافلگیر کرد. این دعواها به طور علني چهره خود را در کنفرانس سال ۲۰۲۱ بیت‌کوین در میامی نشان داد. در این همایش پنلی با عنوان افراط‌گرایی سمی یک مزیت است نه یک ایراد، وجود داشت. یوتیوبر بیت‌کوین، نیکو زی ام (Nico ZM) در بخشی از سخنرانی خود در این پنل گفت: سمی بودن بیت‌کوین نه تنها مهم است، بلکه فکر می‌کنم کاملاً ضروری است و اگر مخالف سمی بودن بیت‌کوین هستید، پس مخالف بیت‌کوین هستید و اگر با بیت‌کوین مخالفید، پس مخالف آزادی هستید؛ بنابراین دیگر حرفی برای گفتن باقی نمی‌ماند! اریک وورهیس (Erik Voorhees) مدیر عامل شرکت ShapeShift.io در بخش بعدی وارد صحنه شد و گفت: قبل از اینکه شروع کنم، اجازه دهید بینم آیا درست شنیدم، کسی اینجا گفت اگر شما با افراط‌گرایی سمی بیت‌کوین مخالف هستید با بیت‌کوین و با آزادی مخالف هستید؟ درست شنیدم؟

۷ اکتبر سال ۲۰۱۸ مقاله‌ای با عنوان «۷ درسی که پس از ۳ ماه حضور در دنیای پرمزوراز ارزهای دیجیتال یاد گرفتم» نوشتم که هنوز هم یکی از مقالات پرینته است. اولین درس من در این مقاله این بود: هیچ کس نمی‌داند!

دنیای ارزهای دیجیتال این روزها مانند اینترنت در سال ۱۹۹۳ یا ۱۹۹۴ و پیش از معرفی مرورگر نت اسکیپ (Netscape) است؛ زمانی که این مرورگر زمینه را برای پذیرش گستره اینترنت فراهم کرد. در آن مقطع خبری از گوگل، فیسبوک یا خدمات اینترنتی آمازون نبود.

من در مقاله‌ای با عنوان «دو دلیلی که چرا پیش‌بینی‌ها برای بیت‌کوین در سال ۲۰۱۸ بسیار اشتباه بود» به این موضوع اشاره کردم که تا چه اندازه کارشناسان در مورد اهداف قیمت بیت‌کوین در پایان سال اشتباه می‌کردند. البته ناگفته نماند من هم به نوبه خود اشتباهات بسیاری داشتم.

با آن که معتقد سرانجام روزی پیش‌بینی‌های من در مقاله «خدوتان را آماده برخورد با سونامی توکن اوراق بهادر کنید» محقق خواهد شد، به طور کلی پیش‌بینی و پیش‌داوری در امر سرمایه‌گذاری اغلب به شکست منجر می‌شود.

به هر آنچه متخصصان می‌گویند، با دیده شک و تردید نگاه کنید. همیشه ذهن خود را باز نگه دارید؛ چون دنیا آن‌طوری پیش نمی‌رود که شما فکر می‌کنید. من شخصاً از هیچ اصل و قاعده تجاری استفاده نمی‌کنم. دلیل انتخاب چنین رویکردی این است که اصول، شما را از دیدن دنیا به آن شکلی که هست، بازمی‌دارند. تنها چیزی که با اطمینان درباره ارزهای دیجیتال می‌دانم این است که پایان آنها با آنچه امروز دیگران پیش‌بینی می‌کنند بسیار متفاوت خواهد بود.

۲. ارزهای دیجیتال بزرگ‌تر از چیزی می‌شوند که همه می‌گویند

در دهه ۱۹۷۰، روی آمارا (Roy Amara) استاد دانشگاه استنفورد و رئیس مؤسسه فیوچر (Future)، قانونی با نام آمارا را ابداع کرد. این قانون بیان می‌کرد که ما تمایل داریم درباره اثرات کوتاه‌مدت یک فناوری غلو کنیم؛ اما نتایج آن را در بلندمدت دست کم بگیریم.

زمانی که من برای اولین بار نور ارزهای دیجیتال را دیدم، هنوز هیچ کس درباره دیفای صحت نمی‌کرد؛ اما اکنون ارزش کل این صنعت بیش از ۵۰ میلیارد دلار است. بیش از ۱۱۰ میلیارد دلار استیبل کوین در گردش وجود دارد و این تنها بخشی یک دیقه‌ای



باید به این موضوع توجه داشت که وجود نوآوری پیرامون جوامع، موجب قرارگرفتن آنها در مسیر جریان اصلی می‌شود.

یکی از سه سؤالی که اغلب از من پرسیده می‌شود این است که «چه زمانی ارزهای دیجیتال به جریان اصلی تبدیل می‌شوند؟» من این پرسش را با تعریف داستان یکشنبه تبل (Lazy Sunday) پاسخ می‌دهم. این داستان درباره ویدئو برنامه تلویزیونی ستردی نایت لایو (Saturday Night Live) اندی سمبرگ (Andy Samberg) است که پنج ماه پس از راهاندازی یوتیوب در این وبسایت آپلود شد.

پس از آپلود ویدئو اندی سمبرگ، یوتیوب به سایتی تبدیل شد که سریع‌ترین رشد را در جهان تجربه کرده است. شش ماه بعد، گوگل یوتیوب را به قیمت ۱.۶۵ میلیارد دلار خرید. این موضوع نشان می‌دهد کار غیرممکن هم می‌تواند به موفقیت برسد. البته این موفقیت اغلب در حوزه فناوری رخ می‌دهد؛ موفقیتی که با داشتن محصول مناسب در زمان مناسب و با چاشنی شانس حاصل می‌شود.

در کل نمی‌دانم چه چیزی باعث می‌شود که ارزهای دیجیتال به جریان اصلی تبدیل شوند؛ در واقع هیچ‌کس نمی‌داند. اما این را می‌دانم با وجود تمامی نخبگانی که در حوزه ارزهای دیجیتال کار می‌کنند، سرانجام برای ارزهای دیجیتال هم فرصتی مانند یوتیوب و برنامه یکشنبه تبل، به وجود خواهد آمد و آنها روزی به جریان اصلی تبدیل خواهند شد.

منبع: ارز دیجیتال

این حرف‌ها یک‌مشت مزخرف است!

اکنون به این باور رسیده‌ام که ارز دیجیتال یک انقلاب است و انقلاب‌ها نیز آشفته هستند. نظرات مختلفی درباره به سرانجام رسیدن این جنبش وجود دارد و البته نباید فراموش کرد که مردم هم در این میان حساس و آتشی مزاج هستند.

۵. در یک دنیای غیرمتهم جامعه حرف اول را می‌زنند

موضوع مورد علاقه من در دنیای ارزهای دیجیتال، «قوانین، بدون قانون‌گذار» است. ما برای اولین بار در تاریخ بشر، به جای واسطه، ابزارهای جایگزین داریم؛ اما هنوز در ابتدای راه بهینه‌سازی جامعه و آغاز راه اقتصادِ توکنی و مراحل اولیه مسائل حاکمیت و اجماع هستیم.

من برنامه کریپتوماندیز (CryptoMondys) را راهاندازی کردم تا افراد علاقه‌مند به دنیای ارزهای دیجیتال در بیش از ۶۰ شهر در سراسر جهان بتوانند با یکدیگر دیدار کنند. قصد داشتم با استفاده از این برنامه افرادی را که عالیق مشترک دارند گرد هم بیاورم.

من اوایل سال ۲۰۲۰ پس از حضور در رویداد اتنور (ETHDenver) و تجربه ژرفای شور و شعف جامعه اتریوم، در مطلبی نوشتیم که چرا به اتریوم و جامعه آن علاقه‌مندم.

۶. ارزهای دیجیتال را هشان را پیدا می‌کنند

موضوع اصلی در ارزهای دیجیتال تعداد افراد نیست، بلکه مشارکت آنهاست که اهمیت دارد. به طور کلی این جوامع یا در حال افزایش مشارکت میان اعضای خود هستند یا در حال نابودشدن‌اند.

رمزارز خوب یا بد؟

■ سعید رازی؛ دانشجوی ارشد کارآفرینی دانشگاه تهران

حذف واسطه‌ها

یکی از ویژگی‌های بانک‌ها متمرکز بودن آنها و اعتماد مردم به این نهادها برای جایه‌جایی پول، نقدینگی و انجام معاملات خود است اما اولین ویژگی رمزارز بیت‌کوین حذف واسطه‌ها بود.

خود این غیرمتمنکر بودن باعث ایجاد و روشنی نو در سیستم اقتصادی می‌شود که بانک یا نهاد اقتصادی واسط به صورت فعلی که ما به آن اعتماد می‌کنیم شاید از بین برود. یکی از سؤالاتی که زیاد پرسیده می‌شود این است که اگر بانک یا نهاد واسطی وجود ندارد چطور باید اعتماد کنم؟ با دو مثال نوع اعتماد به سیستم فعلی را بررسی می‌کنیم:

سؤال که پیش می‌آید این است که ما چگونه به بانک‌ها و یا مؤسسه‌های اعتماد کرده‌ایم؟ این اتفاق را در دو جنبه و با دو مثال می‌توانیم بررسی کنیم. چند سال پیش در کشور خودمان تب سودهای بانکی، باعث سپرده‌گذاری مردم در این صندوق‌ها شد و رقابت زیادی برای جذب سرمایه با دادن سود بیشتر شکل گرفت و خسارته ای که به مردم بعد از ورشکستگی بسیاری از این صندوق‌ها تحمیل شد را یادمان نرفته است. این مؤسسه‌های مالی مجوز داشتند ولی ورشکست شدند و یا جریان سال ۲۰۰۸ در آمریکا که بسیاری از بانک‌ها ورشکسته شدند و این بار ورشکستگی به دوش مردم با تورم و دادن مالیات بیشتر برای جبران خسارت افتاد.

ارزش ذاتی پول:

یکی از ایرادها به این نوع رمزارزها این است که خلق پول از هیچ می‌کنند و فقط تعدادی اعداد دیجیتال (بیتی) در دنیای دیجیتال است. در کل پول از زمان‌های قدیم و قبل از میلاد مسیح به شکل‌های گوناگون در جوامع مختلف و به اشکال مختلف وجود داشته است مانند صدف که از آن برای خرید و فروش استفاده می‌شد تا طلا و نقره و عملاً قراردادی بود بین مردم یک جامعه برای راحت کردن مراحل معاملات. اما واقعاً سؤال این است این پولی که در دستان ما قرار دارد چه ریال و چه دلار و یا ارز دیگر چه پشتوانه ایی دارند؟ دلار آمریکا برخلاف سالیان قبل (قبل از ۱۹۷۳) چه پشتوانه و اعتباری دارد به جز این است که یک کاغذ با امضای دولت آمریکا است.

از تمامی شرایطی که یک پول را ارزشمند می‌کند مانند قابلیت تعویض (هر پول با پول معادل خود تفاوتی نداشته باشد و بتوان آنها را با هم تعویض کرد)، محدود بودن (به تعداد زیادی از آن وجود نداشته باشد)، قابلیت تقسیم به واحدهای کوچک‌تر، قابلیت جایه‌جایی، قابلیت نقدشوندگی، بیت‌کوین همه را دارد و شاید یک نکته مهم در مورد آن وجود دارد که نتوانسته هنوز به طور کامل به دست بیاورد و آن مشروعیت است.

سال ۲۰۲۱ را می‌توان یکی از سال‌های فراموش‌نشدنی و مهم در اقتصاد دیجیتال جهان دانست. ارزش بسیاری از رمزارزها به بیشترین مقدار خود در این سال‌ها رسید و مورد استقبال قرار گرفت، تلاطم‌ها و صعود و نزول بسیاری در بازار بود و حتی برخی از کشورها مانند چین حکم به منوعیت استخراج و تجارت با این رمزارزها را داند. همچنین در سال گذشته توکن‌های غیر قابل تعویض (NFT) یکی از روندهای اصلی بود و همچنین متاورس دریچه‌های جدیدی از استفاده از تکنولوژی را نشان داد.

با تمام این موارد، نسبت سرمایه‌گذاران خرد یا افرادی که در رمزارزها سرمایه‌گذاری یا معامله کردند در مقایسه با سرمایه‌گذاری در بخش‌های دیگر بالا نیست. کل ارزش بازار رمز ارزها در سال ۲۰۲۱ چیزی در حدود ۳ تریلیون دلار رسید که در مقایسه با کل بازار سرمایه ایالات متحده با ۴۸ تریلیون دلار در همین سال رقم کوچکی است اما همین حرکت و رشد بازار از مبلغ حدود ۸۵۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۸ به این نقطه، نشان می‌دهد که حرکت روشی برای رشد ارزهای دیجیتال در آینده وجود دارد.

اما با این‌همه اخبار و حواشی در مورد بازار رمزارزها آیا آنها خوب هستند یا بد؟ شاید برای بررسی این موضوع باید به مهم‌ترین و معروف ترین رمزارز دنیا یعنی بیت‌کوین پردازیم.

برای اینکه بتوانیم خوب یا بد بودن چیزی را بررسی کنیم باید اطلاعاتی در مورد تاریخچه استراتژی و روندهای آن داشته باشیم. بیت‌کوین توسط شخصی یا مجموعه‌ای در سال ۲۰۰۸ متولد شد که خالق یا خالقان آن نام خود را ساتوشی ناکاموتو گذاشته بودند. نکته مهمی که در این سال اتفاق افتاد ماجراهی سقوط وال استریت بود. هم زمان با فروپاشی اقتصادی آمریکا و تعطیلی بسیاری از بانک‌ها و بی‌اعتمادی مردم به سیستم بانکی زمان مناسبی بود تا یک ایده جایگزین برای سیستم اقتصادی قبلی مطرح شود.

همه با هم برابر هستند؟

فکر کنیم، یک رشد تصاعدی، یک بحران بزرگ در کسب و کارها و سرمایه‌گذاری‌ها و بعد پیدا کردن مسیر درست و ایجاد راههای جدید در زندگی روزمره انسان‌ها. اگر سال ۱۳۷۰ شما ساکن شهر تهران بودید و می‌خواستید یک کسب و کار (فروش پوشک) راهاندازی کنید، این مسیر برای شما چگونه بود؟ باید یک مکانی می‌خریدید و یا اجاره می‌کردید - اجناس را در مغازه عرضه می‌کردید و کار فروش را نجات می‌دادید حال اگر می‌خواستید همین نوع مغازه را برای مشتریانی در شهر شیراز ارائه کنید چی؟ باید همین مراحل را در شیراز تکرار می‌کردید. اگر به کسی که در آن سال بود می‌گفتید که شما با سرمایه‌گذاری در یک کسب و کار در سطح یک مغازه شاید کمتر اما به مشتریان سراسر ایران دسترسی دارید چه جوابی می‌شنیدید؟ اگر به

کل دنیا چه جوابی؟

یا به بسیاری از تلویزیون‌های دنیا می‌گفتید دیگر شما تنها صاحب ایجاد محتوا در سطح جهانی نیستید و این افراد ساده جامعه و نه لزوماً آشنا به تولید محتوا و برنامه‌سازی و با هزینه‌های کمتر محتوا تولید می‌کنند شاید قابل باور نبود. احتمالاً آنها فکر می‌کردند شما دیوانه هستید و یا با خنده از کنار شما عبور می‌کردند اما به لطف اینترنت و برنامه‌هایی مانند یوتیوب، اینستاگرام و غیره شما اکنون می‌توانید این کارها را بکنید. این یعنی دموکراسی در حوزه کسب و کار.

اما سؤال این است چرا در حوزه مالی این کار انجام نشود؟

اصولاً تغییرات در این حوزه به کنندی حرکت می‌کند، اما چیزی که مشخص است نیاز به تغییرات در این حوزه احساس می‌شود این که بلاکچین جواب این سؤال است یا نه مشخص نیست اما این که با این همه تغییرات در سراسر حوزه‌ها نیاز به تغییر در این سیستم حس می‌شود شکی نیست.

کاری که بیت‌کوین و در کل، رمزارزها انجام می‌دهند چیزی است شبیه به اینکه یک ابزار معاملاتی از دل خود مردم بیرون بیاید و خود مردم روی آن کنترل داشته باشند.

نتیجه‌گیری:

تمامی موارد بالا بر اساس ایده بیت‌کوین بررسی شده است و قطعاً ایرادهای زیادی از لحظه فنی به این ایده وارد است اما با تغییرات دنیا باید فکری به حال حوزه مالی کرد. قطعاً چون با سرمایه آدمها سروکار داریم موضوع حساس می‌شود و ریسک آن بالا می‌رود اما از ترس مردن نباید خودکشی کرد یا اینکه چون هواپیما امکان سقوط دارد از آن ترسید همان‌طور می‌دانیم آمار مرگ با هواپیما از همه وسائل نقلیه کمتر است اما باید به فکر بهبود هواپیما باشیم یا وسیله ایی بهتر اختراع کنیم.

منبع: کسب و کار

مسئله دیگر این است که چه کسی حق این را دارد که برای بقیه تصمیم‌گیری کند؟ کشوری مانند آمریکا یا اتحادیه اروپا که ارزهای خود را برای مبادلات جاری در سراسر دنیا مرسوم کرده‌اند به چه حقی اجازه داده‌اند را می‌توانند از کشوری بگیرند و مانع جابه‌جاوی پول و سرمایه آن کشور شوند. مانند اتفاقی که در شرایط تحريمی برای کشوری مانند ما افتاده است و شاید بیت‌کوین و در کل رمزارزها یک راه حل جایگزین برای بسیاری از کسب و کارها بود.

سؤال این است:

چرا آمریکا حق دارد اما اتیوپی نه؟ یا اروپا حق دارد اما بنگلاش نه؟

یا کشور چین که تمامی معاملات یا استخراج رمزارزها را ممنوع کرده است به این علت که بر روی آن کنترلی ندارد و یا اینکه رمزارز یوان را راهاندازی کرد که برخلاف ایده اصلی بیت‌کوین که نهاد واسط حذف می‌شد و مهم‌ترین بخش آن بود، دولت چین خود رمزارز یوان را تولید و به بازار ارائه می‌کند مانند کاری که قرار است در کشور ما صورت بگیرد و غیرمت مرکز بودن را نفی می‌کند.

شفافیت کمتر شده است یا بیشتر؟

بر اساس چیزی که در طراحی شبکه بیت‌کوین اتفاق افتاد، همه کسانی که در بستر این شبکه قرار بگیرند از نقل و انتقالات داخل شبکه مطلع می‌شوند اما اینکه چه کسی بیت‌کوین را به چه کسی انتقال داده رانه. یعنی سیستم بر اساس کوین‌ها تعريف شده که در شبکه جابه‌جا می‌شوند نه آدمهایی که آنها را جابه‌جا می‌کنند. خود این مسئله باعث شده که نگاه منفی نسب به بیت‌کوین ایجاد شود با طرح موضوعاتی مانند بهترین راهکار برای انتقال پول و تأمین مالی تروریسم، قاچاقچیان و خلاف‌کاران است، اما آمار نشان می‌دهد کمتر از یک درصد از کل تراکنش‌های بیت‌کوین در سال ۲۰۲۰ با فعالیت‌های غیرقانونی در ارتباط بوده است که بالین وجود بیشتر فعالیت‌های غیرقانونی در گیر با رمزارزها، کلاهبرداری‌های مالی بوده‌اند و این دارایی‌ها نقش پررنگی در تأمین مالی تروریسم، قاچاق انسان یا تجارت مواد مخدّر نداشته‌اند. اینکه شفافیت بیشتر شده و یا کمتر همچنان جای بحث دارد و باید دید از چه منظری به شفافی نگاه می‌کنیم.

حریم شخصی و دموکراسی

یکی از نکای که وجود دارد مردم در اکثر زمینه‌ها دست دارند حریم شخصی آنها به شدن رعایت شود ولی در مورد پول همچنان دوست دارند یک نفر سومی آن را تأیید کند. به مسئله ایی که با بوجود دامن اینترنت در دهه ۹۰ میلادی برای اینترنت اتفاق افتاد



تفاوت ترید در بازار های گاوی و خرسی ارزهای دیجیتال

■ فاطمه ندیمی

بازار ارزهای دیجیتال در قیاس با دیگر بازارهای مالی با نوسانات زیادی همراه است و هر لحظه این احتمال وجود دارد که با انتشار یک خبر و حتی با توبیت یک چهره تأثیرگذار، جهش‌ها و سقوط‌های باورنکردنی‌ای را شاهد باشیم؛ اما این مسئله نباید مایه نگرانی ما باشد؛ چراکه بازار این ارزها از نوع دوطرفه است. منظور از دوطرفه بودن بازار ارزهای دیجیتال این است که هم از روندهای سعودی آن می‌توان به سود رسید و هم از روندهای نزولی آن؛ بنابراین کار عاقلانه این است که برای هر دو سناریوی سعودی و نزولی آماده باشیم تا بتوانیم فرصت‌های کسب سود خود را به حداکثر برسانیم.

یکی از ویژگی‌های جالب بازار ارزهای دیجیتال، همبستگی زیادی است که بین بیت‌کوین و کل این بازار وجود دارد. تا جایی که تجربه نشان داده است، هر زمان که بیت‌کوین روند صعودی در پیش بگیرد، تقریباً قیمت همه آلت‌کوین‌ها نیز افزایش پیدا می‌کند و بالعکس. در واقع در بازار ارزهای دیجیتال همه نگاه‌ها به بیت‌کوین است و چنین وابستگی بیش از حدی به یک دارایی خاص، در کمتر بازاری قابل مشاهده است. همین موضوع بازار ارزهای دیجیتال را از بازارهای سنتی متمایز می‌کند و اهمیت شناخت سازوکار بازار ارزهای دیجیتال را پیش‌ازپیش افزایش می‌دهد.

در ادامه به کمک مطلبی که در وب‌سایت کوین تلگراف منتشر شده، تفاوت بازارهای گاوی و خرسی را بیان می‌کنیم و استراتژی‌هایی را که در هریک از این بازارها می‌توان به کار گرفت توضیح می‌دهیم. با ما همراه باشید.

در این‌بین، نوسانات قیمت هم همواره اتفاق می‌افتد و بازارها وارد

بازار گاوی چیست؟

به طور خلاصه، بازار گاوی یک بازار صعودی است که با رشد فازهای سعودی و نزولی می‌شوند. زمانی که قیمت‌ها برای یک مدت طولانی به طور متواتی اعتماد سرمایه‌گذاران همراه شده است. فعالیت در بازارهای دارایی هیچ وقت متوقف نمی‌شود و معاملات در این بازارها به طور پیوسته در حال انجام هستند.

یکی از معروف‌ترین نمونه‌های بازار گاوی، بازار صعودی بیت‌کوین در سال ۲۰۱۷ است. قیمت بیت‌کوین در این سال جهش فوق العاده‌ای را تجربه کرد و از ۹۰۰ دلار در ابتدای سال، به حدود ۲۰ هزار دلار رسید.

چطور در بازار صعودی سرمایه‌گذاری کنیم؟

بهترین روش برای کسب سود از بازارهای صعودی، خرید در کمترین قیمت ممکن و انتظار برای افزایش قیمت است. هنگامی که سرمایه‌گذاران چرخه صعودی را تشخیص می‌دهند، تلاش می‌کنند تا دارایی موردنظر خود را در پایین‌ترین قسمت این چرخه خریداری کنند و سپس آن را در اوچ بفروشند. هرگونه ضرری در طول یک بازار صعودی موقتی خواهد بود و به سرمایه‌گذاران این امکان را می‌دهد که با اطمینان به اینکه در نهایت به بازدهی خواهد رسید، به سرمایه‌گذاری ادامه دهند.

یکی از استراتژی‌های ساده اما محبوب در بازارهای صعودی، استراتژی «سوارشدن بر موج روند» است. در این استراتژی، سرمایه‌گذاران کوین‌هایی را انتخاب می‌کنند که در یک‌روند صعودی قوی قرار دارند و سعی می‌کنند از باقی‌مانده روند صعودی این کوین‌ها حداکثر بهره را ببرند. از دیگر استراتژی‌های شناخته شده می‌توان به «خرید و هولد» اشاره کرد که در آن، کاربران ارزهای خود را در طول روند صعودی نگه می‌دارند و زمانی که قیمت به بالاترین حد ممکن رسید، آنها را می‌فروشند.

با این حال، تعیین محدودیت زمانی برای یک بازار کار چندان عاقلانه‌ای به نظر نمی‌رسد. بهتر است به جای تلاش برای زمان‌بندی بازارها، از اصل میانگین‌گیری دلاری استفاده کنید. منظور از میان‌گیری دلاری این است که طبق یک زمان‌بندی خاص، مبلغ ثابتی را به خرید سهام یا ارز اختصاص دهید. این روش به سرمایه‌گذاران کمک می‌کند تا از اصلاح‌ها و سقوط‌هایی که در بازار اتفاق می‌افتد نهایت بهره را ببرند.

بازار خرسی چیست؟

بازار خرسی به دوره‌ای اطلاق می‌شود که در آن قیمت دارایی‌ها کاهش پیدا می‌کند و همگام با آن، اعتماد سرمایه‌گذاران و سود شرکت‌ها کم می‌شود.

مانند یک خرس که هنگام حمله چنگال‌هایش را به سمت پایین می‌کشد، بازار خرسی معمولاً زمانی مشخص می‌شود که یک کلاس دارایی در مدت زمانی طولانی (تقریباً دو ماه) بیش از ۲۰ درصد سقوط کند.



دلیل نام‌گذاری بازار صعودی به عنوان «بازار گاوی» چندان مشخص نیست؛ اما اغلب مردم معتقدند که این اصطلاح به نحوه حمله گاو نر که شاخ‌هایش را به سمت بالا می‌برد اشاره دارد. این نوع بازارها ممکن است ماه‌ها و حتی سال‌ها ادامه پیدا کنند و تاریخ دقیق این دوره، جز با پایان یافتن قابل تشخیص نیست.

یکی از مشخصه‌های اصلی بازارهای گاوی علاوه بر بالارفتن قیمت‌ها، افزایش اعتماد سرمایه‌گذاران است. در چنین بازارهایی سرمایه‌گذاران نسبت به آینده قیمت‌ها خوش‌بین هستند و معتقدند که قیمت بالاتر خواهد رفت.

البته متأسفانه اعتماد و خوش‌بینی سرمایه‌گذاران برای همیشه دوام ندارد و بالاخره متوقف خواهد شد. در همین زمان است که با کاهش شدید قیمت‌ها و آغاز روند نزولی مواجه می‌شویم. به طور کلی، نشانه‌های یک بازار گاوی در حوزه ارزهای دیجیتال از این قرار هستند:

- قیمت‌ها برای مدتی طولانی افزایش می‌یابند؛
- اطمینان خاطر بسیار زیادی در بازار وجود دارد؛
- برخی پروژه‌ها بیش از ارزش‌شان قیمت‌گذاری می‌شوند؛
- به دنبال انتشار اخبار خوب، قیمت‌ها به شدت افزایش می‌یابند؛
- در صورت انتشار اخبار بد، قیمت‌ها به شدت کاهش می‌یابند؛
- رسانه‌های جریان اصلی درباره ارزهای دیجیتال صحبت می‌کنند؛
- افرادی که پیش از این علاقه‌ای به ارزهای دیجیتال نداشتند، تمایل پیدا می‌کنند که در این مورد تحقیق و بررسی کنند.



▲

چگونه در بازار نزولی سرمایه‌گذاری کنیم؟

سرمایه‌گذاران اغلب بازارهای نزولی را فرصتی مناسب برای خرید تلقی می‌کنند.

معامله در بازارهای نزولی معمولاً برای تازهواردان دشوار است؛ چراکه در چنین بازاری احتمال ضرر بیشتر از سود است؛ اما زمانی که این چرخه معکوس شود و قیمت دارایی‌ها افزایش پیدا کند، خریدهایی که در طول روند نزولی انجام داده‌اید می‌توانند شما را به سود خوبی برسانند.

با این حال، مسئله‌ای که در اینجا وجود دارد این است که چیزی کس نمی‌داند که این سقوط چه مدت طول می‌کشد و قیمت‌ها چقدر کاهش پیدا می‌کنند؛ بنابراین بزرگ‌ترین ریسک این بازارها، خرید زودهنگام یا ازدستدادن فرصت برای یک سرمایه‌گذاری سودآور است.

به همین دلیل، سرمایه‌گذاران تشویق می‌شوند تا به جای خریدهای یکباره، موقعیت‌های خود را در طول زمان ایجاد کنند. کاربران می‌توانند به جای تلاش برای تشخیص زمان رسیدن بازار به کف، همگام با کاهش قیمت‌ها، به طور مداوم موقعیت‌های جدید ایجاد کنند. به این ترتیب، آنها می‌توانند از کاهش قیمت به نفع خود استفاده کنند.

یکی از استراتژی‌های محبوب در بازارهای نزولی که برای سرمایه‌گذاران باتجربه‌تر مناسب است، فروش استقراضی (Short Selling) است. فروش استقراضی زمانی اتفاق می‌افتد که معامله‌گران ارزهای دیجیتالی را که قرض گرفته‌اند در قیمت بالا می‌فروشنند، آن را در قیمت‌های پایین‌تر مجدد خریداری می‌کنند، بدھی خود را پرداخت می‌کنند و سود حاصل از اختلاف قیمت را از آن خود می‌کنند.

چرا در چه نوع بازار مهمن است؟

برای انجام معاملات موفق در بازارهای مختلف، نیاز به استراتژی‌های متفاوتی است.

بازارهای خرسی و گاوی روی سبد سرمایه‌گذاری شما تأثیرات زیادی خواهند داشت؛ بنابراین همه سرمایه‌گذاران باید نوع بازاری را که در آن سرمایه‌گذاری می‌کنند در نظر بگیرند تا بهترین استراتژی را برای کاهش ریسک در سبد سرمایه‌گذاری خود انتخاب کنند.

با این حال، بازار سهام در بلندمدت همواره ثابت کرده است که بازدهی مثبتی برای سرمایه‌گذاران به ارمغان می‌آورد.



بازارهای خرسی دقیقاً متضاد بازارهای گاوی هستند و معمولاً پس از رسیدن قیمت‌ها به یک اوج شروع می‌شوند. بازار نزولی ممکن است چندین هفته یا چندین سال ادامه یابد. در طول این دوره‌ها، احساسات اصلی سرمایه‌گذاران اغلب حول ترس (Fear)، بلا تکلیفی (Uncertainty) و تردید (Doubt) می‌چرخد؛ شرایطی که برای اشاره به آن از اصطلاح FUD می‌گویند (FUD مخفف سه کلمه Fear، Uncertainty و Doubt است). سرمایه‌گذاران جدید اغلب به دلیل وجود چنین احساساتی، از مشارکت و سرمایه‌گذاری در بازار در طول این



نمودار قیمت بیت‌کوین در ۱۲ مارس ۲۰۲۰ معروف به پنج‌شنبه سیاه

دوره‌ها اجتناب می‌کنند.

سقوط ۵۰ درصدی قیمت بیت‌کوین در روز ۱۲ مارس ۲۰۲۰ (صادف با پنج‌شنبه، ۲۲ اسفند ۱۳۹۸) که به پنج‌شنبه سیاه معروف است، یکی از بارزترین نمونه‌های بازارهای نزولی بود. در این روز بیت‌کوین شاهد بزرگ‌ترین سقوط روزانه تاریخ ده‌ساله خود بود و تنها در عرض چند ساعت، از محدوده ۸ هزار دلار تا ۳,۶۰۰ دلار سقوط کرد. در طی این سقوط، چیزی حدود یک میلیارد دلار قرارداد آتی خرید (لانگ) بیت‌کوین لیکوید شد.

شیوع ویروس کرونا در جهان را می‌توان یکی از عوامل اصلی این رخداد قلمداد کرد که نه تنها بیت‌کوین و آلت‌کوین‌ها، بلکه سایر بازارهای سهام را نیز تحت الشعاع خود قرارداد.

با آن مواجه هستند، احساسات آنهاست. در حالی که داشتن شم سرمایه‌گذاری می‌تواند یک ویژگی خوب برای سرمایه‌گذاران باشد، احساسات ممکن است بر عملکرد آنها تأثیر منفی بگذارد؛ بنابراین بین شم سرمایه‌گذاری و احساسات هیجانی و غیرمنطقی خود تمایز قائل شوید.



جمع‌بندی

مفاهیم بازار صعودی و نزولی از مفاهیم مهم بازارهای مالی و همچنین ارزهای دیجیتال هستند. معامله‌گران باید ویژگی‌ها و شاخصه‌های این بازارها را درک کنند تا بتوانند معاملات موفقی داشته باشند.

استفاده از مجموعه‌ای جامع از اندیکاتورهای معاملاتی، یکی از بهترین راه‌ها برای رسیدن به موفقیت است. با این حال برخی چالش‌ها وجود دارند که معامله‌گران باید نسبت به آنها آگاه باشند. کنار گذاشتن احساسات و معامله با کمک تحلیل‌های بنیادی و تکنیکال از جمله بهترین راه‌ها برای مواجهه با نوسانات قیمتی هستند.

این انتظار وجود دارد که در آینده، بازار ارزهای دیجیتال روندهای صعودی و نزولی متعددی را تجربه کند. افزایش آگاهی و دانش درباره این نوع بازارها باعث می‌شود بتوانند ریسک سرمایه‌گذاری خود را کاهش دهید و حداکثر بهره را از خرید و فروش ارزهای دیجیتال ببرند.

منبع: ارز دیجیتال

چالش‌های تشخیص نوع بازار

هر دو بازار صعودی و نزولی دارای چالش‌هایی هستند که معامله‌گران باید با آنها مواجه شده و آنها را درک کنند. در طول یک‌رونده کلان، یکی از چالش‌های اصلی معامله‌گران پرهیز از افتادن در تله‌های گاوی و خرسی است. تمرکز بر روند کلان (صعودی یا نزولی) یکی از بهترین راه‌ها برای جلوگیری از نتایج ناخواسته است.

در طول یک‌رونده صعودی، چندین بار قیمت افت خواهد کرد. بسیاری از معامله‌گران به محض مشاهده یک کندل سبزرنگ از موقعیت معاملاتی خود خارج می‌شوند؛ اما پس از مدت کوتاهی متوجه می‌شوند که این کاهش قیمت موقتی بوده و روند صعودی همچنان ادامه دارد.

اتفاق مشابهی در بازارهای نزولی نیز رخ می‌دهد. به محض اینکه یک کندل سبزرنگ در نمودار ثبت می‌شود، بسیاری از معامله‌گران در قیمت‌های بالا وارد بازار می‌شوند؛ اما خیلی زود می‌فهمند که بازار به سقوط خود ادامه خواهد داد.

چالش دیگری که معامله‌گران در بازارهای صعودی و نزولی



مقابله با تهدیدات سایبری با کمک هوش مصنوعی



مبارزه با حملات

الگوریتم‌های جدیدتر هوش مصنوعی در تجزیه و تحلیل ترافیک داده‌ها، دسترسی و انتقال داده‌ها و همچنین تشخیص نقاط پرت یا ناهنجاری در روند داده‌ها بسیار خوب هستند، اگر چیز عجیبی کشف شود، برنامه‌های هوش مصنوعی می‌توانند عمیق‌تر در داده‌ها کاوش کنند تا بینند آیا این سیستم یک یا چند نقص امنیتی دارد یا خیر، سازندگان هوش مصنوعی همچنین می‌توانند از مدیریت مدل هوش مصنوعی برای مقابله با تهدیدات در حال تحول و ایجاد پاسخ‌های بهروزتر استفاده بهتری کنند. فرایند دیگری که به عنوان یادگیری نظارت شده شناخته می‌شود، در پیشگیری از حملات سایبری به کار می‌رود، این الگوریتم مجموعه‌ای از ورودی‌ها و خروجی‌ها داده را ارائه می‌دهد و «یاد می‌گیرد» خطرات را در طول زمان با تصمیم‌گیری بر اساس داده‌هایی که می‌بیند یا انتظار دارد بینند، شناسایی کند، به عنوان مثال، یادگیری تحت نظارت ممکن است برای شناسایی بدافزار پیچیده‌ای که به عنوان یک قطعه کد خوش‌خیم ظاهر می‌شود، استفاده شود.

با گذشت زمان و بسیاری از (صدها یا هزاران) نمونه‌های مختلف، هوش مصنوعی که ما برای شناسایی و ریشه‌کن کردن بدافزارها به کار می‌گیریم، به طور فزاینده‌ای پیشرفتی می‌شود و بهتر می‌تواند حملات بالقوه ویرانگر را تشخیص دهد و از آن جلوگیری کند، با این حال، هوش مصنوعی باید همگام با بدافزارهایی که در حال حاضر برای ایجاد و انجام حملات سایبری استفاده می‌شود، تکامل یابد.

ساده‌سازی عملیات امنیت سایبری

هوش مصنوعی در سرتاسر جهان برای ساده‌سازی فرایندها و

وقتی پیچیدگی روزافزون هوش مصنوعی (AI) را در نظر بگیرید، جرایم سایبری یکی از جدی‌ترین تهدیدات برای تمدن بشری است.

مقابله با تهدیدات سایبری با کمک هوش مصنوعی الگوریتم‌های جدید‌تر هوش مصنوعی در تجزیه و تحلیل ترافیک داده‌ها، دسترسی و انتقال داده‌ها و همچنین تشخیص نقاط پرت یا ناهنجاری در روند داده‌ها بسیار خوب هستند. در زیر برخی از روش‌هایی که هوش مصنوعی می‌تواند از آسیب‌های ناشی از جرایم سایبری جلوگیری کرده و آن‌ها را کاهش دهد، آورده شده است.

جهان با یک تهدید بی‌سابقه در جرایم سایبری مدرن مواجه است، بازیگران پیچیده و پراکنده در سطح جهان که ردیابی آنها به طور فزاینده‌ای سخت شده است، همچنین این بازیگران خود را با ثروتی در دست می‌یابند زیرا بیشتر زندگی اقتصادی و شخصی ما به مهاجرت آنلاین ادامه می‌دهد.

هنگامی که پیچیدگی روزافزون هوش مصنوعی (AI) را در نظر بگیرید، جرایم سایبری یکی از جدی‌ترین تهدیدات برای تمدن بشری است، خوب‌بختانه همین فناوری‌ها را می‌توان به کار گرفت تا اگر جرایم سایبری به طور کامل متوقف نشود، حداقل سرعت افراد بد را کاهش دهد. در زیر برخی از روش‌هایی که هوش مصنوعی می‌تواند از آسیب‌های ناشی از جرایم سایبری جلوگیری کرده و آن‌ها را کاهش دهد، آورده شده است.

هستند، کدام آسیب‌پذیری‌ها وجود دارند و چه نوع اقدامات امنیتی در هنگام ایجاد شبیه‌سازی حمله وجود دارد، انجام می‌دهند.

در سناریوی حمله، عوامل خودکار شبیه‌سازی بازیگران تهدید برای انجام رفتارهای تصادفی در حین تلاش برای تصاحب گره‌ها مستقر می‌شوند، این شبیه‌سازی‌ها به ویژه برای حفاظت از بخش‌های حیاتی مانند زیرساخت‌ها و حمل و نقل مهم هستند.

با بهره‌برداری از این آسیب‌پذیری‌های کاشته شده، مهاجم شبیه‌سازی شده امیدوار است کتربل بخشی از شبکه را به دست آورد، درحالی که مهاجم شبیه‌سازی شده در شبکه حرکت می‌کند، یک عامل مدافع ترافیک شبکه را زیر نظر دارد تا حضور مهاجم را شناسایی کرده و حمله را مهار کند، شبیه‌سازی و یادگیری و آزمایش **gamified** برخی از بهترین سلاح‌هایی است که ما در برابر مجرمان سایبری پیشرفت و مبتکر موجود در آنچه داریم که هوش مصنوعی را برای اهداف خود مهار و اصلاح می‌کنند.

نتیجه‌گیری

چندین دهه آینده تا حد زیادی حداقل از نظر فناوری، هوش مصنوعی با پیشرفت بزرگی تعریف خواهد شد. مانند هر فناوری جدید، بازیگران مخربی که به دنبال دزدی، اخاذی، و ایجاد خسارت آسان‌تر، ردیابی سخت‌تر و مبارزه با آن دشوارتر هستند، از آن استفاده می‌شود.

با این حال، هوش مصنوعی نیز به صورت پشت‌سرهم تکامل می‌یابد و به متخصصان امنیت سایبری کمک می‌کند، و حتی برنامه‌هایی که مردم عادی در امنیت سایبری روزمره خود استفاده می‌کنند، شناس بیشتری برای خنثی کردن مجرمان دارند.

منبع: فتا

کاهش فشار بر تیم‌های امنیت سایبری شرکت‌ها و همچنین برای جلوگیری از جرائم سایبری استفاده می‌شود، افزایش تعداد و پیچیدگی حملات سایبری، پرسنل امنیت فناوری اطلاعات را خسته کرده است، از آنجایی که یادگیری ماشین یک فناوری بسیار مقیاس‌پذیر است، از این روش اغلب برای کمک به تلاش‌های پرسنل امنیت فناوری اطلاعات برای نظارت، شناسایی و حذف خطرات استفاده می‌شود.

هوش مصنوعی، زمانی که با تلاش‌های انسانی تکمیل شود، می‌تواند برای پرکردن شکاف‌های حجم کار امنیت سایبری یک شرکت استفاده شود، این امر از آنجایی که جرایم سایبری پیشرفته‌تر می‌شود و نیاز به پیچیده‌تر و حتی تعداد بیشتری از متخصصان فناوری اطلاعات و امنیت سایبری برای مقابله با آن دارد، مهم است، همچنین این امر به دلیل کمبود فعلی استعدادهای امنیت سایبری که در حال حاضر تیم‌های تحت‌فشار را در مضيقه‌تر در برابر مجرمان پیچیده قرار می‌دهد، شدیدتر می‌شود.

شبیه‌سازی

همچنین از هوش مصنوعی برای کمک به شبیه‌سازی حملات به شبکه‌ها استفاده می‌شود تا تیم‌های امنیت سایبری ایده بهتری در مورد اینکه آسیب‌پذیری‌های اصلی شان کجاست و چگونه به هنگام وقوع این حملات واکنش نشان دهند، داشته باشند، همچنین هوش مصنوعی در به تصویر کشیدن اینکه چگونه عوامل تهدید ممکن است از طریق شبکه‌ای که به دنبال نقاط ضعف هستند حرکت کنند، ماهر شده است.

مدافعان و محققان شبکه سازمانی این کار را با ایجاد گره‌های مختلف در شبکه و شناسایی اینکه کدام سرویس‌ها در حال اجرا

www.fanahoosh.ir



انقلاب صنعتی، چهارم فرصتی استثنایی

است؛ ابتدا ما باید در مسیر توسعه و کاربرد اینترنت اشیا گام‌های زیادی برداریم؛ چراکه این فناوری می‌تواند فاصله توسعه یافتنگی ما را با کشورهای پیشرو کم کند. گفتنی است، می‌تواند زمینه‌ساز خلق فرصت‌ها در کسب‌وکار شود؛ ضمن آنکه اغلب کشورها با کاربردهای اینترنت اشیا می‌توانند فرصت‌های جدید ارزآوری و توسعه و کسب درآمد را تجربه کنند.

بهنگار با اشاره به روند محقق شدن توسعه یافتنگی اینترنت اشیا گفت: تحقق توسعه بر مبنای بهره‌گیری از اینترنت اشیا نیاز به برنامه‌ریزی و ساختاربندی استاندارد دارد. در واقع، تعریف درست نقشه راه، نیازمند یک سری پیش‌نیازهایی است که در ریل‌گذاری این قطار باید اتفاق بیفتد.

این کارشناس در پاسخ به این پرسش که در صورت رخداد انقلاب صنعتی چهارم آیا مشابه همان فرایندی که در انقلاب‌های پیشین مشاهده شد را می‌بینیم، گفت: نکته مهم در انقلاب‌های پیشین این بود که اینترنت ابزاری فرآگیر نبوده است، به همین دلیل آگاهی عموم مردم از توسعه و پیشرفت صنعت کم بود و به همان میزان مردم مجبور به تحمل آسیب‌های اجتماعی در مراحل اولیه انقلاب‌های پیشین می‌شدند.

بهنگار افزو: اما امروز با توسعه فناوری اطلاعات و تبدیل شدن آن به یک رکن در زندگی مردم، آگاهی هم به همین نسبت افزایش پیدا کرده است. در واقع با ورود موج فناوری با پیش‌آگاهی می‌توان خود تقویتی، خود آمادگی و خود برنامه‌ریزی کنیم؛ بنابراین باید مهارت‌هایی را به خود اضافه کنیم که در این موج جدید بتوانیم موج سوار باشیم و جانمانیم.

به گفته بهنگار؛ یکی از این راه‌ها این است که ما بر همگرایی صنایع تمرکز کنیم؛ به این معنا که اگر در صنعت ریخته‌گری فعال هستیم یا در هر صنعت دیگر، بخش مهمی به نام فناوری اطلاعات به آن اضافه کنیم.

یک کارشناس، انقلاب صنعتی چهارم را فرصتی غیرقابل برگشت برای کشورهای در حال توسعه می‌داند و معتقد است؛ این جهش بزرگ در عصر اطلاعات، برای کشور ما فرصت طلایی است و می‌تواند عقب‌افتدگی‌های موجود را به سرعت جبران کند.

حمید بهنگار، مدیر عامل یک شرکت دانش‌بنیان در زمینه اینترنت اشیا و رئیس کمیته اسکادا، تلمتری و اینترنت اشیا انجمن صنعتی شرکت‌های اتوماسیون صنعتی درباره اهمیت هوش مصنوعی در دنیای امروزی گفت: به تعبیر دانشمندان آلمانی بشر در آستانه انقلاب صنعتی چهارم قرار گرفته است؛ به فراخور آن فناوری‌های نوظهوری نظیر اینترنت اشیا، هوش مصنوعی، متاورس، رباتیک و غیره ابزارهای شکل‌گیری این انقلاب در جهان است که روزبه‌روز به توسعه آن افروزده می‌شود.

وی افزو: اینترنت اشیا یک فرایند زیرساختی است که بعد از شکل‌گیری آن سایر فناوری‌های نو می‌توانند بر مبنای آن توسعه پیدا کنند. در واقع وقتی اینترنت اشیا در یک پروژه‌ای پیاده‌سازی می‌شود، می‌توان فناوری‌های دیگر را بر این بستر توسعه داد. بهنگار با اشاره به ارزیابی خود از وضعیت توسعه اینترنت اشیا در کشور گفت: شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور ما متولیان اصلی اینترنت اشیا و کاربردهای آن در کشور است؛ به گونه‌ای که ترکیب فناوری اطلاعات با صنایع مختلف در حال شکل‌گیری است که بهنوعی موجب همگرایی فناوری می‌شود و زمینه‌ساز توسعه سایر صنایع به کمک فناوری اطلاعات در کشور است.

اینترنت اشیا راهی برای توسعه

وی توسعه اینترنت اشیا را زمینه‌ساز توسعه و پیشرفت در کشور دانست و گفت: به اعتقاد من باید نسبت به توسعه اینترنت اشیا خوش‌بین بود؛ در واقع باید نسبت به پیشرفت و کاربردی تر کردن اینترنت اشیا خوش‌بین باشیم؛ این امر وابسته به چند مؤلفه

باشد آماری هم وجود ندارد و وقتی آمار وجود نداشته باشد مدیریتی هم نداریم و در نهایت نمی توانیم تصمیم گیری کنیم.

وی افزود: حال اگر این روال عملی شود، یعنی مدیریت داده محور در کشور شکل بگیرد، آن گونه می توان گفت که آیا موازی کاری در یک بستری شکل می گیرد یا خیر.

لزوم اجرایی اخلاق در فناوری

رئیس کمیته اسکادا گفت: هم زمان با توسعه فناوری های نوظهور موضوع اخلاق در فناوری موردنویجه قرار می گیرد. رشد فناوری باید بالاخلاق مداری همراه باشد. برای مثال در بحث حریم خصوصی باید مشخص شود که افراد به چه میزان از اطلاعات می توانند دسترسی داشته باشند، و چه میزانی به دولت و سایرین اختصاص دارد؛ اگر این موضوعات به درستی پایه گذاری شود؛ آن نقطه خطری که متصور می شویم رخ نمی دهد اما در صورت عدم چنین روندی این تحولات از کنترل خارج می شود. گفتنی است، تبعات منفی آن به دلیل انحصار گرایی که همیشه بشر دنبال آن بوده است رخ می دهد. در کل این ها مسائلی است که باید به صورت چند جانبه و از منظر دین، اخلاق، فلسفه، دانش و روان شناسی به آن پرداخته شود.

بهسوی آیندهای بهتر

به گفته بهنگار، همواره راه های مطمئنی برای رفع این نگرانی ها وجود دارد و می توان نسبت به آینده دید بهتری داشت؛ چراکه ما روز ب روز به دنیابی نزدیک می شویم که بسیاری از کارهای غیر ضروری بشر مرتفع و بسیاری از دغدغه ها، بیماری ها و مضلات و مسانی که امروز موجب مضلات و حتی مرگ و میر است، حل می شود و کمتر شاهد پاندمی های رخداده خواهیم بود. در این شرایط است که تاب آوری بشر در مقابل مشکلات بیشتر می شود و آینده ای به سمت فضا، هوای پاک، دنیای آزادتر همراه با عدالت فردی و اجتماعی رقم می خورد.

وی افزود: توزیع عدالت محور منابع، رویکرد مثبت ماجرا است که در نتیجه توسعه همه جانبه اینترنت اشیا را می توان انتظار داشت که البته نیازمند یک مدیریت جامع و کامل است. گفتنی است، از آنجایی که حرکت در مسیر فناوری مانند راه رفتن روی یک شمشیر دو لبه است، اگر ما درست رفتار کنیم می توانیم به بهترین نحو ممکن از آن بهره مند شویم.

منبع: سینا

وی گفت: اصولاً در مقیاس جهانی یک فرایندی در حال اوج گرفتن است که منجر به توانمندی در مسیر همگرایی صنایع می شود و دارای سه رکن به نام IT فناوری اطلاعات، OT فناوری عملیاتی و ET مهندسی فناوری است. یا تلفیق این سه مهارت و گنجاندن آن در توانمندی های فردی یک انسان شاغل در جامعه می توان گفت باید نگرانی در باب رخداد انقلاب صنعتی چهارم داشته باشیم.

بهنگار با اشاره به تولد شغل های جدید گفت: شاید بتوان گفت، در آینده شغل هایی چون متخصص هوش مصنوعی در دامپزشکی دام های سیک شکل بگیرد یا متخصص اینترنت اشیا در حمل و نقل خودرو های شهری. در واقع اگر فردی با این دو برچسب مهارت های خود را ارتقا دهد برای مواجه با انقلاب صنعتی چهارم آماده شده است. به گفته این کارشناس در عرصه اینترنت اشیا؛ افرادی که این آگاهی را کسب نکنند، پیشرفت نمی کنند و افرادی که این آمادگی ها را کسب می کنند، در نهایت می توانند همگام با تحولات انقلاب صنعتی چهارم همسو شوند.

انقلاب صنعتی چهارم فرصتی استثنایی برای ما

وی این تحولات را فرصتی غیرقابل برگشت برای کشورهای در حال توسعه دانست و گفت: این انقلاب برای کشورهای در حال توسعه یک فرصت غیرقابل برگشت است و برای کشور ما فرصت طلایی را فراهم می آورد تا بتواند جایگاه خود را در صنعت تثبیت و آن خلا و عقب افتادگی هایی که داشته است را به سرعت جبران کند و منجر به ایجاد جهشی بزرگ شود.

بهنگار در پاسخ به این پرسش که آیا می توان گفت که اینترنت اشیا در آینده نزدیک تبدیل به الفبای مهارت ها می شود؟ گفت: این امر تنها به اینترنت اشیا مربوط نمی شود در کل مربوط به مهارت های فناوری اطلاعات است که اینترنت اشیا یک بخش مهم آن است. در واقع همگرایی در فناوری راهکار اصلی است.

وی ادامه داد: این مهارت می تواند چند مهارت غیر مرتبط را با یکدیگر تلفیق کند که در نهایت راه را برای ورود افراد ماهر برای اداره کشور باز کند.

مدیریت داده یک سیاست مهم

بهنگار با اشاره به موازی کاری در فعالیت های دانش بنیان ها گفت: این موضوعی نیست که بتوان به صورت قطعی و بر مبنای علم درباره آن نظر داد؛ چراکه عموماً باید یک رویکردی در کشور راه اندازی شود، به نام مدیریت داده محور. وقتی داده وجود نداشته

هوش مصنوعی، آموزش و پرورش را متحول می کند

دسترس قرار می دهد. در واقع، دسترسی راحت، این امکان را برای دانش آموزان فراهم می کند، تا بدون مردمی، کشف کنند که چه چیزی برای آنها مفید است. علاوه بر این، دانش آموزان از سراسر دنیا می توانند بدون متحمل شدن هزینه های زندگی و سفر به آموزش باکیفیت بالا دسترسی پیدا کنند.

۲- تعامل بهتر: با استفاده دانش آموزان از هوش مصنوعی، برنامه های فردی، وظایف سفارشی، تعامل با فناوری های دیجیتال و توصیه های شخصی، بخشی از رویکرد شخصی آنها خواهد بود. این موضوع، تعامل دانش آموزان را افزایش می دهد و بر علاقه آنها به مطالعه می افزاید.

۳- فشار کمتر: با استفاده از فناوری هوش مصنوعی در سیستم آموزش و پرورش و تدریس دروس مناسب با نیازهای گروه های مختلف یادگیری، دانش آموز با استفاده از یک دستیار مجازی شخصی یک پرس و جو را تایپ می کند و یک توضیح فوری دریافت می نماید

و بدین طریق، فشار در کلاس درس کاهش می یابد.

۴- شخصی سازی کردن: دانش آموزان با استفاده از هوش مصنوعی، می توانند رویکردی شخصی برای یادگیری برنامه ها بر اساس تجربیات و ترجیحات منحصر به فرد خود ایجاد کنند. این فناوری قادر است با سطح دانش، سرعت یادگیری و اهداف موردنظر هر دانش آموز منطبق شود. این فناوری به معلمان نیز تصویر روشی از موضوعات و دروسی که نیاز به ارزیابی مجدد دارند، ارائه می دهد و یادگیری بر اساس نیازهای خاص هر دانش آموز را تنظیم می کند. این مسئله به نوعی یک راه حل جهانی برای به دست آوردن مجموعه ای از ابزارهای مناسب با نیازهای خاص دانش آموزان و معلمان برای بهینه سازی روال آموزشی آنها، افزایش کارایی و بهبود دسترسی خواهد بود و یکی از تحولاتی محسوب می شود که هوش مصنوعی در سیستم آموزش و پرورش ایجاد خواهد کرد.

۵- انجام تدریس خصوصی: هوش مصنوعی همچون یک آموزگار با تدریس خصوصی به دانش آموزان کمک می کند، تا مهارت های خود را تقویت نمایند و نقاط ضعف خارج از کلاس را بهبود بخشنده. به کارگیری هوش مصنوعی در سیستم آموزش و پرورش، بدون حضور معلم برای پاسخگویی به سوالات در تمام ساعت روز، تجربه یادگیری را برای دانش آموز فراهم می کند و از طرفی زمان

پیشرفت فناوری، تغییرات چشمگیری را در بسیاری از صنایع ایجاد کرده و به جرئت می توان گفت فناوری هوش مصنوعی بخش جدایی ناپذیری از زندگی و شغل انسان ها شده است. یکی از سیستم هایی که به طور حتم، زمینه مناسبی برای رشد این فناوری خواهد بود و روند روبه رشدی را برای فعالیت های خود رقم خواهد زد، سیستم آموزش و پرورش است.

هرچند در حال حاضر هوش مصنوعی در آموزش و پرورش به طور گسترده از طریق توسعه محاسبات و تکنیک های پردازش اطلاعات در این سیستم استفاده شده است، با این حال، این فناوری قادر خواهد بود، فرست ها، پتانسیل ها و چالش های جدیدی را در شیوه های آموزشی ایجاد کند. در این مقاله، نقش هوش مصنوعی در آموزش و پرورش و پیاده سازی این فناوری در سیستم آموزشی مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

هوش مصنوعی در سیستم آموزش و پرورش

تعداد سازمان هایی که در سراسر جهان از هوش مصنوعی استفاده می کنند، رو به افزایش است و به نظر می رسند با توجه به روی کار آمدن این فناوری در همه عرصه ها، بررسی نقش های مختلف هوش مصنوعی در سیستم آموزش و پرورش با در نظر گرفتن تئوری های آموزشی و راهکارهای پرورشی، ضروری باشد. از آن رو که هدف اصلی هوش مصنوعی بهینه سازی فرایندهای معمول و بهبود سرعت و کارایی آن هاست، لذا پذیرش جهانی فناوری هوش مصنوعی در آموزش و پرورش، نحوه یادگیری را متحول خواهد کرد، به گونه ای که با ساده سازی فرایند آموزش می تواند به معلمان و دانش آموزان در رسیدن به اهدافشان کمک کند.

این فناوری با فراهم کردن دسترسی به دوره های آموزشی مناسب، بهبود ارتباط با معلمان و دانش آموزان و آزاد کردن زمان بیشتر برای تمرکز بر جنبه های دیگر زندگی، می تواند تأثیر قابل توجهی بر یادگیری بگذارد. در اینجا به چند مورد از تحولات چشمگیری که در آینده هوش مصنوعی در سیستم آموزش و پرورش ایجاد خواهد کرد، اشاره می کنیم:

۱- دسترسی به یادگیری: ابزارهای مجهر به هوش مصنوعی یادگیری را برای همه دانش آموزان، در هر زمان و هر مکان، در

اهداف استراتژیک تحول هوش مصنوعی را تعین کنید: یکی دیگر از مراحل پیاده‌سازی هوش مصنوعی در آموزش و پرورش این است که بهتر است با یک برنامه‌ریزی دقیق، اهداف سیستم آموزشی را که قرار است با ورود هوش مصنوعی، متحول شود، مشخص نمایید. خواسته خود را مشخص کنید: آیا می‌خواهید زودهنگام پذیرنده باشید یا دنبال کننده؟ کدام فناوری برای سیستم آموزشی شما مناسب‌تر است؟ آیا از مشکلات هوش مصنوعی آگاه هستید و چگونه می‌خواهید آن‌ها را بطرف کنید؟ فناوری هوش مصنوعی باید به تکمیل کدام اهداف سیستم آموزشی شما کمک کند؟ به‌منظور پیاده‌سازی هوش مصنوعی در آموزش و پرورش، بهتر است با پاسخ‌دادن به این سؤالات، یک تحلیل هزینه و فایده برای اتوماسیون و تقویت هوش مصنوعی ایجاد کنید.

انتخاب‌های درست داشته باشید: برای استفاده حداکثری از ابزارهای هوش مصنوعی و همچنین به‌منظور پیاده‌سازی هوش مصنوعی در آموزش و پرورش، نه تنها باید تیم مناسبی را برای پذیرش این فناوری انتخاب کنید، بلکه باید محیط مناسبی را با بینش‌های تحلیلی و متصرکز بر تصمیمات عملی در سیستم آموزشی خود ایجاد کنید.

روش‌های هوشمند برای کنترل نتیجه تحول هوش مصنوعی: ایجاد محیطی کاری برای انسان‌ها و هوش مصنوعی در کنار یکدیگر، اطمینان از شفافیت فرایندها و همگام شدن با ملاحظات و معیارهای کلیدی پذیرش هوش مصنوعی بسیار مهم است. بهتر است بر اساس ویژگی‌های سفارشی و نوع هوش مصنوعی پیاده‌سازی شده تصمیم بگیرید.

نتیجه‌گیری

هوش مصنوعی در حال حاضر با سرعتی شتابان در حال پیشرفت است و این موضوع، بر سیستم آموزش و پرورش نیز به طور گسترده تأثیر خواهد گذاشت. همچنین پیامدهای آموزشی فناوری هوش مصنوعی را در نحوه یادگیری دانش‌آموزان و شیوه فعالیت معلمان می‌کاود. در واقع، پیشرفت‌های این فناوری و سرعت فزاینده آن در دنیایی که هوش مصنوعی در آموزش و پرورش یکی از موضوعات اساسی ساختار آموزشی و یادگیری خواهد بود، جای تأمل دارد. آینده آموزش و پرورش به طور ذاتی با پیشرفت فناوری‌های جدید و ظرفیت‌های محاسباتی ماشین‌های هوشمند مرتبط خواهد بود. در این زمینه، به طور حتم، پیشرفت‌های هوش مصنوعی، فرصت‌ها و چالش‌های جدیدی را برای آموزش و پرورش به همراه خواهد داشت.

منبع: هوشیو

زیادی را برای معلمان صرفه‌جویی خواهد کرد.

۶- پاسخ‌های سریع: هوش مصنوعی می‌تواند به دانش‌آموزان کمک کند، تا از طریق اتوماسیون پشتیبانی و هوش مکالمه پاسخ‌های متدالوی تربین سؤالات خود را در چند ثانیه بیابند. کاربرد این عملکرد هوش مصنوعی در آموزش و پرورش، نه تنها زمان زیادی را برای مریبیان آزاد می‌کند، بلکه به دانش‌آموزان کمک می‌کند زمان کمتری را برای پیگیری پاسخ‌ها یا منتظر پاسخ به سؤالات خود صرف کنند.

۷- مشارکت در اتوماسیون و ظایف: برخی از وظایف اداری همچون نمره دهی، ارزیابی تکالیف و پاسخ به دانش‌آموزان یک فعالیت زمان‌بر است که معلم می‌تواند با استفاده از هوش مصنوعی آن را بهینه کند. در واقع، سپردن مجموعه‌ای از وظایف معمول به هوش مصنوعی به معلمان کمک می‌کند، تا وقتی‌شان را برای چیزهای مهم‌تری از جمله تمرکز بر درجه‌بندي تکالیف غیرممکن به هوش مصنوعی، خودآموزی و ارتقای کیفیت دروس آزاد کنند و از این طریق، هوش مصنوعی در سیستم آموزش و پرورش یاری رسان خواهد بود.

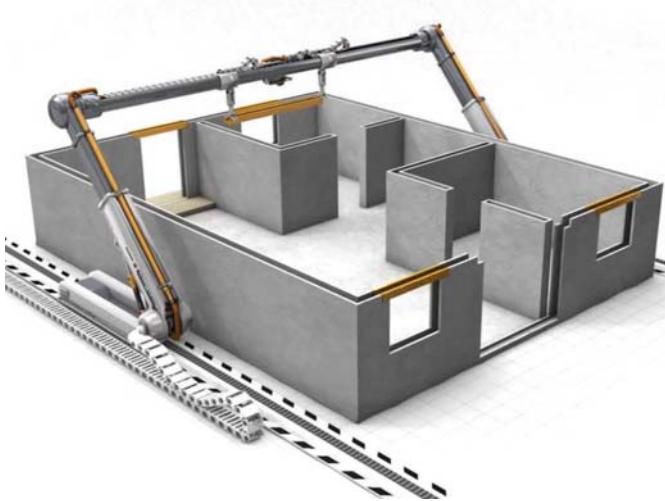
۸- خدمت‌رسانی به دانش‌آموزان کم‌توان: پذیرش فناوری‌های خلاقانه هوش مصنوعی در آموزش و پرورش، تعامل بهتری را با دانش‌آموزانی که ناتوانی یادگیری دارند، برقرار می‌کند و امکان دسترسی به آموزش را برای دانش‌آموزان ناشناوا و کم‌شنوا، کم‌بینا و... فراهم می‌کند.

۹- تولید کردن محتواهای هوشمند: رابطه‌های یادگیری دیجیتال با گزینه‌های سفارشی‌سازی، کتاب‌های درسی دیجیتال، راهنمای مطالعه، درس‌های کوچک و موارد دیگر را می‌توان با کمک هوش مصنوعی تولید کرد. همچنین ضمن آنکه این فناوری به تولید و بهروزرسانی محتواهای درس‌ها کمک می‌کند، روش‌های جدید در ک اطلاعات، مانند تجسم، شبیه‌سازی و محیط‌های مطالعه مبتنی بر وب نیز می‌توانند از طریق هوش مصنوعی در سیستم آموزش و پرورش تقویت شوند.

پیاده‌سازی هوش مصنوعی در آموزش و پرورش

اگر هوش مصنوعی به عنوان گزینه‌ای برای سفارشی کردن تجربه یادگیری در نظر گرفته می‌شود، این مراحل کمک خواهد کرد، تا پیاده‌سازی هوش مصنوعی در آموزش و پرورش به نحو احسن صورت گیرد:

نیازهای هوش مصنوعی را شناسایی کنید: نقطه شروع پیاده‌سازی هر فناوری، شناسایی نقطه ضعف‌هایی است که آن فناوری قادر است آن‌ها را بطرف کند. گلوگاههای سیستم آموزشی خود را پیدا کنید و روش‌هایی را که هوش مصنوعی برای بهینه‌سازی ارائه می‌دهد، مورد بررسی قرار دهید.



چاپ سه بعدی در ساخت و ساز

فناوری فراهم می شود. بسته به نوع چاپگر سه بعدی بتن، طراحی، قابلیت ها و روند کار آنها متفاوت است که هر کدام بسته به کاربرد موردنظر، مزایا و معایب مشخصی دارند. حجم ساخت و ساز، دقت پرینت سه بعدی و راندمان یک پریتر سه بعدی بتن، بسته به سیستم، فناوری، سازنده آن و همچنین کاربردهای موردنظر متفاوت خواهد بود.

پرینت سه بعدی فضای اداری

از آنچه این فناوری مبتنی بر اکسیتروزن است، پریترهای سه بعدی بتن مشابه پریترهای سه بعدی استاندارد FDM عمل می کنند. در نتیجه فرایندهای کاملاً مشابهی دارند. در همه آنها ابتدا یک مدل سه بعدی دیجیتال با استفاده از یک نرم افزار مدل سازی سه بعدی ایجاد می شود. سپس مدل سه بعدی در نرم افزار لایه بندی شده و به صورت G-Code ترجمه می شود. سپس G-Code، هد چاپگر را که مواد پمپ شده از میکسرسیمان را به صورت لایه لایه تزییق می کند تا تشکیل ساختار نهایی هدایت می کند.

شرکت های Peri و استرابگ اخیراً بزرگ ترین فضای اداری اروپا را از طریق فناوری چاپ سه بعدی و اولین ساختمان چاپ سه بعدی اتریش ایجاد کردند. استрабگ شرکت ساخت و ساز اتریشی است که در شهر فیلاخ مستقر بوده، ولی دفتر مرکزی آن، در وین قرار دارد. این شرکت، بزرگ ترین شرکت ساخت و ساز اروپا بشمار می آید. این ساختمان ۱۲۵ متر مربعی طی ۴۵ ساعت در کارخانه آسفالت استрабگ در منطقه هوشلایتن با استفاده از یک ملات خشک به نام Tector Print که توسط شرکت صنعتی فرانسوی لا فارژ عرضه شده بود، چاپ شد. این سازه با استفاده از چاپگر گاتری (جرثقیلی دروازه ای) BOD2 ساخت شرکت دانمارکی Cobod ایجاد شد. هد چاپگر این دستگاه در سه محور

شرکت ساخت و ساز آلمانی Peri و غول پیمانکاری اتریشی Strabag، بزرگ ترین فضای اداری اروپا را با فناوری چاپ سه بعدی ایجاد کردند. اکنون بیش از ۵۰ سال است که برنده PERI با تکیه بر فناوری پیشرفته، قادر نوآورانه و ارتباط نزدیک با مشتریان خود فعالیت می کند. این شرکت با تفکر کارآفرینی و ایجاد قابلیت اطمینان و اشتیاق در مشتریان، به یکی از تولید کنندگان و تأمین کنندگان برتر سیستم های قالب و داریست و ارائه دهنده پیشرو فناوری چاپ سه بعدی ساختمانی تبدیل شده است.

به رغم اینکه ابزارهای طراحی دیجیتال برای چندین دهه در طراحی ساختمان حضور غیرقابل انکاری داشته اند، اما صنعت ساخت و ساز کماکان یک فرایند عمده ای دستی باقی مانده است. این در حالی است که اکنون فرایندهای ساخت و تولید افزایشی در بین معماران و شرکت های ساختمانی محبوبیت پیدا کرده است.

بتن یک مصالح ساختمانی ارزان قیمت و به طور طبیعی پایدار است و بعد از آب پر مصرف ترین ماده در جهان است. با این حال، ماشین های موردنیاز برای پرینت سه بعدی یک ساختمان، بسیار گران قیمت هستند و برای آنها باید بین ۱۳۵ هزار تا ۷۵۰ هزار پوند پرداخت کنید که همین امر دلیل اصلی کندی گسترش این تجهیزات در بین شرکت های فعال در زمینه صنعت ساختمان است. اما استفاده از چاپگر سه بعدی بتنی به جای روش های سنتی و دستی مزایای متعددی دارد که از آن جمله می توان به سرعت بالاتر، هزینه کمتر، اینمی بیشتر و افزایش کارایی آنها اشاره کرد.

پریترهای سه بعدی بتن نه تنها کمترین ضایعات و پسماند را دارند، بلکه تعداد کارکنان در محل و همچنین زنجیره تأمین را به میزان قابل توجهی کاهش می دهند. علاوه بر این، امکان ساخت سازه های پیچیده تر و انعطاف پذیر تری بالاتر با استفاده از این

سه بعدی بازار را در آلمان در شهر بکوم ساخته که یک آپارتمان سه طبقه در والنهاوزن آلمان است که گفته می شود بزرگترین ساختمان چاپ شده در اروپا است. همچنین این شرکت به تازگی ساخت خانه‌ای با چاپ سه بعدی در تمپ، آریزونا؛ و یک ساختمان آپارتمانی در لینداو، آلمان را نیز به پایان رسانده است. اینها پژوهش‌های تحقیقاتی نیستند، بلکه ساختمان‌هایی هستند که تمام مراحل اخذ مجوزهای ساختمانی لازم را طی کرده‌اند و بهزودی اجاره داده می‌شوند و افرادی در آنها ساکن خواهند شد.

همچنین تأثیر فرایندهای ساخت و تولید افزایشی در پژوههایی در سراسر جهان دیده می‌شود. در یکی از این پژوههای سازمان خصوصی New Story مستقر در ایالات متحده با شرکت فناوری ICON همکاری کرده است تا اولین محله پرینت سه بعدی جهان را بسازد. همچنین استارت‌آپ آمریکایی Mighty Buildings اخیراً ۳۰ میلیون دلار برای توسعه خط تولید خود در کارخانه اوکلند جمع‌آوری کرده است و این سرمایه‌گذاری این امکان را به آن می‌دهد تا واحدهای ۳۳ متر مربعی را به طور کامل به صورت سه بعدی چاپ کند. این در حالی است که دو شرکت تخصصی بتن مستقر در ایالات متحده با نامهای Contour و Quikrete Crafting برای توسعه یک بتن اختصاصی مورد استفاده در ساخت سازه‌های ارزان‌قیمت و تأسیسات امدادی در زمان و قوع بلایای طبیعی در لس آنجلس همکاری می‌کنند.

منبع: دنیای اقتصاد به نقل از گوگل نیوز

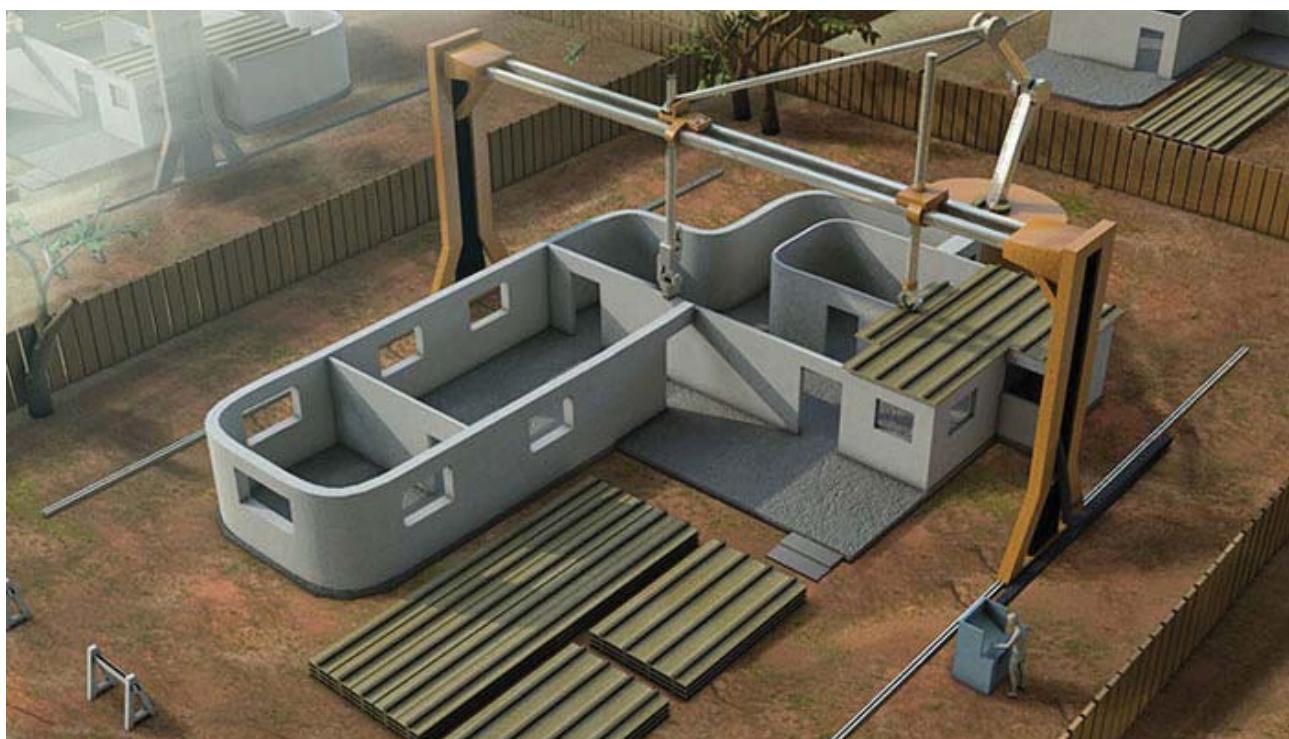
حرکت می‌کند و روی یک قاب فلزی ثابت نصب شده، بنابراین چاپگر می‌تواند به هر موقعیتی در ساختار سازه حرکت کند و فقط یکبار نیاز به کالبیره شدن دارد.

بر تولد کرن، مدیر اجرایی شرکت لافارژ اتریش، می‌گوید: ساختمان‌های چاپی به ایجاد یک زبان جدید دیجیتالی و زیست‌محیطی پیشرفتی در صنعت بتن کمک می‌کنند. استفاده از مواد هوشمند در صنعت ساخت و ساز بسیار توجیه‌پذیر است و درجه بالایی از آزادی و انعطاف‌پذیری را در معماری و طراحی برای طراحان و مهندسان فراهم می‌آورد. این مواد به ما این امکان را می‌دهد که با کمترین مقدار مصرف، بیشتر بسازیم.

کلمنس هاسلشتاینر، عضو هیئت‌مدیره استرابگ که مسئول دیجیتال‌سازی و نوآوری این غول ساخت و ساز بین‌المللی است، می‌گوید: نوآوری چاپ سه بعدی انگیزه مهمی برای این صنعت به ارمنان می‌آورد و افرودهای هیجان‌انگیز برای سایر روش‌های ساخت و ساز است. با این آزمایش عملی، ما می‌خواهیم چاپ سه بعدی ساختمانی را همراه با شرکای خود Peri و لافارژ توسعه دهیم. در هوشلایتن، ما توانستیم طی یک برنامه‌ریزی دقیق مشترک به یافته‌های مهمی برای استفاده از این فناوری در آینده دست یابیم.

افزایش موارد استفاده

ساخت دفتر هوشلایتن، پنجمین پژوهه موفقیت‌آمیز Peri در سال گذشته است. این شرکت همچنین اولین خانه آماده با چاپ





کمک هوش مصنوعی پله پویایی شهرها

مصنوعی به عنوان راهی برای بهبود مدیریت سیستم‌های شهری معرفی شده‌اند.

کاربردهای هوش مصنوعی در شهرسازی

به گفته اندرو نگ، یکی از بنیان‌گذاران Google Brain، «هوش مصنوعی برق جدید است. درست همان‌طور که ۱۰۰ سال پیش برق، صنعت را به صنعت تبدیل کرد، هوش مصنوعی نیز در آینده‌ای نزدیک همین کار را خواهد کرد و حتی تأثیری فراتر از صنعت خواهد داشت. هوش مصنوعی قرار است جهان را تغییر دهد. شاید تحولاتی که این فناوری در آینده ایجاد خواهد کرد، انسان‌ها را نگران کند، اما این ترس با مزایای آن جبران خواهد شد و نتیجه‌ای مثبت به بار خواهد نشست. هوش مصنوعی احتمالاً جامعه را به سمت بهتر تغییر خواهد داد.» این موضوع آنقدر جدی است که کشورهای زیادی سعی دارند به طور ویژه به آن پردازنند.

از جمله کاربردهای هوش مصنوعی در شهرسازی عبارت‌اند از:

۱- بهینه‌سازی حمل و نقل عمومی: هوش مصنوعی اغلب در حمل و نقل عمومی استفاده شده است و این موضوع یکی از کاربردهای هوش مصنوعی در شهرسازی محسوب می‌شود؛ از ربات‌هایی گرفته که قادر به ارائه اطلاعات به مسافران در ایستگاه‌ها و نقاط حمل و نقل هستند، تا سیستم‌عامل‌هایی که شبکه‌های اتوبوس را برگه‌های زمان واقعی بر اساس داده‌هایی مانند حجم مسافر و تعداد سفرهای روزانه در هر خط بهینه می‌کنند.

۲- پایش کیفیت هوای ایستگاه‌ها: ابتکارات مختلف، شبکه‌هایی از حسگرهای را ایجاد کرده‌اند که قادر به گرفتن نمونه‌های هوای تجزیه و تحلیل آن‌ها و اطلاع عموم از کیفیت هوای شهرهای بزرگ و کوچک هستند.

در سال‌های اخیر، هوش مصنوعی (AI) با سرعتی بی‌سابقه و با قابلیت‌های پیچیده خود را نشان داده است و به طور حتم، در آینده‌ای نزدیک نیز این فناوری، شهرها و جوامع ما را به طرز چشمگیری تغییر خواهد داد. با اینکه همه‌جا سخن از فناوری هوش مصنوعی است، اما پیامدهای شهری و اجتماعی هوش مصنوعی به خصوص در شهرسازی هنوز به عنوان یک حوزه مورد مطالعه قرار نگرفته است.

با این حال، هوش مصنوعی به عنوان بخشی از تلاش‌های توسعه مبتنی بردانش، به عنوان راه حلی برای بحران‌های شدید محیطی، اقتصادی و اجتماعی تلقی شده است. در نتیجه، مفهوم «شهر هوشمند» در خط مقدم گفتمان‌های برنامه‌ریزی و توسعه شهری قرار گرفته است. در این مقاله سعی خواهد شد موضوعاتی همچون هوش مصنوعی در شهرسازی و کاربردهای آن و ارکان اصلی رسیدن به شهر هوشمند مورد بررسی قرار گیرد.

کاربردهای هوش مصنوعی در شهرسازی

استفاده از هوش مصنوعی مبتنی بر بهینه‌سازی و ساده‌سازی شیوه زندگی، یکی از اهداف مهم شهرسازی در دنیای امروز است. در واقع، هدف استفاده از استراتژی‌ها و فناوری‌های مدیریتی، افزایش کیفیت زندگی مردم (و حتی گیاهان و جانوران همزیستی در اکوسیستم‌های شهری) و ایجاد کارایی بیشتر در منابع و خدمات است.

از طرفی، کاربردهای هوش مصنوعی در شهرسازی، سرعت و دقیقت برنامه‌ریزی در راستای شناسایی الگوهای انجام پیش‌بینی ها و تصمیم‌گیری‌ها را افزایش می‌دهد. به عبارت دیگر، در بافت شهری، به ویژه شهرهایی که مترکم‌ترند، فناوری مبتنی بر استفاده از هوش

رویدادهای خاص مانند اعتراضات را امکان‌پذیر کند و این موضوع به دلیل جمعیت زیاد شهرها و احتمال گردهمایی مردم، یکی از مهم‌ترین کاربردهای هوش مصنوعی در شهرسازی محسوب می‌گردد.

شاید درست به این موضوع نیندیشیده باشیم، اما راه حل‌های هوش مصنوعی در زندگی روزمره و در اطراف ما حضور دارند. به عنوان مثال، در استفاده ما از موتورهای جستجو، رسانه‌های اجتماعی، سایتهاي تجارت الکترونیک، Google Map و موارد دیگر. این فناوری تقریباً در تمام جنبه‌های زندگی ریشه دواند و چنانچه این موضوع در سطوح مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و... پیش رود، به‌زودی فناوری هوش مصنوعی در شهرسازی به طور چشمگیری عملی می‌شود و همه با رویدادی تحت عنوان شهر هوشمند مواجه خواهند شد.

دستیابی به شهر هوشمند منوط به اجرایی شدن چند موضوع است که به عنوان رکن اساسی هوش مصنوعی در شهرسازی از آن نام می‌بریم. ارکان اصلی رسیدن به شهر هوشمند عبارت‌اند از:

۱- برنامه‌ریزی شهری مبتنی بر هوش مصنوعی

برنامه‌ریزی شهری مبتنی بر هوش مصنوعی، پاسخگویی به نیازهای در حال تغییر را افزایش می‌دهد. در واقع، برنامه‌ریزان شهری می‌بایست در شناسایی و پیش‌بینی تغییرات در الگوهای رفتاری کاربران تلاش کنند. آن‌ها باید ارزیابی کنند که چگونه می‌توان امکانات را برای رفع نیازهای آینده، تغییر کاربری داد و بدین طریق فناوری هوش مصنوعی را در شهرسازی برای رسیدن به یک شهر هوشمند به بهترین شکل اجرایی کرد.

استفاده از تجزیه و تحلیل داده‌ای به کمک هوش مصنوعی، این امکان را فراهم می‌کند، تا بینش‌های درستی در مورد الگوهای استفاده از فضاهای عمومی و امکانات رفاهی داشته باشیم. به عنوان مثال، کمبود زمین در سنگاپور باعث شده است که برنامه‌ریزی مبتنی بر داده‌ها برای بهینه‌سازی علاقانه زمین‌های محدود به نحو احسن انجام گیرد. در واقع، مدل‌های برای افزودن امکانات و زیرساخت‌ها، برآورده جمعیت زمان‌بندی شده برای افزودن امکانات و زیرساخت‌ها، برآورده جمعیت آینده شهرها، تحقیقات لازم در خصوص نیازهای قشرهای مختلف سنی، فرهنگی، شغلی و... برای زندگی کردن در شهری هوشمند به کار برد.

واقعیت این است که برنامه‌ریزان و متخصصان صنعت می‌بایست از فناوری هوش مصنوعی در شهرسازی به منظور تقویت یک اکوسیستم مبتنی بر داده و برنامه‌ریزی شده استفاده کنند، تا بتوانند ضمن نظارت بر عملکرد و کیفیت امور، نتایج موردنظرشان را در آینده کسب نمایند.

علاوه بر نشانه‌های آلدگی، اندازه‌گیری ذات سوخت فسیلی را می‌توان تعیین کرد و مقامات متنابه را به آتش‌سوزی جنگلی نزدیک، تغییر داد، قبل از اینکه اوضاع از کنترل خارج شود و بدین شکل هوش مصنوعی در شهرسازی رد پای خود را به جا می‌گذارد.

۳- خیابان‌های امن تر برای زنان: یکی از کاربردهای هوش مصنوعی این است که هوش مصنوعی از طریق اپلیکیشن‌هایی که اطلاعات خود را از کاربران دریافت می‌کنند، نشان می‌دهد که آیا مسیری ایمن برای زنان در نظر گرفته می‌شود یا خیر. اطلاعاتی که معمولاً جمع‌آوری و در دسترس قرار می‌گیرد مربوط به ساعت حضور در خیابان‌ها، حضور پلیس، وجود مؤسسات تجاری، وجود روشنایی عمومی یا آزار و اذیت است.

۴- مدیریت سیستم ترافیک: یکی دیگر از کاربردهای هوش مصنوعی در شهرسازی این است که سیستم‌های ترافیکی مبتنی بر هوش مصنوعی به شهرها قدرت بهبود نظرارت و تجزیه و تحلیل داده‌های مسیرهای حمل و نقل، کنترل چراغ راهنمایی و رديابی دوربین را رائه می‌دهند. سیستم‌های ویدئویی امکان شناسایی مدل‌های مختلف حمل و نقل، شناسایی تصادف و تمايز بین وسایل نقلیه و عابران پیاده را فراهم می‌کنند و این داده‌ها برای فعال کردن دستگاه‌های کنترل جریان ترافیک و تحلیل استراتژی‌های آینده استفاده می‌کنند.

۵- تشخیص نشت آب: یکی از کاربردهایی که هوش مصنوعی در شهرسازی ارائه می‌کند، تشخیص نشت آب است که یکی از راههای تشخیص آن، استفاده از حسگرهای صوتی است که فرکانس‌های جریان در لوله‌ها را ضبط می‌کنند. این داده‌ها را می‌توان از طریق برنامه‌ای خواند که ضبط را از طریق پایگاه داده ذخیره شده در فضای ابری، تجزیه و تحلیل می‌کند و قادر است صدای را از لوله‌هایی که جریان عادی دارند و لوله‌هایی که نشت احتمالی دارند، تمایز کند.

۶- بهینه‌سازی جمع‌آوری و بازیافت زباله: یکی از کاربردهای هوش مصنوعی این است که این فناوری قادر است در جهت جمع‌آوری و دسته‌بندی زباله‌ها، کاهش خطر آسیب به کارکنان و افزایش پتانسیل بازیافت شهرها عمل کند. دوربین‌هایی که هم در زباله‌دانی و هم در فرایند بازیافت استفاده می‌شوند، می‌توانند از طریق هوش مصنوعی، مواد مختلف را شناسایی کنند و آن‌ها را برای بازیافت جدا نمایند و بدین طریق این فناوری را در شهرسازی اجرایی کنند.

۷- نظارت تصویری: تشخیص چهره و الگوهای رفتاری، مرتبط با نهادهای دولتی مسئول اینمی شهر، به عنوان راهبردی برای کاهش خشونت استفاده شده است. این سیستم‌های نظارتی همچنین می‌توانند بر اساس شناسایی افرادی که اطلاعات آن‌ها از طریق سیستم‌های هوش مصنوعی رديابی می‌شود، شمارش تعداد افراد در

ظرفیت‌های زیرساخت دیجیتال خود را به طور جدی در نظر بگیرند و بدین طریق هوش مصنوعی را در شهرسازی به کار گیرند و شرایط زندگی در شهرهای هوشمند را فراهم نمایند.

در واقع، تسهیل تبادل دانش با صنعت، به متخصصانی مانند مهندسان، مهندسان و توسعه‌دهندگان این امکان را می‌دهد، تا از هوش مصنوعی برای ارزیابی آسان‌تر راه‌های بهبود طرح‌های خود بهره ببرند. در واقع، برنامه‌ریزان و متخصصان این امر باید اطلاعات مهم و ضروری خود را برای پیاده‌سازی هوش مصنوعی در شهرسازی و امکان زندگی بهتر در شهر هوشمند را در نظر بگیرند و آن‌ها را بهترین نحو اجرایی کنند. دانسته‌های همچون مبانی نظری هوش مصنوعی، کاربردهای هوش مصنوعی در طراحی شهری، تحقیقات و سیستم‌های اطلاعاتی مبتنی بر هوش مصنوعی و سیستم‌های طراحی مولد مبتنی بر هوش مصنوعی.

ثابت شده است که فناوری هوش مصنوعی راه حل‌های برنامه‌ریزی شهری بی‌سابقه‌ای را ارائه می‌دهد، توسعه‌ای که نتایج مهمی را در دل طراحی‌ها و برنامه‌ریزی شهری ایجاد می‌کند. راه حل‌های مبتنی بر فناوری هوش مصنوعی، خواه رانندگی مستقل، اتو‌ماسیون خانگی، روباتیک باشند، خواه چتبات‌ها یا ابزارهای پیشرفته تجزیه و تحلیل داده‌ها، فرسته‌های جدیدی را برای شهرهایی که اکثر جمعیت جهان در آن ساکن هستند، بازکرده است.

در حقیقت، شهر هوشمند به عنوان سیستمی قوی عمل می‌کند و فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و دولتی آن مبتنی بر شیوه‌های پایدار هوش مصنوعی است و به ما کمک خواهد کرد، با به کارگیری هوش مصنوعی در شهرسازی‌هایمان به روند پیشرفته زندگی و در نتیجه در اختیار داشتن آینده‌ای مطلوب، دست‌یابیم.

نتیجه‌گیری

این مقاله نقش هوش مصنوعی در شهرسازی و روند رو به رشد هوشمند شدن شهرها و تأثیر آن بر زندگی آینده را مورد بررسی قرارداد. این موضوع نشان می‌دهد که انتظارات انسان‌ها از فناوری هوش مصنوعی بالاست، به خصوص در زمینه شهرسازی و تغییراتی که باعث می‌شود هوش مصنوعی یک شهر هوشمند را به عنوان محل زندگی انسان‌ها در گیر خود کند؛ البته مزایای واقعی هوشمندی شهرها و تأثیرگذاری تغییرات آن‌ها، هنوز به طور کامل ارزیابی نشده‌اند و مقامات محلی و شهری باید در خصوص انقلاب تکنولوژی هوش مصنوعی، با برنامه‌ریزی درست و شناخت نیازهای مردم و فرهنگ‌سازی بهینه برای جلوگیری از کاستی‌ها و خطرات احتمالی، چالش‌های پیش رو را مرتفع نمایند.

منبع: هوشیو

۲- شناسایی نیازهای شهر وند

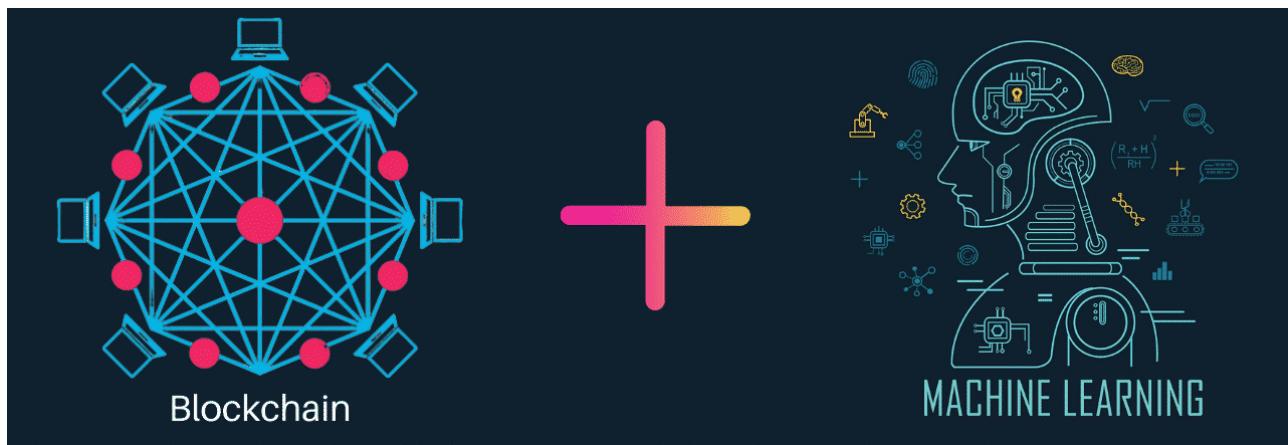
شاید مقدمه موفقیت در هوشمند کردن شهرها برآورده کردن نیازهای در حال توسعه شهر وندان و پیوند زدن شان با بهروز نگهداشت پیشرفت‌های تکنولوژیکی یا به طور خلاصه «ترکیب شناخت نیازهای شهر وندان با تخصص جهانی» باشد و این موضوع یکی از نکات مهمی است که تأثیر هوش مصنوعی را در روند شهرسازی موفق می‌دارد و افراد را برای زندگی در شهری هوشمند آماده می‌سازد. در واقع، شناخت نیازهای واقعی ساکنان شهرها و اینکه هوش مصنوعی چگونه می‌تواند برای بهبود شرایط زندگی در شهری هوشمند آمادگی ایجاد کند، موضوعی ضروری است و چنانچه نیازهای آن‌ها به درستی شناخته شوند و به منظور بهبود سیستم‌های شهری و سطح زندگی ساکنان آن، تکنولوژی و فناوری هوش مصنوعی جایگزین شیوه زندگی گذشته شود، ارتباط تنگاتنگی بین نیازهای انسان‌ها و هوش مصنوعی حس خواهد شد.

۳- فرهنگ‌سازی استفاده بهینه از امکانات هوشمند

درست آن است که فرهنگ‌سازی استفاده بهینه از امکانات هر چیزی می‌باشد پیش از رونمایی آن چیز ارائه شود. در خصوص استفاده بهینه از امکانات شهر هوشمند نیز باید فرهنگ‌سازی انجام گیرد. در حقیقت، اطلاع‌رسانی در خصوص آینده پر روتق هوش مصنوعی در شهرسازی و آگاهی عمومی درباره زندگی بهتر و آسان‌تر از طریق به کارگیری این فناوری و تأثیرات بالقوه پذیرش سیستماتیک آن در شهرها و جوامع، بیش عمومی را نسبت به زندگی در یک شهر هوشمند گسترش دهتر می‌کند و این موضوع همچون آموزشی آینده‌نگرانه خواهد بود که از طریق نسل حاضر به دست نسل‌های آینده خواهد رسید. چندان طول نمی‌کشد که بینش‌های ایجاد شده، سیاست‌گذاران، مدیران و برنامه‌ریزان شهری را در خصوص چگونگی اطمینان از جذب صحیح هوش مصنوعی در شهرها آگاه می‌کند و پرسش‌های حیاتی برخاسته از نیازهای، دستورالعمل‌هایی را برای پژوهش و توسعه آینده‌نگر به محققان ارائه می‌دهد.

۴- هوشمند کردن شهرها

شاید به جرئت بشود گفت چیزی که شهرها و دولتهای محلی در زمان همه‌گیری کووید-۱۹، بهتر از هر چیز دیگری یاد گرفته‌اند، واکنش نشان‌دادن آن‌ها به تغییرات محیطی به شیوه‌ای فعل و چابک است. البته ما همچنان امیدواریم که پس از گذر از بحران‌های کنونی، شهرها به این مسیر رشد ادامه دهند و مکانیسم‌های حاکمیتی و چارچوب‌های سیاستی خود را مدرن‌سازی کنند، تا از فناوری‌های نوظهور بهویژه هوش مصنوعی در روند زندگی خود بهره‌مند شوند، اما نکته اساسی اینجاست که دولتهای محلی نیز باید قابلیت‌ها و



کاربرد یادگیری ماشین در فناوری بلاکچین

باید اعتبار اولین تراکنش را تأیید کند. پس از آن، مجموعه جدید تراکنش‌ها باید به وسیله معماری غیرمت مرکز گره‌ها، بررسی شود. برای تأیید اعتبار تراکنش‌های بعدی، دیگر نیاز به هیچ تأیید‌کننده شخص ثالثی نیست.

سازوکار فناوری بلاکچین پیچیده است. بلاکچین از مجموعه‌ای از بلاک‌های مختلف بهم پیوسته تشکیل شده است که جریان داده در آن‌ها نگهداری می‌شود. در این زنجیره، هر بلاک، تابع هش بلاک قبلی را می‌گیرد و این مسئله به همین ترتیب ادامه دارد. با وجود پیچیدگی گفته شده، داده و تراکنش‌ها در بلاکچین قابل ردیابی هستند. بلاکچین‌های قدیمی تر قابل تغییر نیستند، اما هر تغییری در بلاک به معنای تغییر در تابع هش آن‌ها است. یک بلاکچین شامل ۳ جزء مهم است که در زیر فهرست شده است:

بلاک‌ها: همان‌طور که از نام آن پیداست، بلاکچین از تعداد زیادی بلاک تشکیل شده و هر بلاک دارای سه عنصر پایه است:

۱ - داده

۲ - تکبار (Nonce) که یک عدد کامل ۳۲ بیتی است. به صورت تصادفی با تولید یک بلاک، تولید می‌شود و باعث تولید تابع هش بلاک هدر (block header) می‌شود.

۳ - هش یک عدد ۲۵۶ بیتی بسیار کوچک است و به تکبار مرتبط است.

هر بلاکی که در زنجیره ایجاد می‌شود، تکبار، یک تابع هش رمزگاری تولید می‌کند که امضا شده است و به داده موجود در بلاک گره‌خورده. داده کاوی از بلاک باعث می‌شود که تکبار و هش با داده یکی شوند. ماینرها: ماینرها مسئول ایجاد بلاک‌های جدید زنجیره با استفاده

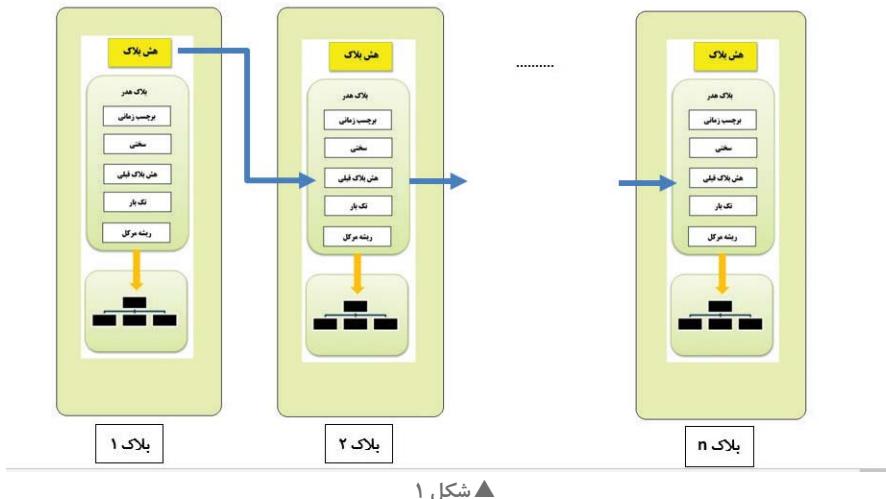
فناوری بلاکچین در سال‌های اخیر با استقبال زیادی رو به رو شده است. این فناوری به افراد امکان می‌دهد که مستقیماً و بدون واسطه، از طریق یک سیستم غیرمت مرکز و بسیار امن، با یکدیگر ارتباط داشته باشند. علاوه بر قابلیت‌های بلاکچین، یادگیری ماشین هم می‌تواند به رفع بسیاری از محدودیت‌های سیستم‌های مبتنی بر بلاکچین، کمک کند.

ترکیب دو فناوری یادگیری ماشین و بلاکچین می‌تواند نتایج مفید و بسیار کارآمدی به همراه داشته باشد. در این مقاله با فناوری بلاکچین آشنایی شویم و این موضوع را بررسی می‌کنیم که چگونه می‌توان قابلیت‌های یادگیری ماشین را با سیستم‌های مبتنی بر بلاکچین، ترکیب کرد. سپس برخی از کاربردها و موارد استفاده از این رویکرد ترکیبی را به بحث می‌گذاریم. مهم‌ترین مطالب این مقاله در ادامه فهرست شده‌اند:

- ۱- فناوری بلاکچین
 - ۲- یادگیری ماشین در نرم‌افزارهای مبتنی بر بلاکچین
 - ۳- کاربردهای یادگیری ماشین در بلاکچین
 - ۴- موارد استفاده از یادگیری ماشین در فناوری بلاکچین
- اکنون فناوری بلاکچین را تعریف می‌کنیم.

فناوری بلاکچین

ایده بنیادی فناوری بلاکچین، غیرمت مرکز کردن ذخیره داده است، به نحوی که در مالکیت یا مدیریت، کنشگر خاصی نباشد. این فناوری با یک دفتر تراکنش به روزرسانی می‌شود و تراکنشی که در آن ثبت می‌شود، قابل تغییر نیست. تأیید کننده شخص ثالث



▲ شکل ۱

بلاک چین‌ها باعث می‌شود که هر عملی در دفتر کل بررسی یا مشاهده شود. هر عضو زنجیره، شماره شناسایی منحصر به‌فردی دارد که نشان‌دهنده تراکنش‌های او در زنجیره است.

شکل ۱ قابلیت ریدابی و مقاومت بلاک چین، به همراه ساختار آن را نشان می‌دهد.

فناوری بلاک چین چندین کاربرد دارد که در زیر به بعضی از آن‌ها اشاره شده است:

- تجارت امن داده
- انتقال برون‌مرزی پول
- سیستم عامل لحظه‌ای اینترنت اشیا
- نظارت بر زنجیره تأمین و نظارت آماری
- تبادل رمزارزها
- امنیت هویت شخصی

یادگیری ماشین در نرم‌افزارهای مبتنی بر بلاک چین

الگوریتم‌های یادگیری ماشین، قابلیت‌های یادگیری شگفت‌انگیزی دارند. از این قابلیت‌ها می‌توان برای افزایش هوش زنجیره بلاک چین استفاده کرد. ترکیب یادگیری ماشین با بلاک چین می‌تواند امنیت دفتر کل پراکنده بلاک چین را ارتقا دهد. همچنین، می‌توان از نیروی محاسباتی یادگیری ماشین برای کاهش زمان موردنیاز پیداکردن تکبار طلایی و بهبود مسیرهای اشتراک داده استفاده کرد. علاوه بر این، می‌توان با استفاده از ویژگی معمازی غیرمتتمرکز داده در فناوری بلاک چین، مدل‌های یادگیری ماشین بسیار بهتری را ساخت.

مدل‌های یادگیری ماشین می‌توانند از داده‌های ذخیره‌شده در شبکه بلاک چین به‌منظور پیش‌بینی یا تحلیل داده استفاده کنند. در یک نرم‌افزار هوشمند مبتنی بر بلاک چین، داده از منابع

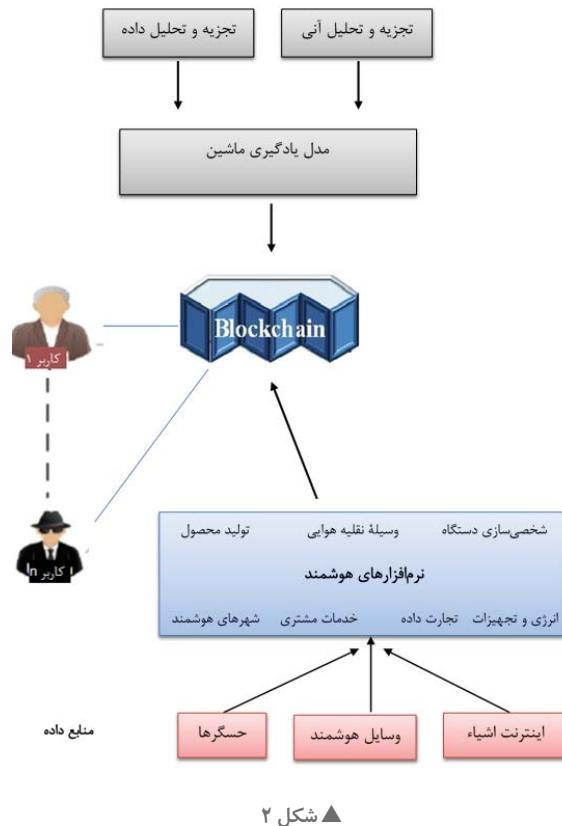
از فرایندی به نام استخراج هستند. همان‌طور که در بالا بیان شد، هر بلاک شامل تکبار و هش مخصوص به خود است و هش موجود در هر بلاک از بلاک قبلی گرفته شده و همین امر استخراج یک بلاک را به‌ویژه در زنجیره‌های بزرگ، دشوار می‌سازد.

ماینرهای برای حل مسئله ریاضی و پیچیده و پیداکردن تکباری که مسئول تولید یک هش قابل قبول است، به روش‌های خاصی نیاز دارند. از آنجایی که تکبار ۳۲ بیت و هش ۲۵۶ بیت است، تقریباً میلیارد‌ها ترکیب ممکن از تکبار و هش وجود دارد که برای پیداکردن ترکیب درست، باید استخراج شوند. گفته می‌شود که ماینرهایی که ترکیب درست را پیدا می‌کنند، به «تکبار طلایی» دست یافته‌اند، زیرا این عدد باعث می‌شود که یک بلاک به زنجیره اضافه شود.

از آنجایی که پیداکردن تکبار طلایی نیازمند مقدار زیادی زمان و نیروی محاسباتی است، ایجاد تغییر در بلاک‌ها کار دشواری است و همین امر فناوری بلاک چین را در مقابل تغییرات، مقاوم ساخته است.

گره‌ها: همان‌طور که گفته شد، یکی از مهم‌ترین مفاهیم در بلاک چین، غیرمت مرکز کردن داده‌ها در بلاک‌های مختلف است. به‌این ترتیب، یک بلاک نمی‌تواند تمام اطلاعات را در اختیار داشته باشد. به دلیل همین ویژگی، افراد یا سازمان‌های مختلف می‌توانند مالک یک زنجیره باشند. گره‌ها را می‌توان وسیله‌ای در نظر گرفت که یک نسخه از بلاک چین را نگه می‌دارد و باعث می‌شود زنجیره یا شبکه در جهت موردنیاز عمل کند.

هر گره دارای یک کپی از بلاک چین است و کل شبکه به‌گونه‌ای تنظیم شده است، تا بلاک‌های تازه استخراج شده را به عنوان بلاک به‌روز، قابل اعتماد و بررسی شده برای زنجیره تأیید کند. شفافیت



رضایت مشتری، نیاز اولیه و اساسی هر سازمانی است. با استفاده از مدل یادگیری ماشین یا نوعی چارچوب یادگیری ماشین خودکار در نرمافزار مبتنی بر بلاکچین، می‌توان سرویس خدمت‌رسانی به مشتری را کارآمدتر و خودکارتر ساخت.

تجارت داده: شرکت‌هایی که از بلاکچین برای تجارت داده در سراسر جهان استفاده می‌کنند، می‌توانند با به خدمت گرفتن مدل‌های یادگیری ماشین در بلاکچین، سرعت خدمات خود را افزایش دهند. در این روش، وظیفه مدل‌های یادگیری ماشین، مدیریت مسیرهای تجارت داده است. به علاوه می‌توان از آن‌ها برای اعتبارسنجی و رمزگذاری داده‌ها نیز استفاده کرد.

تولید محصول: در حال حاضر، بیشتر واحدهای بزرگ تولیدی یا سازمان‌ها به منظور افزایش تولید، امنیت، شفافیت و پیروی از مقررات، شروع به استفاده از رویه‌های مبتنی بر بلاکچین کرده‌اند. ترکیب الگوریتم‌های یادگیری ماشین با بلاکچین می‌تواند در طراحی برنامه‌های منعطف‌تر برای نگهداری تجهیزات، خودکارسازی کنترل کیفیت و آزمایش محصول مفید باشد.

شهرهای هوشمند: امروزه شهرهای هوشمند باعث ارتقای استانداردهای زندگی مردم شده‌اند. در این شهرها، یادگیری ماشین و فناوری‌های بلاکچین نقش حیاتی در هوشمندسازی شهر دارند؛ به عنوان مثال، خانه‌های هوشمند را می‌توان با الگوریتم‌های یادگیری ماشین تحت نظر داشت و همچنین روند شخصی‌سازی دستگاه‌ها

گوناگونی مانند حسگرهای ابرارهای هوشمند و ابزارهای اینترنت اشیا جمع‌آوری می‌شود. در بلاکچین که بخش جدایی‌ناپذیر این نرمافزار است، مدل یادگیری ماشین به منظور تجزیه و تحلیل فوری داده یا انجام پیش‌بینی بر داده‌ها اعمال می‌شود. ذخیره داده در شبکه بلاکچین به کاهش خطاهای مدل‌های یادگیری ماشین کمک می‌کند، زیرا داده‌های موجود در شبکه، قادر ارزش‌های گمشده، تکراری یا نویز هستند و این ویژگی‌ها، برای عملکرد دقیق مدل یادگیری ماشین ضروری هستند. شکل ۲، تصویری از معماری یادگیری ماشین به کاررفته در یک نرمافزار مبتنی بر بلاکچین را نشان می‌دهد.

فواید کاربرد یادگیری ماشین در نرمافزارهای مبتنی بر بلاکچین

استفاده از مدل‌های یادگیری ماشین در فناوری بلاکچین، می‌تواند فواید زیادی داشته باشد که برخی از آن‌ها در زیر فهرست شده‌اند:

- احراز هویت کاربر مجازی که می‌خواهد تغییراتی در بلاکچین ایجاد کند، آسان می‌شود.
- با استفاده از یادگیری ماشین، می‌توان کاری کرد که فناوری بلاکچین، امنیت و اطمینان بالایی فراهم کند.
- مدل‌های یادگیری ماشین می‌توانند به تضمین ثبات شرایط و ضوابطی که مورد توافق قرار گرفته بودند، کمک کنند.
- می‌توان مدل یادگیری ماشین را مطابق محیط زنگیره فناوری بلاکچین، به روزرسانی کرد.
- مدل‌ها می‌توانند به استخراج داده خوب از سمت کاربر، کمک کنند. این داده‌ها می‌توانند پیوسته محاسبه شوند و بر اساس آن‌ها به کاربر پاداش داده شود.
- با استفاده از قابلیت ردیابی فناوری بلاکچین می‌توان سخت‌افزار ماشین‌های مختلف را نیز ارزیابی کرد؛ به این ترتیب، مدل‌های یادگیری ماشین از مسیر یادگیری مخصوص به خود در محیط، منحرف نمی‌شوند.
- می‌توان در محیط بلاکچین، یک فرایند پرداخت آنی قابل اعتماد را پیاده‌سازی کرد.

کاربردهای سیستم‌های ترکیبی یادگیری ماشین و بلاکچین

بعضی از کاربردهای فراوان سیستم‌های ترکیبی یادگیری ماشین و بلاکچین در ادامه توضیح داده شده‌اند:

خدمات رسانی پیشرفته به مشتری: همان‌طور که می‌دانیم،

شرکت‌هایی است که از فناوری ترکیبی یادگیری ماشین و بلاک چین جهت ارتقای قابلیت‌ها و امنیت خودرو، استفاده کرد. این شرکت از فناوری بلاک چین برای تجارت امن‌تر داده استفاده می‌کند و با آسان کردن پارک خودرو، شارژ آن و دسترسی شخص ثالث به خودرو، موجب آرامش خاطر مشتریان خود می‌شود.

- یک شرکت مستقر در نیویورک نیز از نوآوری‌های مبتنی بر بلاک چین جهت تولید و تجارت انرژی در شهرک‌های محلی، استفاده می‌کند. این فناوری از مترهای هوشمند ریز شبکه که بر اساس مدل‌های یادگیری ماشین کار می‌کند و همچنین از قرارهای هوشمند مبتنی بر بلاک چین استفاده می‌کند تا تبادل انرژی را رديابی و مدیریت کند.

- بعضی دیگر از شرکت‌های مرتبط با صنایع غذایی مانند Nestlé و Unilever از بلاک چین و یادگیری ماشین برای مقابله با اتفاقات ناگوار تغذیه‌ای مانند هدررفت و آلودگی غذا استفاده می‌کنند، تا کارآمدی زنجیره تأمین خود را حفظ کنند.

سخن پایانی

در این مقاله فناوری بلاک چین، اجزا و کاربردهای آن را مرور کردیم. پس از آن، فرصت ترکیب فناوری بلاک چین با یادگیری ماشین را بررسی کردیم. این ترکیب، دارای مزايا و کاربردهای زیادی است که می‌توان از آن برای جبران نواقص هر کدام از این دو فناوری استفاده کرد. ترکیب این دو، کاربردها و موارد استفاده فراوانی دارد که در این مقاله به آن‌ها اشاره شد.

منبع: هوشیو

که مبتنی بر بلاک چین است، می‌تواند کیفیت زندگی را بهبود ببخشد.

سیستم نظارتی: با توجه به نرخ رو به افزایش جرائم، امنیت، مسئله مهمی برای افراد است. یادگیری ماشین و فناوری بلاک چین را می‌توان با اهداف نظارتی به کار برد؛ در سیستم‌های نظارتی، از بلاک چین و یادگیری ماشین به ترتیب برای مدیریت داده‌های پیوسته و تحلیل داده‌ها استفاده می‌کنند.

موارد استفاده از یادگیری ماشین به همراه فناوری بلاک چین

امروزه شرکت‌های مختلف بزرگ و کوچکی وجود دارند که یادگیری ماشین و بلاک چین را یا به صورت آمیخته با یکدیگر یا آمیخته با سیستمی دیگر که برای ارائه یک خروجی واحد کار می‌کند، پیاده‌سازی می‌کنند. تعدادی از موارد استفاده از یادگیری ماشین و فناوری بلاک چین در زیر فهرست شده است:

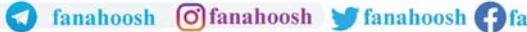
- شرکت IBM با همکاری Twiga Foods یک راهبرد تأمین مالی خرد را برای فروشنده‌گان مواد غذایی ایجاد کرده و در آن، برخی از روش‌های یادگیری ماشین را با موفقیت پیاده کرده است؛ به این صورت که داده‌های تلفن‌های همراه با استفاده از بلاک چین خریداری می‌شوند و با روش‌های یادگیری ماشین پردازش می‌شوند، تا امتیازات اعتباری مشتریان مختلف را تعیین و اعتبار مالی کاربران مختلف را پیش‌بینی کنند. این گونه وام‌دهندگان می‌توانند با استفاده از فناوری بلاک چین، وام‌دهی و بازپرداخت را آسان کنند.

- شرکت خودروسازی مشهور پورشه، یکی از اولین



INDUSTRY 4.0

مارادرشکه‌های اجتماعی دنیا! کنید



فناوری

صنعت ۴.۰

fanahoosh.ir

رسانه تخصصی انقلاب صنعتی چهارم
با رویکرد کاربرد در صنعت، معدن و کسبوکارها

www.fanahoosh.ir

بازاریابی
کارگاه‌های آموزشی
بصورت آنلاین و مجازی

تماس:
۰۱۰۵۷۴۱۹۵۵۰
۰۹۳۷۲۹۹۵۵۰
همراه: ۰۹۰۵۷۴۱۹۵۵۰

انی

Digital Marketing
Search Engine Optimization (SEO) Marketing
Social Media Marketing Platforms
Influencer Marketing
Email Marketing
Content Marketing
Pay-per-click (PPC)
Affiliate Marketing



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



سبز رسانه

SabzRasaneh.ir

پایگاه خبری تخصصی محیط زیست



تلفن: ۰۹۰۳۴۵۶۲۶۳۱ - ۰۹۲۲۶۴۰۰۹۶۱۲ شماره مستقیم دبیرخانه: ۶۶۵۲۱۲۸۳

ما را در شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید

