



ایلان ماسک بالاخره
به وعده خود عمل کرد

**مدیرعامل
جدید توپتر
کیست؟**

INOTEX

THE 12th INTERNATIONAL INNOVATION AND TECHNOLOGY EXHIBITION 2023

دوازدهمین نمایشگاه بین‌المللی نوآوری و فناوری

**فرصت‌های اندک
اما امیدوارکننده
آینده**

اینوتکس ۲۰۲۳ میزبان
پنل‌ها و سخنرانی‌هایی با
حضور فعالان اکوسیستم
نوآوری بود

**تأمین مالی جمعی
انتخابی مناسب
برای دانش‌بنیان‌ها**

در بررسی ظرفیت‌ها و
فرصت‌های تأمین مالی
نوآوری از بازار سرمایه
عنوان شد

همزمانی برگزاری اولین دوره رویداد **فینوتکس** با:

اینوتکس دوازدهم

تکس: نسیم اعتمادی

وقت تغییر فرارسیده!

گفت‌وگو با رضا باقری
رئیس هیئت مدیره اسمارت‌آپ

اولین دوره تحلیل تکنیکال با گواهینامه رسمی

دانشگاه تهران با حمایت والکس برگزار می‌کند



طرح‌های اینترنت هر روز به یک اسم درمی‌آیند مشکل اسم نیست؛ رسم است

از اینکه توسعه اقتصاد دیجیتال به اینترنت پرسرعت و بدون گیر و گور نیاز دارد، چه چیزی است؟ اینکه داشتن زیرساخت‌های قوی ارتباطی قدم اول در پیشرفت در فناوری‌هایی چون هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، بلاکچین و... است، چگونه درک نمی‌شود؟

به نظر نمی‌رسد مسئولان متوجه صحبت‌های کسب‌وکارها نباشند یا از نیازهای اولیه اطلاعی در دست نداشته باشند، ولی آنچه در کشور مشاهده می‌شود این است که عزمی برای تغییر در این راستا وجود ندارد. حالا هرچقدر دوست دارید از نیروهای جوان و مستعد یا کسب‌وکارهای پربازدهی بگویید که باز سفر بسته‌اند و در کشورهای همسایه مستقر شده‌اند.

حاصل اینترنت ویژه هم پیش و بیش از هر چیز، احتمالاً گلاویز شدن کسب‌وکارها و صنوف با هم باشد. همان طور که اینترنت طبقاتی، نیامده آنها را به جان یکدیگر انداخت. دیر و دور نیست که چند نفر علم مخالفت با اینترنت ویژه را بلند کنند و برخی نیز با استقبال از این طرح به مقابله با دسته دوم برآیند. آنها که سکوت می‌کنند نیز بی‌نصیب نمی‌مانند و اگر سمت اینترنت ویژه برونند، از افشاگری‌های هر دو گروه بهره لازم را خواهند برد. خلاصه اینکه اینترنت پرسرعت و بدون فیلتری که در بسیاری کشورهای دنیا به یک امر مسلم تبدیل شده و قرار بود قاتق نان ما هم بشود، هنوز برای کسب‌وکارهای ما در حد آرزویی دور و محال باقی مانده است.

وقتی صحبت از دسترسی به اینترنت پرسرعت بدون فیلتر می‌شود، انگار رگولاتور و کسب‌وکارها متوجه صحبت‌های یکدیگر نمی‌شوند. نگاهی به حرف‌های بخش خصوصی و صحبت‌های مسئولان بکنید، خودتان متوجه می‌شوید. صنوف می‌گویند دسترسی به چنین اینترنتی در زمره حقوق شهروندی است؛ کسب‌وکارها می‌گویند اینترنت طبقاتی به کار ما نمی‌آید، زیرا مسئله فقط ما نیستیم، بلکه کاربران هم باید دسترسی ساده و سهل به اینترنت داشته باشند تا از امکانات و خدمات و محصولات مان استفاده کنند.

از آن طرف ولی مسئولان برای به‌دست آوردن دل کسب‌وکارهایی که دیگر رمقی برایشان نمانده، یک روز از اینترنت طبقاتی صحبت می‌کنند و روزی دیگر می‌گویند ما اصلاً نمی‌خواهیم در مکان‌هایی اینترنت ویژه در اختیار کسب‌وکارهای نوآور و دانش‌بنیان قرار دهیم و اگر کسی از اینترنتش ناراضی است، برود پارک علم و فناوری یا منطقه ویژه... آنجا اینترنت پرسرعت با زیرساخت قوی دریافت کند.

حالا جدای از اینکه این اینترنت ویژه (بخوانید طبقاتی) را کی داده و کی گرفته، مسئله این است که بار کسب‌وکارها با این طرح‌ها بار نمی‌شود. اظهر من الشمس تر



المیرا حسینی



elmirahosseini@gmail.com



دانشگاه تهران با حمایت والکس برگزار می‌کند اولین دوره تحلیل تکنیکال با گواهینامه رسمی

در هر زمان به دلخواه در وبینارهای هفتگی شرکت کنند و از کمک استاد برخوردار شوند. در پایان این دوره دانشجویان گواهینامه رسمی و کتبی از دانشگاه تهران دریافت می‌کنند. دانشجویان این دوره علاوه بر گواهینامه از دو امتیاز اختصاصی صرافی والکس نیز برخوردار می‌شوند. والکس به هر یک از دانشجویان ۵۰ هزار شیبیا هدیه می‌دهد و علاوه بر این هر فصل سه نفر از دانشجویان برگزیده از فرصت کار آموزشی و استخدام در تیم تحلیل و ترید این صرافی نیز برخوردار می‌شوند. پشتیبان رسانه‌ای این دوره کارخانه نوآوری رسانه‌ای راهکار و گروه رسانه‌ای راه پرداخت هستند و تمام علاقه‌مندان می‌توانند با کد تخفیف rahkar از پانصد هزار تومان تخفیف برخوردار شوند. اطلاعات بیشتر در مورد این دوره در وب‌سایت کارزینا قابل دسترسی است.

دانشگاه تهران با حمایت صرافی والکس یک دوره تحلیل تکنیکال تدارک دیده که در پلتفرم توسعه منابع انسانی کارزینا برگزار می‌شود. این دوره شامل ۵۰ درس ضبط‌شده و وبینارهای زنده هفتگی است. تحلیل تکنیکال مجموعه‌ای از مهارت‌ها و روش‌ها برای پیش‌بینی بازارهای مالی با توجه به داده‌های گذشته است. گذراندن این دوره برای تمام کسانی که به سرمایه‌گذاری و ترید در بازارهایی نظیر رمزارزها، فارکس یا بورس علاقه‌مند هستند و همچنین افرادی که مایل‌اند آینده شغلی خود را به عنوان تحلیلگر بازارهای مالی بسازند، مفید است. دانشجویان در استفاده از مباحث دوره کاملاً آزادی عمل دارند و می‌توانند برنامه زمانی خود را داشته باشند. طی کردن مباحث دوره به طور معمول چند روز بیشتر طول نمی‌کشد؛ با این حال دانشجویان به مدت یک سال به منابع دوره دسترسی دارند و می‌توانند



شماره ۹۵
۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۲
سال سوم

خاموشی قیمت پلتفرم‌های آنگی آنلاین، مسکن مسکن می‌شود؟

تکرار یک تجربه تلخ

در حوزه آنگی آنلاین اعلام کرد حذف قیمت از روی دیوار موجب افزایش ۳۵ درصدی قیمت خودرو شده و در نهایت پس از یک دوره یک‌ساله و با مشخص شدن نتیجه ندادن این تصمیم، قیمت‌ها روی پلتفرم‌ها بازگشت. در روزهای گذشته جلسه‌ای با حضور اعضای وزارت صمت و وزارت مسکن با پلتفرم‌های آنگی آنلاین برگزار و شرایط بازار بررسی شد. رویین صمدزاده، مشاور مدیرعامل شیپور به «کارنگ» درباره این جلسه می‌گوید آنها قبول داشتند که حذف قیمت‌ها که پیش از این در بازار خودرو تجربه شده بود، تجربه خوبی نبود و حالا سؤال این بود که پلتفرم‌های آنگی آنلاین چطور می‌توانند به دولت کمک کنند. او می‌گوید اگر پلتفرم‌ها به قیمت‌های واقعی دسترسی داشته باشند، می‌توانند قیمت‌های بالا را برای مخاطب روشن کنند. او در این مورد به کارنگ می‌گوید: «در این جلسه اعلام کردیم که باید راهکاری برای کنترل بازار روی پلتفرم‌ها اندیشیده شود تا جلوی دلالی یا سوگیری بازار در دوره‌های افزایش قیمت گرفته شود. یکی از پیشنهادها مطرح شده در این جلسه امکان احراز هویت آنگی دهنده ملک و احراز اصالت ملک بود.»

در چند سال اخیر، با فرارسیدن تابستان که فصل جابه‌جایی مستأجران است، نگاه‌ها به سمت افزایش سرسام‌آور قیمت فروش و اجاره خانه می‌رود. نتایج یک پژوهش اینترنتی نشان می‌دهد در تهران، نسبت دستمزد به قیمت خانه در بدترین وضعیت بین پایتخت‌های کشورهای جهان قرار دارد. امسال دولت تصمیم گرفته برای حل این معضل در کنار همه راه‌حل‌هایی که تاکنون جواب نداده، حذف قیمت مسکن از روی پلتفرم‌های آنگی آنلاین را نیز امتحان کند؛ راهکاری که به باور کسب‌وکارهای فعال در زمینه آنگی آنلاین همان یک مقدار شفافیت در این بازار را نیز از بین می‌برد. این اولین بار نیست که دولت برای حل یک معضل انگشت اتهام خود را به سوی پلتفرم‌های آنلاین نشانه می‌گیرد. پیش از این، در روزهای ابتدایی اردیبهشت ۱۳۹۸ با جهش قیمت خودرو، پلتفرم‌های معاملاتی قیمت خودرو به دستور دادستانی مجبور به حذف قیمت‌ها از روی پلتفرم خود و استفاده از عبارت «توافقی» شدند. چندی بعد مدیرعامل دیوار، یکی از پلتفرم‌های فعال

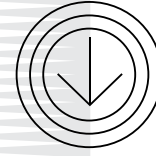
KARANG

شماره ۹۵ | ۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۲ | سال سوم | کارنگ: هفته‌نامه اقتصاد نوآوری ایران

مدیر هنری: روح‌اله گیتی‌نژاد
مدیر فنی: علیرضا کیوان
صفحه‌آرا: حمید ابراهیمی
عکس: حامد کریم‌زاده، پریا امیرحاجلو
نسیم اعتمادی، مریم سعیدپور
سایت: راضیه مینایی
شبکه‌های اجتماعی: محمد قربانی
چاپ: هنر اشکان
نشانی: تهران، جنت‌آباد جنوبی، خیابان لاله غربی، خیابان حدیث، کوچه حدیث دوم، پلاک ۸
وب‌سایت: karangweekly.ir

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مینا والی
سردبیر: رضا جمیلی

دبیر تحریریه: المیرا حسینی
تحریریه: مهران امیری، عبدالله مقدمی
نگار قانونی، عباس عین‌علی
ترانه احمد دوست، منیره شاه‌حسینی
زهره دودانگه
ویراستار: یلدا شایسته‌فر



امیر نورالدینی درباره رویداد استیج در اینوتکس عنوان کرد:

استیج؛ فرصت خوبی برای انتقال تجربیات

استیج دارد راهش را درست می‌رود.»

حضور مدیران شرکت‌های بزرگ در استیج

این فعال حوزه اکوسیستم نوآوری ادامه می‌دهد: «ما استیج را جایی قرار دادیم که در آن انتقال و انتشار تجربه و اندیشه، درون اکوسیستم استارت‌آپی و کارآفرینی ایران اتفاق بیفتد. خصوصاً در حال حاضر که شرایط به دلایل مختلف سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، رگولاتوری سخت شده، کسانی که کمتر رشد کردند یا در اوایل راه هستند و حتی می‌خواهند کاری را شروع کنند، به دنبال این هستند که ببینند موفق ترها در این حوزه چه کار می‌کنند؟ استیج فرصت خوبی بود که مدیران بزرگ‌ترین شرکت‌های ما در آن حاضر شدند و به ارائه تجربیات‌شان پرداختند. به‌ویژه در روز آخر که ما مدیران علی‌بابا، دیجی کالا و یکتانت را در جمع خود داشتیم و این افراد درباره استراتژی‌هایشان در این شرایط سخت صحبت کردند.»

جذاب‌ترین پنل استیج

امیر نورالدینی از میان پنل‌های برگزارشده در استیج امسال به پنلی درباره نسل «زد و آلفا» اشاره می‌کند که برای خود او جزو جذاب‌ترین برنامه‌ها بوده است. به گفته او، در این پنل دو صندوقی به جمع مهمانان اضافه شد تا دو نفر از مخاطبان برنامه که از نسل زد بودند به روی استیج آمده و در بحث شرکت کنند. این اتفاق باعث داغ شدن بحث میان مهمانان و بیان نکاتی جذاب و تازه درباره این موضوع شد.

او در پایان می‌گوید: «به‌زودی محتوای همه پنل‌هایی که در استیج برگزار شده در کانال آپارات اینوتکس منتشر خواهد شد و افرادی که موفق به حضور در این برنامه نشدند، می‌توانند از این طریق به آن دسترسی داشته باشند.»

شاید بتوان یکی از تأثیرگذارترین جنبه‌های نمایشگاهی مانند اینوتکس را رویدادهایی دانست که در آنها متخصصان و باتجربه‌های اکوسیستم نوآوری به صورت حضوری داشته‌های خود را با یکدیگر و همچنین علاقه‌مندان این حوزه به اشتراک می‌گذارند. استیج یکی از این رویدادها بود که امسال نیز با مطرح کردن موضوعات روز، توانسته بود بستری برای گفت‌وگو فراهم کند.

امیر نورالدینی، اجتماع‌ساز و توسعه‌دهنده کسب‌وکار که از دست‌اندرکاران برگزارگری بخش استیج نمایشگاه اینوتکس ۲۰۲۳ بود، درباره انتخاب موضوعاتی که در این برنامه به آنها پرداخته شد، می‌گوید: «انتخاب عنوان نشست‌های استیج حاصل گفت‌وگو با بخش زیادی از فعالان حوزه اکوسیستم بود. همچنین ما برای هر روز از برنامه‌های استیج یک نام انتخاب کردیم. برای مثال نام روز اول را «استارت‌آپ‌ها و ایران امروز» گذاشتیم، چراکه لازم بود وضعیت کنونی استارت‌آپ‌ها با توجه به اینکه در یکی دو سال اخیر اوضاع عجیبی را پشت سر گذاشته بودند، مرور شود. روز دوم را به بررسی فناوری‌های نوظهور اختصاص دادیم و اینکه قرار است این فناوری‌ها چه تغییراتی را در کار و زندگی ما ایجاد کنند. روز سوم هم به موضوع کلی «استارت‌آپ‌ها و ایران آینده» پرداختیم. در این وضعیتی که خیلی‌ها احساس ناامیدی می‌کنند و همه ما با مشکلاتی مواجه هستیم که تا پیش از این تجربه‌اش را نداشتیم، لازم بود به این موضوع نگاه شود. به اینکه آینده به چه شکل خواهد بود یا به چه شکل می‌توانیم آن را رقم بزنیم.»

او با اشاره به بازخوردهایی خوبی که برنامه‌های استیج از سوی مخاطبان خود داشته می‌گوید: «برخی می‌گفتند استیج، پویاترین و جذاب‌ترین بخش نمایشگاه اینوتکس بوده است. با توجه به بازخوردهایی که از مخاطبان در طول این سال‌ها گرفتیم، فکر می‌کنم که



۹۸ درصد سرمایه‌گذاری‌ها روی اکوسیستم تهران است

مدیرعامل رایجت از کند بودن سرعت بازیابی اکوسیستم در شهرستان‌ها می‌گوید

شهرهای دور از پایتخت دشوارتر بود و کسب‌وکارهای شهرستانی همواره از این مسئله گله داشتند، چه رسد به زمانی که کسب‌وکارهای پایتخت‌نشین هم با مشکلات عدیده مواجه شده‌اند.

در این خصوص، قادر صادقی، مدیرعامل رایجت درباره شرایط استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای نوآور در شهرستان‌ها می‌گوید: «مسائلی که در سال گذشته در کشور رخ داد و قطعی و محدودیت‌های اینترنت، فضای اکوسیستم کل کشور را تحت تأثیر قرار داد، اما شرایط برای شهرستان‌ها به مراتب سخت‌تر از تهران است. سرعت بازیابی و بهبود وضعیت در شهرستان‌ها

در مقایسه با تهران کندتر است. در شهرستان‌ها اکوسیستم همچنان در کما به سر می‌برد؛ به این دلیل که جامعه استارت‌آپی در شهرستان‌ها کوچک‌تر است و به طور کلی تمرکز اکوسیستم نوآور بیشتر روی پایتخت بوده است. هرچه اکوسیستم بزرگ‌تر و پخته‌تر باشد، از این دست اتفاقات راحت‌تر می‌تواند عبور کند و زنده بماند.»

تلاش‌ها برای زنده ماندن است، نه رشد

به گفته قادر صادقی با توجه به شرایط به وجود آمده، کسب‌وکارهایی که تا پیش از این به دنبال رشد خود بودند، در حال حاضر فقط تلاش می‌کنند زنده بمانند و

در ماه‌های اخیر کسب‌وکارها با مشکلات متعددی مواجه شدند. از یک طرف فیلترینگ گسترده، از اینستاگرام تا گوگل پلی دامن آنها را گرفت و از سویی

دیگر جیب خالی و تورم افسارگسیخته فرصت‌ها را از یاد آنها ستاند. این شد که بسیاری از کسب‌وکارها به وضعیت آچمز رسیدند. در همان اوایل اعتراضات و افت شدید فروش خدمات و محصولات، بسیاری از کسب‌وکارهایی که نوپا بودند تصمیم گرفتند کسب‌وکار خود را تعطیل کنند و حتی قدیمی‌ترها و استخوان خرد کرده‌ها هم رو به تعدیل نیرو آوردند تا شاید از این طریق بتوانند از هزینه‌های خود بکاهند.

کار به جایی رسید که برخی کسب‌وکارها که وضعیت مالی بهتری داشتند، به کمک سایر کسب‌وکارها آمدند تا هر آنچه از دست‌شان برمی‌آید برای کمک به اکوسیستم انجام دهند و اجازه ندهند که شاهد فروپاشی کسب‌وکارهای بیشتری باشیم. با وجود تمام این همراهی‌ها و کمک‌های مادی و معنوی، این روزها خبرهایی که از فعالان اکوسیستم در تهران به گوش می‌رسد، چندان جالب و امیدوارکننده نیست. این در حالی است که کسب‌وکارهای نوآور در شهرهای دیگر کشور از سخت‌تر بودن شرایط‌شان نسبت به پایتخت و تلاش‌های مضاعفی که برای زنده نگه‌داشتن خود دارند، می‌گویند. در شرایط عادی هم همه‌چیز در



شماره ۹۵
۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۲
سال سوم



نگاهی گذرا به شکل‌گیری صنعتی نوین در ایران

صنعت پرداخت نوظهور اما حیاتی

اگر چه مدت زیادی از عمر صنعت پرداخت به شیوه‌های نوین در ایران نمی‌گذرد، اما رشد این حوزه با چنان سرعتی اتفاق افتاده که امروزه در کشور ما هم مانند دیگر نقاط توسعه‌یافته جهان، زندگی بدون این صنعت، اگر نگوئیم غیرممکن، حداقل بسیار دشوار خواهد بود. هر چند ورود اولین خودپرداز به کشور توسط بانک بیمه بازرگانان به قبل از انقلاب (چهار سال پس از اختراع اولین دستگاه ATM در دنیا) برمی‌گردد، اما شروع رشد جدی صنعت پرداخت از اوایل دهه ۸۰ خورشیدی شروع شد. توسعه این صنعت به گونه‌ای ادامه یافت که در ابتدای دهه ۹۰ بر اساس نیاز، بانک مرکزی، شرکت شاپرک را به عنوان بازاری اجرایی خود با هدف نظارت بر PSPها و نظام پرداخت الکترونیک راه‌اندازی کرد تا فضا را سر و سامان دهد و به تدوین قواعد و مقررات برای ایجاد یک بازار کسب و کار رقابتی در این حوزه بپردازد. شرکت‌های فعال در حوزه صنعت پرداخت در واقع واسطه میان بانک‌ها و مردم برای انجام امور مالی هستند و می‌توان آنها را ترکیبی از نهادهای مختلف دانست که در طول فرایند تراکنش پرداخت با یکدیگر تعامل دارند. اپلیکیشن‌های پرداخت، درگاه‌های پرداخت اینترنتی، دستگاه‌های کارت‌خوان و پرداخت با همراه (USSD)، مهم‌ترین حوزه‌های صنعت پرداخت هستند.



شماره ۹۵
۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۲
سال سوم



سقوط ۱۱ پله‌ای

نگاهی به شرکت آسان پرداخت «آپ»؛ رتبه ۱۰ شرکت‌های برتر ایران

سازمان مدیریت صنعتی، در بهمن ماه ۱۴۰۱ برای بیست و پنجمین سال متوالی در رویداد IMI ۵۰۰ فهرستی از ۵۰۰ شرکت برتر ایرانی را بر اساس شاخص‌هایی مانند اندازه و رشد، سود آوری و عملکرد، بهره‌وری و... رتبه‌بندی کرد. بنا داریم در هفته‌نامه کارنگ به بررسی ۱۰۰ شرکت برتر دوم این رویداد بپردازیم.

شرکت آسان پرداخت پرشین که با نماد تجاری آپ شناخته می‌شود، در بیست و پنجمین رویداد IMI ۱۰۰، با فروش ۶۵۳۱۰ میلیارد ریال (بر اساس سال مالی ۱۴۰۰)، از نظر میزان فروش / درآمد (میلیارد ریال)، رتبه ۱۰۱ شرکت‌های برتر ایران را به دست آورده است.

این شرکت که در سال ۱۳۸۸ به عنوان شرکت ارائه‌دهنده خدمات پرداخت (PSP) تأسیس شده و در حوزه طراحی و توسعه سیستم یکپارچه پرداخت با استفاده از ابزارهای نوین فعالیت می‌کند، در رتبه‌بندی سال ۱۴۰۱ توانست در گروه «رایانه‌ای و فعالیت‌های وابسته» رتبه یک را کسب کرده و بالاتر از شرکت‌های «پرداخت الکترونیک شاپرک» و «بهسازان فردا» بنشیند. آپ پیش از این در سال ۱۳۹۹ هم با فروش ۶۲۱۳۷ (میلیارد ریال) به رتبه نخست این گروه دست یافته بود. این شرکت همچنین توانست برای ششمین سال متوالی از نظر شاخص فروش در گروه رایانه و فعالیت‌های وابسته رتبه اول را به دست آورد. این بازیگر حوزه پرداخت الکترونیک، در فهرست گروه‌های صنعتی از نظر شاخص میزان فروش نیز در رده ۱۰ قرار گرفت.

البته بعید است مجموعه آسان پرداخت از رتبه ۱۰۱ خود شادمان باشد، چراکه نسبت به سال‌های گذشته جایگاهش با افت همراه بوده است. آپ با ۱۱ پله سقوط در میان شرکت‌های حوزه پرداخت بیشترین میزان کاهش رتبه را در جدول تجربه کرد و با این اتفاق دیگر نام هیچ شرکتی از حوزه پرداخت میان ۱۰۰ شرکت برتر ایران به چشم

نمی‌خورد. بهترین رتبه‌ای که شرکت آپ در این فهرست به دست آورده، به سال ۹۷ بازمی‌گردد که توانسته بود در جایگاه ۳۶ام لیست ۵۰۰ شرکت برتر ایران قرار گیرد.

حامد منصوری و مهدی شهیدی، بنیان‌گذاران و سهام‌داران عمده آسان پرداخت هستند. اما در حال حاضر مدیرعامل این مجموعه، علی اکبر فراهانی است که پیش از این هم قائم‌مقام مدیرعامل و معاون بازاریابی این مجموعه بود. در سایت آپ آمده است که فراهانی، دانش‌آموخته مدیریت بازاریابی و مدیریت مالی از دانشگاه شهید بهشتی و همچنین کشور سوئد است و بیش از ۱۰ سال در صنعت تلکام، پرداخت و دیجیتال در حوزه‌های بازاریابی، فروش و محصول فعالیت داشته است. او پیش از ملحق شدن

به آپ، معاون تجاری و قائم‌مقام مدیرعامل اپراتور مجازی نگین ارتباطات آوا و مدیر ارشد بازاریابی شرکت رایتل بوده است. محمدرضا اسکندریون، مدیرعامل سابق آسان پرداخت نیز اکنون به عنوان رئیس هیئت‌مدیره به فعالیت خود در این مجموعه ادامه می‌دهد.

نخستین فعالیت جدی آپ در زمینه خدمات نوین پرداخت، مربوط به ارائه سرویس‌های ویژه؛ مانند خرید شارژ تلفن همراه با استفاده از دستگاه‌های POS بود. پیش از فعالیت این

شرکت، از این دستگاه‌ها تنها برای پرداخت وجه استفاده می‌شد. به گفته مهدی منصوری، بنیان‌گذار آسان پرداخت، اخذ مجوز این فعالیت حدود دو سال طول کشید. سپس این شرکت اقدام به واردات تعدادی دستگاه POS برای ارائه سرویس‌های مورد نظر با استفاده از آنها کرد. به تدریج این شرکت با شبکه بانکی کشور ارتباط گرفت و توانست علاوه بر خدمات مربوط به دستگاه‌های POS، ارائه‌دهنده خدمات متنوع پرداخت الکترونیک در بسترهای درگاه پرداخت

موبایلی USSD، اپلیکیشن آپ و درگاه پرداخت اینترنتی IPG شود. این شرکت در پی همکاری‌هایی که با مجموعه‌ای از بانک‌ها داشت، در سال ۹۳ بخشی از سهام خود را به بانک کشاورزی واگذار کرد و در سال ۹۵ نیز با ورود به بورس تبدیل به شرکت سهامی عام شد.

در حال حاضر محصولات مجموعه آسان پرداخت شامل دستگاه‌های کارت‌خوان فروشگاه‌های و موارد وابسته به آنها نظیر پین‌پد، درگاه پرداخت اینترنتی، سامانه دستوری ۷۳۳، اپلیکیشن آپ و اعتبار تالی است.

پرداخت سریع قبوض از طریق بارکدخوان، شرکت در جشنواره‌ها، مدیریت کارت‌های بانکی و کیف پول الکترونیک، سرویس تله‌پرداز، انتقال وجه کارت به کارت، خرید انواع بیمه‌نامه‌ها، خرید بلیط قطار، سرمایه‌گذاری در صندوق‌های سرمایه‌گذاری، مشاهده لیست تراکنش‌ها و... از مجموعه خدماتی است که توسط اپلیکیشن آپ ارائه می‌شود.

بر اساس گزارش مدیرعامل آپ در مجمع عمومی شرکت، این مجموعه رتبه چهارم به لحاظ تعداد تراکنش را در بین شرکت‌های پرداخت دارد و دارای رتبه دوم کم‌خطاترین تراکنش‌های پرداخت‌های انجام‌شده در سال

۱۴۰۰ بنا به گزارش اقتصادی سالیانه شاپرک است. علی اکبر فراهانی همچنین تعداد نیروهای شرکت آسان پرداخت را بیش از ۷۰۰ نفر عنوان کرده است. او در این گزارش سهم آسان پرداخت را در بخش کارت‌خوان ۸/۰۲ درصد بازار، در حوزه درگاه پرداخت اینترنتی ۳۲ درصد تراکنش‌ها و در حوزه پرداخت موبایلی هم ۱۶ درصد تراکنش‌ها اعلام کرده است. به گفته او نزدیک به ۱۰ درصد سهم بازار تراکنش مربوط به این شرکت است.



رضا امیرزاده

Amirzadeh.reza@gmail.com



مدیر سرمایه‌گذاری
کارن کراد خبر داد:

تأمین سرمایه ۱۵ کسب‌وکار شرکت‌کننده در اینوتکس ۲۰۲۳

سکوی تأمین مالی «کارن کراد» که از سال ۱۳۹۷ همگام با نمایشگاه اینوتکس در رویداد کافه سرمایه حضور داشته، سال گذشته در راستای رفع نیاز شرکت‌ها به سرمایه در گردش، دو شرکت دانش‌بنیان را توسط ۳۱۶ سرمایه‌گذار حقیقی و حقوقی با ۴.۵ میلیارد تومان تأمین سرمایه کرد. کارن کراد با این پیشینه امسال هم در اینوتکس ۲۰۲۳ برای شرکت‌کنندگان تأمین مالی نمایشگاه اعلام آمادگی کرد و به گفته «امیررضا صادقی»، مدیر سرمایه‌گذاری کارن کراد، ۱۵ شرکت‌کننده را تأمین مالی کرده است.

صادقی می‌گوید: درخواست‌های زیادی برای تأمین سرمایه وجود داشت اما واقعیت این است که بسیاری از استارت‌آپ‌ها و مجموعه‌ها هنوز از ماهیت ابزار تأمین مالی آگاه نیستند. بسیاری از متقاضیان ثبت‌نامی نیازمند وی‌سی بودند نه ابزار تأمین مالی جمعی.

او ادامه داد: «کارن کراد یکی از سه شرکت اولی است که مجوز تأمین مالی جمعی را از سازمان بورس و اوراق بهادار دریافت کرده است؛ این شرکت تاکنون از ۳۰۰ درخواست ۲۸ درخواست را به نتیجه رسانده و بیش از ۱۲۸ میلیارد تومان سرمایه در اختیار سرمایه‌پذیران قرار داده است.» صادقی تصریح کرد که تفاوت درخواست‌ها و تعداد کمپین‌های منتشرشده بر پلتفرم کارن کراد نشان‌گر تعهد مجموعه به حفاظت از سرمایه مردم است.

به گفته صادقی، کارن کراد خود را موظف به حفظ سرمایه مردم می‌داند و به همین دلیل از ۳۰۰ درخواست تاکنون ۱۰ درصد از شرکت‌ها را پذیرفته و شرایط سختگیرانه‌ای برای پذیرش تدوین کرده؛ شرکت حقوقی بودن، سابقه تولید محصولات موفق و تضمین سوددهی نمونه‌ای از این شرایط است.

بر اساس گفته‌های مدیر سرمایه‌گذاری کارن کراد، در کنار امانت‌بودن سرمایه‌های مردم نزد شرکت، اصلی‌ترین چالش تأمین مالی در اقتصاد نوآوری، تورم صعودی کشور است.



KARANG
کارن کراد



شماره ۹۵
۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۲
سال سوم



فرصت‌های اندک اما امیدوارکننده آینده

در پینلی با حضور مجتبی کیانی، رضا زرنوخی و رضا غیابی در استیج اینوتکس بررسی شد

وزیر ارتباطات در
حاشیه اینوتکس

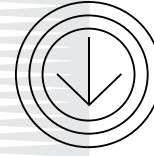
تصمیم‌گیرنده کمیته فیلترینگ است

به تازگی معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری در خصوص اینترنت با دسترسی خاص اعلام کرد که این نهاد یکی از پیشنهادکنندگان اصلی موضوع اینترنت با دسترسی ویژه برای کسب‌وکارها بوده و تأکید کرد که نباید اسم این اینترنت را «اینترنت طبقاتی» گذاشت. همچنین روح‌الله دهقانی فیروزآبادی گفته بود که قصد دارند در مراکز خاص مانند پارک فناوری پردیس یا منطقه پیام، اینترنت حرفه‌ای در اختیار تیم‌های خواهان دسترسی با سرعت بالا بگذارند. حالا وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در حاشیه نمایشگاه اینوتکس ۲۰۲۳ در جمع خبرنگاران اعلام کرد که به دنبال این طرح هستند تا در مکان ویژه اینترنت با سرعت بالا و زیرساخت قوی را فراهم کنند.

زارع‌پور در پاسخ به این سوال که سطح دسترسی به این نوع اینترنت ویژه را چه کسی تعیین می‌کند اعلام کرد که او در این زمینه نقشی ندارد و سطح دسترسی را باید کمیته تعیین مصادیق محتوای مجرمانه یا همان کمیته فیلترینگ مشخص کند.

او همچنین در پاسخ به این سوال که وعده او از بهمن ماه برای رفع فیلتر از برخی پلتفرم‌های فیلتر شده همچنان عملی نشده است، گفت که در این زمینه نیز کمیته فیلترینگ تصمیم‌گیر است.

زارع‌پور در این مورد توضیح داد: «کمیته فیلترینگ باید در این زمینه تصمیم‌گیری کند؛ ما فقط یک عضو کمیته هستیم. با پیگیری ما همین اسفند ماه، نزدیک به ۳۰۰ سایت و بازی رفع فیلتر شدند، ولی در مورد پلتفرم‌هایی که مورد انتظار شماست، این یک تصمیم جمعی است.» او ادامه داد: «ما در حال دنبال حل این موضوع هستیم. در حکم دبیر شورای عالی مجازی، بندی وجود دارد که باید در مصادیق و سیاست‌های فیلترینگ بازنگری شود؛ اجرای این بند در دستور مرکز ملی است که در تعامل با کمیته فیلترینگ در این زمینه تصمیم می‌گیرند. در حوزه شبکه اجتماعی و پیام‌رسان‌ها همچنان که بارها اعلام شده از فعالیت هر پلتفرم خارجی و سکوی خارجی در جمهوری اسلامی استقبال می‌کنیم، مشروط بر اینکه



افزایش موج مهاجرت‌ها با شدید شدن فیلترینگ باید جلوی محدودیت‌های اینترنتی ایستاد

در ادامه سعید سوزنگر نیز اعلام کرد که اینترنت طبقاتی و فیلترینگ، از یک طرف دانش را از جامعه دریغ می‌کند و از طرف دیگر باعث ورود فیلترشکن شده تا ایران تبدیل به آلوده‌ترین کشور دنیا از نظر بدافزارها شود.

سوزنگر با اشاره به اینکه هیچ چیزی به عنوان اینترنت ویژه یا طبقاتی یا حرفه‌ای نباید وجود داشته باشد، تأکید کرد که اینترنت یک حق شهروندی است و نباید دانش را از عموم مردم دریغ کرد.

او راهکار بهبود این موقعیت را مواجهه با تصمیم‌های اشتباه دانست و توضیح داد: «نباید درگیر گرفتن رانت‌ها باشیم، نباید از تسهیلاتی مثل اینترنت طبقاتی استفاده کنیم، باید جلوی تصمیم‌های اشتباه بایستیم و اینترنت آزاد را مطالبه‌گری کنیم.»

در پنی با عنوان «استارت‌آپ‌ها و فرار از فیلترینگ» این موضوع مورد بحث قرار گرفت که فیلترینگ و محدودیت اینترنت که در چند ماه اخیر افزایش یافته تا چه حد روی موج مهاجرت نیروی انسانی تأثیرگذار بوده است. ناپایداری شدن وضعیت تیم‌های فعال در اکوسیستم استارت‌آپی کشور از دیگر موضوعات مطرح شده در این نشست بود. در این پنل اعلام شد که باید در برابر سیاست‌گذاری‌های اشتباه که منجر به فیلترینگ و محدودیت بیشتر اینترنت می‌شود، ایستاد و اینترنت آزاد و بدون اختلال را مطالبه کرد.

پنل فیلترینگ و استارت‌آپ‌ها با حضور «آسیه حاتمی»، مدیرعامل ایران تلنت؛ «سعید سوزنگر»، کارشناس امنیت سایبری و «تیمور سالزاده»، هم‌بنیان‌گذار و مدیر ارشد بازاریابی گروه توسعه فناوری نوروز برگزار شد.

کاهش اشتیاق به کارآفرینی در کشور

در این پنل آسیه حاتمی با اشاره به آمارها اعلام کرد که اشتیاق به کارآفرینی در کشور بسیار کمتر از گذشته شده است. حاتمی همچنین تأکید کرد که برای توسعه اقتصاد باید زیرساخت‌ها را درست کرد. او باور دارد استارت‌آپ‌ها در شرایط سخت فیلترینگ به زنده بودن خود ادامه داده‌اند، اما این تداوم حیات با مشکلات انبوهی همراه است.

حاتمی در ادامه گفت: «در حال حاضر تیم‌ها در تلاش‌اند تا توسعه پیدا کنند. تیم‌های کوچک زیادی نابود شده و دیگر کسب‌وکارها در تکاپوی ادامه حیات هستند. در حال حاضر کارهایی که پیش‌تر در عرض پنج دقیقه انجام می‌شد، یک ساعت به طول می‌انجامد. این موضوع باعث خستگی و فرسودگی تیم‌ها شده و روند رشد را کند کرده است. بازخورد در شبکه‌های اجتماعی نیز بسیار کاهش یافته و این مسئله انگیزه تیم‌ها را کاهش می‌دهد.»

فیلترینگ دریغ کردن دانش از مردم است

احتمال دومینوی سقوط استارت‌آپ‌ها

در همین زمینه تیمور ستارزاده هم تأکید داشت که نمی‌توان محدودیت به وجود آورد و بعد با تعریف بسته‌های حمایتی، ضررهای حاصل از آن را جبران کرد. او معتقد است که بسته‌های حمایتی در این زمینه کمکی نمی‌کند و راه‌حلی مانده اینترنت طبقاتی نیز فقط جامعه را دوپاره می‌کند.

ستارزاده در پاسخ به این سؤال که راه‌حل برون‌رفت از این مشکلات چیست، گفت: «این مشکلات را ما به وجود نیاورده‌ایم که بتوانیم آن را حل کنیم. در واقع حلال مشکلات ما نیستیم، ولی در حال حاضر می‌توان برای مدیران برنامه آموزشی گذاشت تا لاقابل بدانند در این شرایط باید چه بکنند. ممکن است با پیشروی این شرایط با دومینوی سقوط استارت‌آپ‌ها روبه‌رو شویم. اگر در سال گذشته تیم‌های کوچک زیادی از بین رفتند، در سال جدید تیم‌های متوسط هم می‌توانند نابود شوند و این مهم با مدیریت، قابل کنترل است.»



سرمایه‌گذاران پذیرش نوآوری استارت‌آپ‌ها را ندارند

«خروج» اصلی‌ترین چالش سرمایه‌گذاری در اکوسیستم نوآوری است

دیجی کالا و هم با مجموعه‌های دیگر فعالیت می‌کند و از استارت‌آپ‌های دیجی نکست است.»

مهدی صداقت نیز در خصوص حوزه‌های فعالیت خانه نوآوری گفت: «تمرکز ما در سرمایه‌گذاری بر استارت‌آپ‌های حوزه بلاکچین و هوش مصنوعی و بعد استارت‌آپ‌های محتوایی است.» او ادامه داد: «از ۱۰۰ استارت‌آپ و تیم جذب‌شده در خانه نوآوری، ۳۰ مورد همچنان زنده مانده‌اند، در حال فعالیت هستند و رشد خوبی هم داشته‌اند.» صداقت ضمن اشاره به موفقیت دکنتر موتوری، یکی از استارت‌آپ‌های خانه نوآوری در زمینه توسعه و همکاری با اسنپ اضافه کرد: «با این حال توصیه ما به مراجعان این است که یا به این حوزه وارد نشوند، یا احتیاط زیادی داشته باشند، چون احتمال شکست بالاست و به ثمر رسیدن یک کسب‌وکار نوپا، احتمال کم و سختی زیادی دارد.»

در اولین روز از آغاز به کار نمایشگاه اینوتکس، پنل بررسی سرمایه‌گذاری‌های پیشین در اکوسیستم نوآوری ایران با حضور «امیر صالحی»، مدیرعامل دیجی نکست؛ «مهدی صداقت»، مدیرعامل خانه نوآوری و به دبیری «امیررضا صادقی»، مدیر عملیاتی سکوی تأمین مالی جمعی کارن کرد برگزار شد.



پرنیان ستوده

Parnian.std@gmail.com

شکست، ذات فعالیت استارت‌آپی است

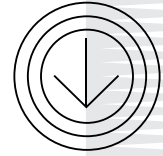
امیر صالحی، ضمن معرفی دیجی نکست در این پنل گفت: «این مجموعه در زمینه ایجاد استارت‌آپ برای فروش سرویس به دیجی کالا با

تأکید بر نوآوری و فناوری‌های خاص فعالیت می‌کند و در حال حاضر ۲۴ استارت‌آپ در دیجی نکست فعال هستند.» صالحی تأکید کرد که نرخ شکست استارت‌آپ‌های دیجی نکست در مرحله اول جذب بالاست، اما از این موضوع به عنوان ذات فعالیت استارت‌آپی نام برد و اضافه کرد: «با این حال ما مجموعه‌هایی داریم که تا به اینجاست کردند و به خوبی فعالیت می‌کنند؛ از جمله گنج که هم با

استارت‌آپ نباید بغلی شود! امیررضا صادقی، در ادامه این برنامه گفت: «هدف



شماره ۹۵
۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۲
سال سوم



امید به آینده استارت‌آپ‌ها؛ دوره طلایی از نفس افتاده، اما هنوز تمام نشده است

در نمایشگاه اینوتکس پنبلی با موضوع «نفس‌های آخر موج اول اکوسیستم استارت‌آپی» برگزار شد. مهمانان این برنامه آرزین افشار (مدیرعامل فینووا)، حمیدرضا احمدی (بنیان‌گذار ایوند)، محمد زاهدی (بنیان‌گذار چند استارت‌آپ مختلف) و زهرا عمرانی (کارآفرین اجتماعی) بودند.

محمد زاهدی، مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری جسورانه «هدهد» با انتقاد از ورود شرکت‌های دولتی و شبه‌دولتی به بازار استارت‌آپ‌های ایرانی گفت: «ورود بازیگرانی مانند بورس، صنعت پتروشیمی و... به اکوسیستم فناوری در حالی است که این سازمان‌ها طریقه بازی در زمین استارت‌آپ‌ها را نمی‌دانند و حتی بسیاری از آن‌ها از دانش کافی نیز برخوردار نیستند و در نهایت می‌توانند از ورود شرکت‌های نوآور به صنعت و حوزه‌های مرتبط با آن جلوگیری کنند که استارت‌آپ‌ها در پایان از این موضوع متضرر می‌شوند.»

حمیدرضا احمدی، بنیان‌گذار «ایوند» در این پنل با اشاره به تحولات سال‌های اخیر کشور گفت: «مهم‌ترین تأثیر را نرخ دلار بر استارت‌آپ‌ها دارد. به‌عنوان مثال نیروی کار با نرخ دلار حقوق خود را محاسبه می‌کند؛ بنابراین هزینه راه‌اندازی استارت‌آپ بالا رفته که به تبع آن فرصت کارآفرینی کاهش می‌یابد.» او گفت: «مشکل دیگر این است که هر کسی که قصد راه‌اندازی استارت‌آپ را دارد به سرمایه‌گذار مراجعه می‌کند. در نهایت بیشتر استارت‌آپ‌ها به مراحل بالای رشد نمی‌رسند و از بین می‌روند. بهتر بود بنیان‌گذاران متوجه می‌شدند که با سرمایه کم و خلاقیت می‌توان استارت‌آپ راه‌اندازی کرد.»

زهرا عمرانی، هم‌بنیان‌گذار «کاریا» پیرامون مسئله از نفس افتادن استارت‌آپ‌ها بیان کرد: «شرایط کنونی و کرونا تأثیرات زیادی بر استارت‌آپ‌های تازه‌نفس داشته است. یکی از چالش‌ها برای یک استارت‌آپ تازه‌نفس این است که اسپانسرها از ابتدا از ما انتظارات یک استارت‌آپ رشدیافته را دارند؛ در حالی که هر کسب‌وکار نوآوری در تجربه اول خلأهایی دارد که به مرور پر می‌شود. بالا بودن انتظارات از استارت‌آپ‌های جدید، در مدت کوتاهی آن‌ها را ناامید می‌کند.»



KARANG
گزارش



شماره ۹۵
۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۲
سال سوم



تأمین مالی جمعی؛ انتخابی مناسب برای دانش‌بنیان‌ها

در بررسی ظرفیت‌ها و فرصت‌های تأمین مالی نوآوری از بازار سرمایه عنوان شد

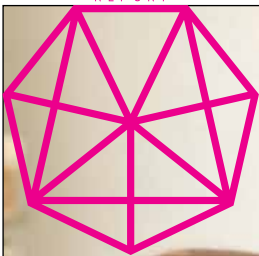
شهاب جوانمردی در پنل
سود و زیان فیلترینگ برای
بخش خصوصی مطرح
کرد:
**فیلترینگ یک
ضرر جمعی
است**

در نمایشگاه اینوتکس ۲۰۲۳ پنبلی با موضوع فیلترینگ و اثرات اقتصادی آن روی کسب‌وکارها اختصاص یافته بود. در این پنل که با حضور شهاب جوانمردی، مدیرعامل فناپ و پشوتن پورپزشک، مدیرعامل پادرو برگزار شد هر دو نفر بر این عقیده بودند که فیلترینگ نه‌تنها برای بخش خصوصی سودی نداشته که ضررهای جبران‌ناپذیری هم برای این بخش به همراه دارد. به باور جوانمردی، یکی از مشکلات اصلی در زمینه سیاست‌گذاری حفاظتی در فضای مجازی این است که سیاست‌گذاری‌ها در این بخش به‌صورت شفاف و مشخص مطرح نیست و بیشتر از اینکه برای حمایت از بخش خصوصی باشد، برای محدودیت این بخش در نظر گرفته شده است.

در ابتدای این نشست شهاب جوانمردی در پاسخ به این سؤال که آیا فیلترینگ برای بخش خصوصی سودی هم به همراه دارد یا نه، اعلام کرد که این سؤال از اساس اشتباه است، چون فیلترینگ نه‌تنها برای بخش خصوصی سودی به همراه ندارد که یک ضرر جمعی است.

او در این مورد گفت: «وقتی در مورد بخش خصوصی صحبت می‌کنیم، یعنی بخش مردمی اقتصاد یا وقتی راجع به کسب‌وکار صحبت می‌کنیم در مورد خلق ارزش پایدار در یک بازه زمانی برای تمام ذی‌نفعان گفت‌وگو می‌کنیم، برای همین فروش فیلترشکن، استفاده سودجویانه افرادی از رنج و مشکلات دیگران به عقیده من در رده کسب‌وکار قرار نمی‌گیرد، چون بخش خصوصی واقعی از مردم و برای مردم است و هر کاری که می‌کند، یک سر سودش حتماً باید به مردم برسد.»

جوانمردی ادامه داد: «بنابراین باور ندارم موضوعی به نام فیلترینگ می‌تواند برای اقتصاد بخش خصوصی مؤثر باشد و این بخش با توجه به چیزی که گفتیم بخواهد سودی از این جریان ببرد. همه می‌گویند مشکلی نیست فیلتر شده و همه دارند کارشان را انجام می‌دهند، ولی باید بگویم زمین بازی اینترنت، یک زمین بازی جهانی و یک خلق ارزش جهانی است برای اتصال به اکوسیستم‌های بین‌المللی و ما نمی‌توانیم همه را محدود کنیم و



بلاکچین برای رگولاتوری سلامت چه راهکارهایی دارد؟

پایگاه داده امن

استفاده از فناوری بلاکچین در رگولاتوری سلامت می‌تواند به چندین روش کمک کند. برای مثال، بلاکچین می‌تواند به عنوان یک پایگاه داده امن برای ذخیره‌سازی و انتقال اطلاعات سلامتی مورد استفاده قرار گیرد؛ به این معنی که اطلاعات بیمار می‌تواند به صورت دقیق و مستند در سیستم بلاکچین ثبت و در صورت نیاز در دسترس هر کسی که دارای مجوز مربوطه باشد قرار داده شود. همچنین بلاکچین می‌تواند به عنوان یک ابزار برای تأیید هویت بیماران و تأیید تاریخچه سلامت آنها مورد استفاده قرار گیرد. یعنی اطلاعات سلامت بیمار به صورت شفاف و مطمئن در سیستم بلاکچین ذخیره می‌شود و قابلیت جعل اطلاعات وجود ندارد.

به علاوه بلاکچین می‌تواند به عنوان یک ابزار برای نظارت بر تولید و توزیع داروها و واکسن‌ها و تأیید اصالت آنها مورد استفاده قرار گیرد. با استفاده از بلاکچین، می‌توان اطمینان حاصل کرد که دارو یا واکسنی که مورد استفاده قرار می‌گیرد، اصلی و به دستور پزشک است؛ بنابراین، استفاده از فناوری بلاکچین در رگولاتوری سلامت می‌تواند به عنوان یک راهکار مطمئن و قابل اعتماد برای ذخیره‌سازی، انتقال و تأیید اطلاعات سلامت و نظارت بر تولید و توزیع داروها و واکسن‌ها مورد استفاده قرار گیرد.

همچنین بلاکچین می‌تواند به عنوان یک راهکار برای مدیریت روندهای تأیید نشده و تقلب‌های پزشکی مورد استفاده قرار گیرد. با استفاده از بلاکچین می‌توان به طور دقیق یک فرایند را تعقیب کرد که مثلاً دارو یا محصول پزشکی تأیید شده توسط کدام سازمان صادر شده است. در نهایت، بلاکچین می‌تواند به عنوان یک ابزار برای افزایش شفافیت و اعتماد در سیستم سلامت مورد استفاده قرار گیرد. با استفاده از بلاکچین، اطلاعات سلامت به صورت شفاف و مستند در دسترس قرار می‌گیرد و هرگونه نقص و خطا در سیستم سلامت به سرعت تشخیص داده و بهبود داده می‌شود. بلاکچین می‌تواند به عنوان یک ابزار برای بهبود کیفیت خدمات سلامت و افزایش رضایت بیماران نیز مورد استفاده قرار گیرد.



KARANG

گزارش

شماره ۹۵
۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۲
سال سوم

چاله یا چهارچوب؟

بررسی میزان همراهی رگولاتوری سلامت با نوآوری

اگر بخواهیم ویژگی‌هایی برای رگولاتوری و تنظیم‌گری در نظر بگیریم، شاید نیاز باشد به چند مورد بدیهی و الزامی آن اشاره کنیم؛ چراکه گاه این بدیهیات تبدیل به مواردی می‌شود که باید برای آنها جنگید و بخش خصوصی برای رسیدن به آن باید هزینه‌های زیادی بپردازد. در حوزه سلامت رگولاتوری باید بسیار دقیق و البته به روز و چابک باشد. یکی از این بدیهیات شفافیت است. شفافیت یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های رگولاتوری و قانون‌گذاری سلامت دیجیتال است. قوانین و مقررات باید برای همه ذی‌نفعان در دسترس باشند و باید واضح و روشن باشند تا همه بتوانند آنها را درک کنند. بدون شفافیت، اعتماد به قوانین و مقررات به مراتب کاهش می‌یابد و افراد ممکن است از رعایت آنها خودداری کنند.

مورد بعد انعطاف‌پذیری است که بیشتر کسب‌وکارها خواهان آن هستند. قوانین باید قابل تنظیم بوده و بتوانند با تحولات صنعت و فناوری سازگار باشند. برای مثال، در صورتی که فناوری جدیدی مانند هوش مصنوعی یا بلاکچین برای حفاظت از حریم خصوصی به کار گرفته شود، قوانین باید بتوانند با این فناوری‌های جدید سازگار شوند. تعهد به حفظ حریم خصوصی یکی دیگر از ویژگی‌های مهم رگولاتوری و قانون‌گذاری سلامت است. قوانین باید برای حفاظت از حریم خصوصی افراد و داده‌های آنها تعهد دهند. راهکارهای نوآورانه علاوه بر اینکه می‌تواند چالش‌های سلامت را حل کند، در تسریع و بهینه‌سازی فرایندهای رگولاتوری هم به کار گرفته می‌شود. اما در مجموعه مصاحبه‌های «کارنگ» با فعالان حوزه سلامت، همواره از رگولاتور به عنوان یک سرعت‌گیر یاد می‌شود که علاوه بر نداشتن چابکی درخور فناوری‌های روز فرایندهای فعلی آن هم‌خوانی با سلامت دیجیتال ندارد. بخشی از دغدغه‌های کسب‌وکارها که مرتبط با رگولاتوری است را در ادامه می‌خوانید.



براساس ابلاغ
بانک مرکزی؛

صاحبان کدام کارت‌خوان‌ها فعلاً نباید کارمزد بدهند؟

با آغاز سال ۱۴۰۲ صحبت‌ها از اصلاح نظام کارمزد در این سال جدی شد و بانک مرکزی در ماه جاری به‌روزرسانی کارمزد خدمات بانکی ریالی و الکترونیکی را منتشر کرد و دریافت کارمزد از صاحبان کارت‌خوان‌ها رسماً ابلاغ شد. در جدول به‌روزرسانی شده کارمزد خدمات الکترونیکی بانک‌ها، صاحبان کارت‌خوان‌ها باید تحت عنوان کارمزد خرید به‌ازای تراکنش‌های کمتر از ۶۰۰ هزار تومان مبلغ ثابت ۱۲۰ تومان کارمزد و به‌ازای تراکنش‌های بیش از ۶۰۰ هزار تومان ۰.۰۰۰۲ (دو هزارم) مبلغ تراکنش پرداخت کنند. طبق اعلام محمدرضا مانی یکتا، معاون اداره نظارت نظام‌های پرداخت بانک مرکزی «در گام اول که از ابتدای خردادماه آغاز می‌شود، از ۲۸۰ کد صنف فقط ۲۳۰ صنف که میانگین مبلغ تراکنش آنها بالای ۴۰۰ هزار تومان است باید از ابتدای خردادماه کارمزد خرید بدهند.» او ادامه می‌دهد: «در گام دوم، با فاصله یک ماهه سایر صنوف به غیر از سوپرمارکت‌ها، فروشگاه‌های مواد غذایی و نانوائی‌ها مشمول پرداخت کارمزد و در فاز سوم نیز همه صنوف مشمول این کارمزد می‌شوند.» علاوه بر این، برای بانک‌ها این امکان فراهم شده تا بتوانند برای دریافت کارمزد خرید و سایر کارمزدهای جدید خدمات الکترونیکی به همه مشتریان خود حداکثر تا ۳۰ درصد تخفیف بدهند که این تخفیف برای شرکت‌های دانش‌بنیان ۴۰ درصد است.



فین‌تک
FINTECH

شماره ۹۵
۱۴ اردیبهشت ۱۴۰۲
سال سوم



امارات؛ قطب نو ظهور فین‌تک

۱۰ فین‌تک برتر اماراتی در سال ۲۰۲۳

۱۰

تلر

امارات متحده عربی مدتی است که به‌عنوان قطب نوآوری فین‌تک ظهور کرده و استعدادها را از سراسر جهان جذب می‌کند. امارات میل شدیدی به فین‌تک و توسعه این حوزه در کشورش دارد. بانک‌های دیجیتال و استارت‌آپ‌های نوآورانه فین‌تکی بسیاری در این کشور ظهور کرده‌اند و بازار فین‌تک آن را تکان داده‌اند. در اینجا ۱۰ استارت‌آپ برتر فین‌تکی در امارات را با هم مرور می‌کنیم.

۹

بیت‌اوایسیس

بیت‌اوایسیس (BitOasis) بزرگ‌ترین پلتفرم ارز دیجیتال در منطقه منا و مستقر در امارات متحده عربی است. بیت‌اوایسیس از زمان تأسیس خود در سال ۲۰۱۵، در اکوسیستم ارزهای دیجیتال منطقه پیشگام بود و به معامله‌گران مبتدی و متخصص خدمات ارائه

رئیس شورای فقهی بانک مرکزی ضمن بیان اینکه مجوز واردات با رمزارزها به معنی تعیین تکلیف قانونی رمزارزها نیست، گفت: «در دنیا هم مرسوم است که اگر بانکی ناترازی داشته باشد، به‌گونه‌ای که با اخطار و تذکر نیز اصلاح نشود، مسیر گریز و انحلال را طی می‌کنند و بین بانک‌های رسمی در بحث انحلال برای رفع مشکل ناترازی با انحلال مؤسسات مالی و اعتباری غیرمجاز فرق وجود دارد.»

به گزارش کارنگ و به نقل از ایلنا، غلامرضا مصباحی‌مقدم درباره سیاست‌های جدید بانک مرکزی از جمله انحلال بانک‌های تورم‌زا تا

شهر یورماه با توجه به تجربه انحلال مؤسسات اعتباری اظهار کرد: «انحلال بانک‌ها از موضوع مؤسسات مالی و اعتباری غیرمجاز که فعالیت این مؤسسات مشکل‌آفرین شد، متفاوت است. در دنیا هم مرسوم است که اگر بانکی ناترازی داشته باشد، به‌گونه‌ای که با اخطار و تذکر نیز اصلاح نشود، مسیر گریز و انحلال را طی می‌کنند.»

او ادامه داد: «در این شرایط به بانک دیگری مأموریت داده می‌شود تا مشتریان این بانک را که در آن سپرده دارند، متقبل شود و مسئولیت این سپرده‌ها را بپذیرد و برای مشتریان این امکان ایجاد شود که با انحلال بانک قبلی و ادغام در بانک جدید

رئیس شورای فقهی
بانک مرکزی:

انحلال بانک‌های ناتراز در دنیا مرسوم است





ایلان ماسک بالاخره به وعده خود عمل کرد مدیرعامل جدید توییتر کیست؟

ایلان ماسک بالاخره پس از چند ماه لیندا یاکارینو، مدیر ارشد تبلیغات شرکت ان‌بی‌سی یونیورسال را به‌عنوان مدیرعامل جدید توییتر و جانشین خود اعلام کرد. ماه‌ها پیش کاربران توییتر در یک نظرسنجی از ماسک خواسته بودند تا استعفا دهد و مدیریت این شرکت را به شخص دیگری بسپارد. ماسک هم گفته بود اگر اکثر کاربران موافق استعفای او باشند، مدیریت را رها خواهد کرد. البته وقتی ایلان ماسک توییتر را خریداری کرد، خودش را به‌عنوان مدیرعامل موقت منصوب کرد.

در نتیجه ماسک پس از ماه‌ها به وعده خود عمل و یاکارینو را به‌عنوان مدیرعامل جدید توییتر منصوب کرد. ماسک چندی پیش در توییتی نوشته بود که مدیرعامل جدید توییتر از شش هفته دیگر به‌طور رسمی اعلام خواهد شد و کار خود را در این شرکت آغاز می‌کند. به دنبال توییت ماسک، ان‌بی‌سی یونیورسال هم تصریح کرد که یاکارینو از این شرکت جدا خواهد شد و از او بابت زحماتش نیز تشکر کرد. یاکارینو یکی از افراد اصلی در راه‌اندازی شبکه ان‌بی‌سی پیکاک بود و از هواداران مدرن‌سازی فناوری تبلیغات محسوب می‌شود. هنوز مشخص نیست که ماسک پس از این تغییر، تا چه اندازه می‌تواند روی تصمیم‌های این شرکت تأثیر داشته باشد. با اینکه ماسک دیگر مدیرعامل نیست، اما به نظر می‌رسد همچنان نفوذ زیادی روی سازوکار توییتر داشته باشد. ماسک گفته یاکارینو بیشتر روی عملیات کسب‌وکار توییتر متمرکز خواهد بود و خودش قصد دارد به طراحی محصول و فناوری‌های جدید بپردازد.



شماره ۹۵
۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۲
سال سوم



سهام داران بر سر دوراهی

آیا سیاست‌های آمریکا در قبال چین باعث عدم اطمینان سرمایه‌گذارهای بایت‌دنس می‌شود؟

بایت‌دنس، شرکت مادر شبکه اجتماعی تیک‌تاک، با ارزش‌ترین استارت‌آپ جهان است. بایت‌دنس در حال حاضر ۲۲۰ میلیارد دلار ارزش دارد. با اینکه ارزش این استارت‌آپ نسبت به سال ۲۰۲۱ افت کرده، اما باز هم ارزش هیچ استارت‌آپی حتی نزدیک به ارزش بایت‌دنس نیست. برای مثال اسپیس‌ایکس، شرکت موشکی ایلان ماسک، با ارزش ۱۴۰ میلیارد دلاری در جایگاه دوم رتبه‌بندی استارت‌آپ‌ها قرار دارد.

برای سرمایه‌گذاران این شرکت که بعضی از آنها از ابتدا حامی بایت‌دنس بودند حتی وقتی ارزش آن به یک میلیارد دلار نمی‌رسید، عرضه عمومی بایت‌دنس به معنی میلیارد‌ها دلار سود است. این سود سرمایه‌گذاران بایت‌دنس را به بزرگ‌ترین و موفق‌ترین وی‌سی‌های جهان تبدیل می‌کند. می‌توان گفت این وی‌سی‌ها شرط‌بندی در این بازی را برده‌اند؛ حتی اگر از این پروژه خارج شده باشند، اما متأسفانه این سرمایه‌گذاران روزه سکوت گرفته‌اند و در مورد چشم‌انداز شرکت اظهارنظری نمی‌کنند و فقط برخی از آنها نظرات خود را بیان کرده‌اند و خواسته‌اند که ناشناس باقی بمانند.

به نظر می‌رسد دلیل این موضوع تیک‌تاک باشد؛ رسانه‌ای که ۱۵۰ میلیون کاربر دارد و توانسته محبوبیت زیادی در ایالات متحده کسب کند، اما در عین حال بسیار هم جنجال‌برانگیز است. چنانچه در ماه مارس فوربز گزارشی منتشر و بیان کرد که اف‌بی‌آی و وزارت دادگستری در حال تحقیق بر استفاده بایت‌دنس از تیک‌تاک جهت نظارت بر خبرنگاران آمریکایی هستند. تیک‌تاک در حال حاضر در آمریکا به یک موضوع سیاسی داغ تبدیل شده است.

چندین سال از ممانعت دولت‌های فدرال از مسدود کردن تیک‌تاک توسط ترامپ گذشته، اما دولت بایدن و برخی قانون‌گذاران دوباره مخالفت با تیک‌تاک را از سر گرفته‌اند و اعلام کرده‌اند که اگر بایت‌دنس، تیک‌تاک را ن فروشد، این شبکه اجتماعی را مسدود خواهند کرد. این اتفاقات مهر تأییدی بر سکوت سرمایه‌گذاران بایت‌دنس است. مخالف دولت آمریکا با تیک‌تاک و ناراضی‌بانی دولت چین به فروش تیک‌تاک نشان داده همان بهتر که سرمایه‌گذاران ساکت بمانند و عجولانه واکنش نشان ندهند.

از شرط‌بندی تا میلیاردری

یکی از سرمایه‌گذاران بایت‌دنس بیان می‌کند که اگر مسائل سیاسی مطرح نبود، قطعاً سرمایه‌گذاران در مورد ارزش و جایگاه بایت‌دنس خوشحال می‌شدند. این شرکت حدود ۸۰ میلیارد دلار درآمد و ۲۵ میلیارد دلار سود ناخالص عملیاتی به دست آورده است. این ارقام بایت‌دنس را با تنسنت، هلدینگ فناوری چینی قیاس‌پذیر می‌کند. این موضوع نشان می‌دهد که اگر بایت‌دنس به‌صورت عمومی عرضه می‌شد، می‌توانست جایگزین علی بابا شود. سکویا در سومین دور تأمین مالی بایت‌دنس روی

بایت‌دنس سرمایه‌گذاری کرد و ۱۰ درصد سهام این شرکت معادل ۴۶۵ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ به دست آورد. جالب است که یک سال قبل سکویا می‌توانست همین سهم را تنها با ۶۰ میلیون دلار داشته باشد،

اما نمی‌پذیرفت. در سال‌های بعد نیز پول‌های زیادی وارد شرکت کرد و تا سال ۲۰۱۸ رهبری سرمایه‌گذاری‌ها را بر عهده داشت. امروز حدود ۲۲ میلیارد دلار از سهام شرکت بایت‌دنس متعلق به سکویا است و در واقع شرکت‌هایی که بیشترین سهام را در بایت‌دنس دارند عبارت‌اند از: اس‌آی‌کیو، سکویا، جنرال اتلانتیک و کوتو.



اگر مسائل سیاسی مطرح نبود، قطعاً سرمایه‌گذاران در مورد ارزش و جایگاه بایت‌دنس خوشحال می‌شدند

دلهره سرمایه‌گذاران

سهامداران بایت‌دنس در پی افت ارزش این شرکت به دنبال فروش خود هستند، اما فروش هم به این راحتی‌ها نیست. این سهام‌داران نگران غوغاهای بازار ثانویه واشنگتن هستند، با این حال برخی معاملات در حال انجام است. بر اساس گزارش‌ها اس‌آی‌جی و سافت‌بانک هر کدام یک سهم به ارزش ۱۰۰ میلیون دلار در ماه مارس فروخته‌اند. البته این معاملات نه سهام ۲۲۰ میلیارد دلاری بایت‌دنس و نه سرمایه‌گذاران بزرگ آن را تکان نمی‌دهد.



ارتقای شغلی دورکاران
دشوار است

خطرات دورکاری

آرویند کریشنا، مدیرعامل IBM می‌گوید اگر کارمندان در خانه کار کنند، ممکن است شغل آنها آسیب ببیند. کریشنا طی مصاحبه‌ای به بلومبرگ گفت که اگرچه کارمندان خود را مجبور به بازگشت به دفتر نمی‌کند، اما فکر می‌کند ممکن است کارمندان دورکار برای گرفتن ترفیع مشکل داشته باشند.

به نظر می‌رسد رهبران صنعت فناوری کمتر از گذشته مشتاق کار از راه دور هستند، اما تغییر روش می‌تواند نتیجه معکوس داشته باشد و خطر خشم نیروی کار را به همراه خواهد داشت.

کریشنا در این مصاحبه گفته است: «احتمالاً در کوتاه‌مدت می‌توانید به همان اندازه سازنده باشید، اما حرفه شما آسیب می‌بیند. احتمال انتقال شما از آن نقش به نقش دیگری کمتر است، زیرا هیچ‌کس شاهد توانمندی‌های شما در زمینه‌های دیگر نیست. غیرممکن نیست، اما احتمالاً بسیار سخت‌تر خواهد بود.»

او افزوده است که کارمندان دورکار مهارت‌هایی را که معمولاً با حضور در محیط کار به دست می‌آید، مانند برخورد با مشتریان دشوار، یاد نمی‌گیرند.

کریشنا از سال ۲۰۲۰ مدیرعامل IBM بوده و کارگران را تشویق کرده تا سه روز در هفته در دفتر حضور داشته باشند. نیکل لامورو، رئیس منابع انسانی IBM در سال ۲۰۲۱ به اینسایدر گفته بود که بیشتر کارمندان پس از همه‌گیری، به صورت نیمه‌وقت به دفتر باز خواهند گشت.



KARANG

کارگاه



شماره ۹۵
۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۲
سال سوم



هفته‌های کاری کوتاه‌تر می‌تواند میزان اضطراب کارمندان در تعطیلات آخر هفته‌ها را به میزان چشم‌گیری کاهش دهد؛ کوئیک از تجربیات خود می‌گوید

خدا حافظی با اضطراب آخر هفته

کارمندان خود را حمایت کنید

استراتژی استعدادیابی دارید؟

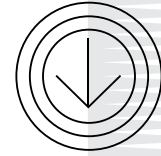
اگر کارفرمایان می‌خواهند در سازمان خود فرصت ایجاد کنند و آینده‌ای را بسازند که برای همه مناسب باشد، نباید استراتژی استعدادیابی خود را به شانس بسپارند. وقتی دنیا مملو از استعداد است و بیکاری سر به فلک کشیده، ممکن است توصیه شود که «بقای بهترین‌ها» را به عنوان یک استراتژی استعداد در نظر بگیرید.

لازم نیست چارلز داروین باشید تا متوجه شوید که تنها اجازه دادن به نیروی کار قوی برای بقا در سیستم کافی نیست. احتمالاً در سال‌های اخیر کمبود نیروی کار و کمبود مهارت‌های مرتبط، تبدیل به شیوه‌ای از زندگی خواهد شد که سال‌های آینده با ما همراه خواهد بود. در این محیط، شرکت‌ها نمی‌توانند استراتژی استعدادیابی خود را به شانس واگذار کنند. هزینه یافتن، جذب و حفظ

استعدادها و توسعه رهبران خوب بسیار زیاد است. مدیران ارشد منابع انسانی باید به جای اینکه «امید» را به بخش کلیدی از استراتژی کسب و کار خود تبدیل کنند، استراتژی‌هایی را اتخاذ کنند که مالکیت خود را با نیروی کار به اشتراک می‌گذارد و از حمایت‌هایی مانند مربیگری شغلی برای پیشرفت استفاده کنند.

فلسفه توسعه شخصی زمانی است که بخش منابع انسانی سازمان به سادگی سیستم‌ها و کتابخانه‌های محتوا را فعال می‌کند و به کارکنان خود پیشنهاد می‌کند خودشان را پرورش دهند. به چیزهایی مانند یک پلتفرم جدید یادگیری، یک کتابخانه محتوا یا یک پورتال اینترنت جذب در مورد خودسازی فکر کنید. اگر به همه اجازه داده شود به ابزارهای مشابهی دسترسی داشته باشند، آنها می‌





نگاهی به عملکرد چند خرده‌فروش لوازم خانگی رکود ادامه دارد؟

افراد فعال در صنعت لوازم خانگی در ابتدای سال ۲۰۲۳ گفتند که وضعیت بد به پایان رسیده و تجارت به‌زودی بهبود خواهد یافت؛ آنها اشتباه می‌کردند. حالا خوش بینی چند ماه پیش به نگرانی تبدیل شده است. رکود مداوم بازار مسکن که به دلیل افزایش نرخ بهره و کمبود عرضه ایجاد شده، تأثیر خود را بر سراسر این بخش گذاشته و فروپاشی برندهایی چون «بد بث اند بیان» و «تیوزدی مورنینگ» به عملکرد ضعیف چند ماه اول سال ۲۰۲۳ کمک می‌کند. اکثر خرده‌فروشان به شکست دادن نتایج سال ۲۰۱۹ خود قبل از شیوع کووید ادامه می‌دهند و تنها در مقایسه با سال‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ است که اوضاع نامطلوب به نظر می‌رسد.



شماره ۹۵
۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۲
سال سوم

بیابیدنگاهی به درآمد‌ها ببیندازیم. «ویلیامز-سونوما» که بهتر از هر شرکت دیگری در برابر رکود سال ۲۰۲۲ مقاومت کرده بود، سرانجام در سه‌ماهه چهارم خود افت کرد. درآمد‌ها در سه ماه گذشته ۰/۶ درصد کاهش یافت. با این حال فروش این برند در سال مالی خود ۶/۵ درصد افزایش داشت.

«هاورتیس»، فروشگاه زنجیره‌ای مبلمان کاهش فروش ۵/۹ درصدی را نشان داد. هاورتیس گفت که نتایج مثبتی را در مقایسه با دوره عادی پیش از همه‌گیری نشان می‌دهد. «لا-زی-بوی» که هم عمده‌فروش و هم خرده‌فروش است، گفت فروش سه‌ماهه سوم آن در کل شرکت ثابت بوده، اما سفارش‌های کتبی در فروشگاه‌هایش ۸ درصد رشد داشتند. «اوراستاک» نیز ۲۹ درصد افت فروش نشان داد. اینکه چه مقدار از این افت به دلیل حذف دسته‌های غیرخانگی در سال ۲۰۲۲ بود، نامشخص است، اما تعداد مشتریان فعال در سایت تا ۳۵ درصد کاهش یافته است.



مشتری ناچار وفادار نیست!

آیا کسب و کار تارگت با امکان مرجوعی در حاشیه خیابان (Curbside Returns) رونق می‌گیرد؟

خریداران زمانی برمی‌گردند که مرجوع کردن آسان باشد. تارگت انتظار دارد مرجوع کردن در حاشیه خیابان وفاداری مشتری و فروش را افزایش دهد. داده‌ها این را تأیید می‌کنند؛ طبق گزارش «چین استور ایج»، از هر ۱۰ مصرف‌کننده، هشت نفر خرید از خرده‌فروشان را اولویت قرار می‌دهند که فرایند مرجوعی ساده‌تری ارائه می‌دهند. این امر به خریدهای آنلاین نیز تعمیم می‌یابد؛ طبق گزارش فوربس، خریداران ترجیح می‌دهند به جای مرجوع کردن پستی و حتی تحویل رایگان از خانه، به فروشگاه‌ها بروند. یکی از امتیازات تارگت در اینجا ترکیب کالاهایش مانند پوشاک و کفش است که احتمال مرجوعی بیشتری دارند؛ طبق گزارش‌ها این کالاها ۴۶ درصد از مجموع کالاهای مرجوعی این خرده‌فروش را تشکیل می‌دهند. سی‌ان‌بی‌سی

درایو آپ ریترنز باعث افزایش فروش در زمانی می‌شود که تارگت به دلیل کاهش هزینه‌های غیراضطراری در حال آماده‌سازی برای کاهش سرعت رشد اقتصادی است. تارگت در فوریه اعلام کرد که پیش‌بینی می‌کند رشد فروش در سال ۲۰۲۳ در بهترین حالت تکرریمی باشد. پیش‌بینی سود تارگت در سال ۲۰۲۳ کمتر از انتظارات تحلیلگران بود.

چهار استدلال برای سرمایه‌گذاری در بازگرداندن کالا در حاشیه خیابان
درایو آپ ریترنز که طبق گزارش‌ها انتظار می‌رود تا پایان تابستان در همه مکان‌ها در دسترس باشد، می‌تواند مشوق آن خریدهای اختیاری باشد که برای تارگت مهم هستند. چهار دلیل برای این امر وجود دارد.

آیا یک جفت کفش ورزشی یا یک دوربین امنیتی که نصب آن برای خریداران بسیار پیچیده است، می‌تواند باعث شود افراد بارها و بارها به همان خرده‌فروش مراجعه کنند؟ تارگت معتقد است که اگر مشتریان بتوانند تنها با کلیک کردن روی اقسام آنها را مرجوع کنند، این اتفاق خواهد افتاد. این باور شکل‌دهنده سرویس جدید خرده‌فروشی کالاهای انبوه است که اکنون با نام درایو آپ ریترنز (Drive Up Returns) عرضه می‌شود. یکی از ویژگی‌های اضافه‌شده برنامه دریافت سفارش آنلاین با ماشین (درایو آپ) که در سال ۲۰۱۹ در ایالات متحده ملی شد، درایو آپ ریترنز است که به مشتریان تارگت اجازه می‌دهد اقلامی را که نمی‌خواهند، بدون ترک خودروی خود بازگردانند. احتمالاً فایده این گزینه چیزی بیشتر از راحتی مشتریان است. در حالت ایده‌آل،

این برندها اغلب برای به دست آوردن جذابیت و دستیابی به رشد پایدار تلاش می‌کنند. علاوه بر رقابت برای دیده‌شدن، ممکن است بازارها هزینه‌های بالایی را دریافت کنند یا برای فهرست کردن محصولات به گواهینامه‌های خاصی نیاز داشته باشند. علاوه بر این برندهای D2C در نهایت در تبلیغات بازاریابی بزرگ سرمایه‌گذاری می‌کنند که دو چالش را به همراه دارد: ۱. ناآشنایی با این پلتفرم در مقایسه با فیس‌بوک و گوگل ۲. نیاز به تخصیص بودجه قابل توجه در یک دوره طولانی برای مشاهده نتایج ملموس برندهای D2C برای غلبه بر این چالش‌ها به طور فزاینده‌ای به وب‌سایت‌های تجارت الکترونیک خود برای افزایش فروش یا کشف کانال‌های دیگر برای توزیع مانند آفلاین

در سال‌های اخیر، برندهای D2C به‌عنوان راه محبوب شرکت‌ها برای دور زدن کانال‌های سنتی خرده‌فروشی و فروش مستقیم محصولات خود به مصرف‌کنندگان ظهور کرده‌اند. در هند بیش از ۸۰۰ برند D2C با حذف واسطه‌ها، بازار را زیر نظر دارند. پیش‌بینی می‌شود بازار D2C در هند تا سال ۲۰۲۵ به حدود ۱۰۰ میلیارد دلار افزایش یابد. با این حال حتی با چنین رشد سریعی، این برندها با چالش بزرگی در به دست آوردن سهمی از بازارهای مختلف آنلاین مانند آمازون، فلیپ‌کارت، ماینترا و غیره مواجه هستند. تسلط این بازارها، رقابت برندهای جدیدتر D2C را دشوار کرده است. بازارها، برندهای بزرگ‌تر و با رشد قابل توجه را در اولویت قرار می‌دهند. این امر باعث می‌شود برندهای جوان D2C سخت‌تر دیده و از رقبا متمایز شوند. در نتیجه

یک برند منحصر به فرد باشید!

فرصت‌ها و تهدیدهای
برندهای D2C

