



گفت‌وگو با فاطمه نریمانی
مدیر ارشد طراحی
محصول سیمرغ تجارت

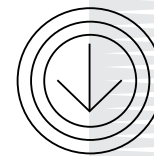
**قواعد بانکی
چالشی برای
طراحی
محصول**



گفت‌وگو با **مهدی مقیمان**
مدیرعامل گروه مبتکر و بنیان‌گذار پلتفرم مینی کالا

تحول فروش آنلاین با سوشال کامرس‌ها

| | | | |
|---|--|--|---|
| <p>اعتماد بر اساس خارجی بودن</p> <p>گفت‌وگو با امیرحسین راد مدیرعامل نوبیتکس</p> <p>۱۱</p> | <p>موافقت معاون اول به شرط اطمینان بخشی</p> <p>۲</p> <p>اظهار نظرها درباره فروش آنلاین همچنان ادامه دارد</p> <p>خبر NEWS</p> | <p>از موج سواری تاسمزدایی دیجیتال</p> <p>۱۲</p> <p>امتیازهای جالب شرکت‌ها برای بهبود برند کارفرمایی</p> <p>گزارش REPORT</p> | <p>حداقل سیگنال منفی ندهید</p> <p>گفت‌وگو با محمد حکیمی مدیرعامل رمزینکس</p> <p>۱۱</p> |
| <p>می‌خواهیم سراغ زبان‌های دیگری هم برویم</p> <p>۴</p> <p>گفت‌وگو با امین رحمانی هم‌بنیان‌گذار ویروایراست</p> <p>گفت‌وگو INTERVIEW</p> | <p>راهکار لجستیکی ارزان و سریع برای کسب‌وکارها</p> <p>۶</p> <p>رونمایی از قطار بار، سامانه تجارت الکترونیکی راه‌آهن</p> <p>گزارش REPORT</p> | <p>تاسمزدایی دیجیتال</p> <p>۱۲</p> <p>امتیازهای جالب شرکت‌ها برای بهبود برند کارفرمایی</p> <p>گزارش REPORT</p> | <p>حداقل سیگنال منفی ندهید</p> <p>گفت‌وگو با محمد حکیمی مدیرعامل رمزینکس</p> <p>۱۱</p> |



به بهانه پنجم مهرماه روز جهانی گردشگری سوگ ما و سرور همسایه‌ها

۲۷ سپتامبر (۵ مهرماه) در تقویم جهانی به نام «روز گردشگری» ثبت شده که در اغلب کشورهای گردشگری پذیر جهان، بهانه‌ای است برای آنکه گردشگران و میزبانان این روز را به جشن و شادمانی بگذرانند. گردشگری به معنای کلمه یک بازی دوسر برد است؛ چه صنعتی جذاب‌تر از اینکه به دیگر انسان‌ها شادی، لحظه‌های خوب و خاطره‌انگیز بفروشی، از این طریق امرار معاش کنی و در کنار چرخاندن اقتصاد کشور، فرهنگ و ارزش‌های آن را نیز به دیگران بشناسانی.

تصور کنید این روزها که گرمای تابستان جای خود را به هوای دلپذیر پاییزی داده، پنجم مهر برای ما ایرانیان نیز روزی بود تا در کنار گردشگرانی که از کشورهای گوناگون آمده‌اند تا جاذبه‌های طبیعی و همچنین فرهنگ و میراث غنی ما را ببینند، به جشن بگذرانیم. در چنان فضایی می‌شد به خود بالید که ما فرزندان نیاکان سرزمینی به این زیبایی هستیم، اما به نظر می‌آید جشن گرفتن چنین روزی در ایران حتی اگر اتفاق بیفتد، نمی‌تواند با دلخوشی همراه باشد؛ چراکه به گفته فعالان این حوزه، آمار گردشگران ورودی به ایران در برخی از ماه‌های یک سال گذشته نزدیک به صفر بوده و در حوزه گردشگری داخلی، هرچه جلوتر می‌رویم، سفر از سبد خرید خانواده‌های بیشتری حذف می‌شود و بخش زیادی از سفرهایی که توسط مردم صورت می‌گیرد از استانداردهای گردشگری به معنای جهانی آن دور بوده و اغلب تأثیری بر صنعت گردشگری کشور حتی در مقیاس محلی نمی‌گذارد؛



رضا امیرزاده



Amirzadeh.reza@gmail.com

هرچند مسئولان ما دوست دارند با اتکا به چنین سفرهایی بگویند که اوضاع گردشگری در کشور خوب است و مردم آن‌طورها هم دچار مشکلات اقتصادی نیستند و... چند ماه پیش بود که برای تهیه گزارشی با چند تن از فعالان حوزه گردشگری در کشور گفت‌وگو می‌کردم. حکایت آنها از دوران کرونا و رکودی که در پی آن صنعت گردشگری را زمین گیر کرده بود، ماجراهایی که در نیمه دوم سال گذشته از سر گذرانده بودند و ناامیدی از آینده به دلیل روندی که پیش روی خود می‌دیدند، حدیث غم‌انگیزی بود که در نهایت مرا واداشت تیترا آن گزارش را «گذشته‌ای سخت و آینده‌ای مبهم» بگذارم. متأسفانه در ماه‌های گذشته هیچ اتفاقی در راستای بهبود شرایط این صنعت با وجود پتانسیل بسیاری که کشور در این حوزه دارد، نیفتاده است و مسئولان به جای آنکه راه‌کاری اساسی در پیش بگیرند، به این دلخوش کرده‌اند که چطور با در نظر گرفتن هر فرد خارجی که وارد مرزهای ایران می‌شود به عنوان گردشگر، آمارها را آن‌طور که می‌خواهند اعلام کنند. متأسفانه این روزها پای صحبت هر کدام از فعالان بخش خصوصی در اقتصاد کشور بنشینید، از چالش‌هایی می‌گویند که تیشه به ریشه کسب‌وکارها می‌زنند؛ چالش‌هایی که راهکارهایی واضح اما دور از دسترس صاحبان و مدیران کسب‌وکارها دارند. در روزگاری که پیش چشم‌مان، کشورهای همسایه با داشتن ظرفیت‌هایی بسیار کمتر از آنچه ما داریم، در حال تبدیل شدن به قطب‌های گردشگری هستند، آیا همچنان قرار است در مناسبت‌هایی مانند روز گردشگری به جای برگزاری جشن، در سوگ فرصت‌های از دست رفته‌مان بنشینیم؟



شماره ۱۱۵
مهر ۱۴۰۲
سال سوم



شماره ۱۱۵ | مهر ۱۴۰۲ | سال سوم | کارنگ؛ هفته‌نامه اقتصاد نوآوری ایران

مدیر هنری: روح‌اله گیتی‌نژاد
مدیر فنی: علیرضا کیوان
صفحه‌آرا: حمید ابراهیمی
عکس: نسیم اعتمادی، مریم سعیدپور
شبکه‌های اجتماعی: محمدحسین صیادی‌نژاد
چاپ: هنر اشکان
نشانی: تهران، جنت آباد جنوبی، خیابان لاله غربی، خیابان حدیث، کوچه حدیث دوم، پلاک ۸
وبسایت: karangweekly.ir

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مینا والی
سرمدبیر: میثم سلیمانی

تحریریه: رضا امیرزاده، راضیه مینایی
مهران امیری، عبدالله مقدمی
نگار قانونی، عباس عین‌علی
ترانه احمد دوست، زهره دودانگه
ویراستار: یلدا شایسته‌فر

چالش پلتفرم‌های درج آگهی با رگولاتوری بارائه راه حل وزارت راه و شهرسازی به پایان رسید فقط مالکان ملک حق درج آگهی دارند



مدت‌هاست که پلتفرم‌های درج آگهی در دو حوزه خودرو و املاک با تنظیم‌گر این حوزه در چالش هستند. چندی پیش بود که دو پلتفرم شیپور و دیوار متهم به ایجاد تورم در این دو حوزه شده بودند. حرف اصلی رگولاتور در این میان به پلتفرم‌ها از این قرار است که پلتفرم‌های درج آگهی، نظارتی روی قیمت ملک و خودرو ندارند.

مهرداد بذرپاش، وزیر راه و شهرسازی برای جلوگیری از قیمت‌سازی اعلام کرده از این پس تنها مالکانی که خود و ملک‌شان در سامانه املاک و اسکان احراز هویت شده‌اند، می‌توانند در این پلتفرم‌ها آگهی درج کنند و این اعلام به این معناست که دیگر بنگاه‌داران نمی‌توانند به درج آگهی در پلتفرم‌ها اقدام کنند و تنها صاحبان اصلی املاک توانایی درج آگهی را خواهند داشت. خبرگزاری ایلنا در گفت‌وگو با مهرداد بذرپاش این موضوع را مطرح کرد که در صورت ایجاد چنین سامانه‌ای احتمال انجام معاملات زیرزمینی افزایش می‌توانست این کار را انجام دهد.»

اظهار نظرها درباره فروش آنلاین همچنان ادامه دارد

موافقت معاون اول به شرط اطمینان بخشی

محمد مخبر، معاون اول رئیس‌جمهور پنجم مهرماه ۱۴۰۲ درباره موضوع سامان‌دهی فروش اینترنتی دارو در سکوها اینترنتی اظهار داشت که دولت با ارائه خدمات از طریق نرم‌افزارها به مردم موافق است. او در بازدیدی که از هشتمین نمایشگاه بین‌المللی دارو و صنایع وابسته داشت، تشریح کرد: «ما با ارائه خدمات از طریق نرم‌افزارها به مردم موافق هستیم و این موضوع از سیاست‌های اصلی دولت است. در حوزه سلامت حساسیت این موضوع مقداری زیاد است و نگرانی‌هایی وجود داشت و باید فرایندها و امکان نظارت بر آنها بررسی می‌شد. ما مصر هستیم که این اتفاق بیفتد، اما فرایندها باید اطمینان‌بخش باشند.»

بهرام عین‌اللهی، وزیر بهداشت نیز در ادامه افزود: «این فرایند باید از طریق داروخانه‌ها انجام بگیرد؛ یعنی داروخانه‌ها باید بر آن نظارت داشته باشند.» در هفتاد و هفتمین نشست هیئت مقررات‌زایی و بهبود محیط کسب‌وکارها به پلتفرم‌هایی که در حوزه عرضه و پخش دارو فعالیت دارند، اجازه فعالیت

رسمی داده شده بود. بر اساس این مصوبه، پلتفرم‌های حوزه سلامت برای توزیع دارو دیگر نیازی به اخذ مجوز نداشتند، اما در روز ۲۶ شهریورماه شاهد خبر ابطال این مجوز توسط حیدر محمدی، رئیس سازمان غذا و دارو بودیم. بر اساس گفته‌های محمدی به نظر می‌رسید که به دستور معاون اول رئیس‌جمهور، مصوبه هیئت مقررات‌زایی برای فروش دارو از طریق پلتفرم‌ها باطل شده است، اما لازم به ذکر است که خبر ابطال این مجوز به‌طور رسمی به سازمان غذا و دارو ابلاغ نشده بود و هیئت مقررات‌زایی هم در خصوص ابطال این مصوبه واکنشی نداشت؛ بنابراین در مورد اجرا یا ابطال مصوبه مذکور تا همین چند روز گذشته صراحتی وجود نداشت.

طبق گفته‌های معاون اول رئیس‌جمهور این مجوز باطل نشده و دولت نیز با ارائه خدمات به مردم از طریق پلتفرم‌های آنلاین موافق است، ولی به نظر می‌رسد نگرانی‌ها و حساسیت‌هایی در مورد فرایندهای این اتفاق وجود دارد.



دولت باید اولین مشتری هوش مصنوعی باشد

چالش‌های کسب‌وکارهای مبتنی بر هوش مصنوعی

امین رحمانی، هم‌بنیان‌گذار ویراویراست، معتقد است یکی از مهم‌ترین چالش‌ها، نیروی انسانی است. او در این باره می‌گوید: «ما به سختی می‌توانیم به یک نیرو ۷۰۰ تا ۱۰۰۰ دلار حقوق دهیم، اما در همسایگی ما کشور امارات به راحتی به نیروهای خود هفت هزار دلار در ماه حقوق می‌دهد.»

او می‌افزاید: «یکی دیگر از چالش‌ها بحث زیرساخت است. شرکت OpenAI که توانست ۱۰ میلیارد دلار سرمایه جذب کند، شاید بالغ بر همین مبلغ را صرف زیرساخت‌های سخت‌افزاری خود کرده باشد. ما برای آموزش مدل‌ها به قطعه‌ای به نام GPO نیاز داریم که بسیار گران است. نگهداری از این قطعه هم بسیار هزینه‌بر است.»

رحمانی ادامه می‌دهد: «چالش بعدی بحث دیتاست. در کشورهای دیگر دیتا در اختیار شرکت‌های هوش مصنوعی قرار می‌گیرد، اما در ایران دیتا در دست سازمان‌هاست. در ایران شرکت‌های هوش مصنوعی خودشان باید دیتا تولید کنند که بسیار زمان‌بر است. قانون‌گذار هم برای رفع این مشکل هیچ قانونی تصویب نکرده است.»

به گفته هم‌بنیان‌گذار ویراویراست چالش دیگر کسب‌وکارهای مبتنی بر هوش مصنوعی در رابطه با بازار است. او توضیح می‌دهد: «الان شرکت‌های هوش مصنوعی زیاد هستند. یکی از اصول در این حوزه در دنیا این است که خود دولت‌ها باید محصولات هوش مصنوعی را بخرند. برای مثال رشد شرکت گوگل به دلیل حمایت دولتش بوده است. ولی در کشور ما هنوز این موضوع جا نیفتاده که دولت باید اولین مشتری هوش مصنوعی باشد. یعنی دولت باید از شرکت‌های هوش مصنوعی حمایت کند. در ایران هنوز راه زیادی مانده تا دولت متوجه شود که باید از شرکت‌های هوش مصنوعی حمایت کند. چون هزینه زیرساخت این شرکت‌ها زیاد است و تا به مدل مقیاس‌پذیری برسند، زمان می‌برد.»



شماره ۱۱۵
۹ مهر ۱۴۰۲
سال سوم



گفت‌وگو

INTERVIEW



ایده راه‌اندازی ویراویراست چگونه مطرح شد؟ چه نیازی احساس کردید که به فکر ساخت چنین نرم‌افزاری افتادید؟

من سال ۱۳۹۶ دانشجو بودم و می‌خواستم از پایان‌نامه دفاع کنم. استاد راهنمای من بسیار سخت‌گیر بود و نسبت به درستی نگارش متن حساسیت زیادی داشت.

با اینکه رشته من فنی بود، اما استاد من نسبت به درستی متن پایان‌نامه سخت‌گیری زیادی داشت و به من اجازه دفاع نمی‌داد. من هم برای دفاع عجله داشتم و آماده بودم که بعد از دفاع به آلمان بروم. به سراغ چند نرم‌افزار رفتم تا متن پایان‌نامه‌ام را ویراستاری کنم، اما کار کردن با آنها بسیار زمان‌بر بود. به همین دلیل فکری به ذهنم رسید. چند روز وقت گذاشتم و یک کد نوشتم. ۹۰ درصد کار من با آن کد درست شد و توانستم از پایان‌نامه‌ام دفاع کنم.

بعد از آن به این فکر کردم که قطعاً بسیاری از دانشجویان با این معضل مواجه هستند. با بررسی‌ای که انجام دادم، متوجه شدم استادان تحصیلات تکمیلی در دانشگاه‌های دیگر هم نسبت به نگارش متن حساس هستند.

در نگارش پایان‌نامه دانشجویان فقط به فکر نوشتن هستند و به نحوه نگارش متن توجهی ندارند.

به این فکر کردم که تعداد دانشجویان تحصیلات تکمیلی در کشور کم نیست و با جست‌وجو در این باره متوجه شدم ۹۹۰ هزار دانشجوی تحصیلات تکمیلی در ایران وجود دارد. نرم‌افزارهای موجود را هم بررسی کردم. ویراستیار در سال ۱۳۹۰ با هزینه شورای انقلاب فرهنگی ساخته شده بود و برای آن سال‌ها نرم‌افزار خوبی بود، اما کلمات را تک‌به‌تک بررسی می‌کرد. با توجه به اینکه تا سال ۱۳۹۶ مدل‌های هوش مصنوعی جدیدی ایجاد شده بودند، دیدیم که امکان ساخت نرم‌افزار بهتری وجود دارد.

نرم‌افزارهای خارجی را هم بررسی کردم و با گرامرلی آشنا شدم. گرامرلی نیز از جامعه دانشگاهی شکل گرفته بود. به این نتیجه رسیدیم که می‌توان نرم‌افزاری مشابه گرامرلی برای زبان فارسی داشت. به این ترتیب بود که تیم ما شکل گرفت.

در ابتدا تیم ما ۱۱ عضو داشت و اکثر آنها در رشته زبان‌شناسی تحصیل کرده بودند. ما به تولید داده نیاز داشتیم.

منظور من از داده، متن ویرایش‌شده‌ای است که بتوان با آن سیستم را آموزش داد، اما رفته‌رفته تیم ما کوچک‌تر شد. چون در ابتدای کار قضیه جدی نبود و فکر نمی‌کردیم تا اینجا پیش برویم.

در نهایت محصول شما در چه سالی راه‌اندازی شد؟

نسخه اولیه محصول ما اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۹ راه‌اندازی شد تا وارد بازار شود و محک بخورد. این نسخه وارد بازار شد و در مورد آن بازخوردهایی گرفتیم. سال ۱۴۰۰ یک آپدیت خیلی خوب منتشر کردیم. گوگل یک الگوریتم جدید به نام ترنسفورمر منتشر کرده بود و در آن زمان خیلی طرفدار داشت. فکر می‌کنم ما جزء اولین تیم‌ها در حوزه متن بودیم که از این الگوریتم استفاده کردیم.

این آپدیت بسیار نتیجه‌بخش بود. پست جی‌پی‌تی نیز بر اساس این الگوریتم‌ها کار می‌کند. در اواخر سال ۱۴۰۰ هم توانستیم دانش‌بنیان شویم. در حال حاضر با آخرین آپدیتی که ماه گذشته منتشر کردیم، ویراویراست شبیه گرامرلی شده و می‌توان گفت یک نسخه از گرامرلی برای زبان فارسی است. چون ویراویراست یافت جمله، ساختار و معنی کلمات را در کنار هم کاملاً متوجه می‌شود.

می‌خواهیم سراغ زبان‌های دیگری هم برویم

هم‌بنیان‌گذار ویراویراست از کاربرد هوش مصنوعی برای درست‌نویسی در فارسی دغدغه‌افراد زیادی، از روزنامه‌نگاران گرفته تا دانشجویان است. برای درست‌نگاشتن علاوه بر دقت به سرعت هم نیاز داریم، اما کسانی که هر روز با این قضیه درگیر هستند، به خوبی درک می‌کنند که داشتن همزمان دقت و سرعت در ویرایش متون فارسی کار بسیار سختی است. اینجاست که نرم‌افزارهای ویرایش متن فارسی به کمک نویسندگان می‌آیند و تا حدودی کار آنها را آسان می‌کنند. ویراویراست یکی از این نرم‌افزارهاست که سعی می‌کند بر کیفیت خروجی تأکید زیادی داشته باشد. این نرم‌افزار مشابه گرامرلی است و به گفته بنیان‌گذار آن بر خلاف سایر نرم‌افزارهای ویرایش متن فارسی که کلمات را تک‌به‌تک ویرایش می‌کنند، می‌تواند ساختار و جملات را درک کند.

ویراویراست علاوه بر ویرایش متون، محصولات دیگری مانند تبدیل صوت به متن و تبدیل عکس به متن هم دارد. به علاوه این شرکت راهکارهای مبتنی بر هوش مصنوعی به سازمان‌ها ارائه می‌دهد و به آنها در هوشمندسازی روندهایشان کمک می‌کند. امین رحمانی، هم‌بنیان‌گذار این شرکت دانش‌بنیان مستقر در شیراز در گفت‌وگو با کارنگ می‌گوید که شناخت نیاز مشتری و بازار برای آنها مزیتی به ارمغان آورده که توانسته‌اند با سایر کسب‌وکارهای مشابه در این حوزه رقابت کنند. او علاوه بر معرفی کسب‌وکار و محصولاتش به چالش‌های راه‌اندازی کسب‌وکار مبتنی بر هوش مصنوعی هم اشاره می‌کند. رحمانی معتقد است در راه‌اندازی کسب‌وکارهای مبتنی بر هوش مصنوعی حمایت دولت اهمیت زیادی دارد و در تمام دنیا شرکت‌های بزرگ با کمک و حمایت دولت‌شان توانسته‌اند رشد کنند.



راهکار لجستیکی ارزان و سریع برای کسب و کارها

رونمایی از قطار بار، سامانه تجارت الکترونیکی راه آهن

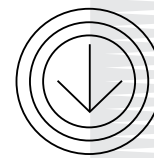
پیش‌تاز راه و شهر در این مراسم ضمن اشاره به قدمت ارائه خدمات لجستیکی در حوزه خرده‌بار توسط شبکه ریلی کشور گفت: «حمل و نقل ریلی یک حمل و نقل سبز است که با ایمنی و سرعت بالا، هزینه‌های پایینی دارد. در حال حاضر ما این آمادگی را داریم که این سرویس را به جامعه هدفمان که فعالان حوزه کسب و کار و تولیدکنندگان محموله‌ها و بازارگاه‌های فعال در فضای اینترنت هستند، ارائه دهیم.» او در ادامه اظهار داشت: «مجموعه ما آماده است به جز رهسپاری که میان شهرهای استان‌های گوناگون انجام می‌دهیم، از طریق

مراسم رونمایی از «قطار بار»، سامانه تجارت الکترونیکی راه آهن با حضور مدیرعامل شرکت «توسعه بازرگانی پیش‌تاز راه و شهر» برگزار شد. شرکت توسعه بازرگانی پیش‌تاز راه و شهر با نام تجاری قطار بار مراسم رونمایی از خدمات لجستیک مبتنی بر شبکه ریلی کشور را بر بستر وب سرویس (API) با امکان ثبت و صدور بارنامه و رهگیری مرسولات در حاشیه دهمین نمایشگاه بین‌المللی حمل و نقل و صنایع ریلی برگزار کرد. «مجید فغانی»، مدیرعامل شرکت توسعه بازرگانی

راه آهن می‌تواند انتخاب خرده‌فروشان برای ارسال ارزان و سریع مرسوله‌ها باشد

احیای یک امکان لجستیکی فراموش شده

مدیرعامل شرکت توسعه بازرگانی پیش‌تاز راه و شهر در حاشیه مراسم رونمایی سامانه قطار بار درباره لزوم استفاده از فناوری در صنعت لجستیک به خبرنگار کارنگ می‌گوید: «اگر قرار باشد یک کسب و کار در شبکه حمل و نقل فعالیت کند و از فناوری اینترنت استفاده نکند، محکوم به فناست.» مجید فغانی با اشاره به همکاری مجموعه تأمین برای راه‌اندازی این سامانه تأکید کرد که حوزه حمل و نقل خرده‌بار کشور در حال تهی شدن از خدمات شبکه ریلی



صنعت لجستیک دیجیتالی شده چگونه می‌تواند به رشد و توسعه کسب و کارهای کوچک ختم شوند؟

مزیت‌هایی برای بزرگ و کوچک

به صورت دیجیتالی بهینه شود. به علاوه می‌توان گزینه‌هایی را به این فرایند افزود که قبلاً از طریق تلفن یا کاغذبازی انجام می‌شدند. به طور مثال برای بیمه‌های کالاهای فاسدشدنی دیگر مثل قبل نیازی به نامه‌زدن و پیگیری و صرف وقت زیادی نیست و می‌توان به راحتی و در کمترین زمان این کار را از طریق پلتفرم‌های دیجیتالی انجام داد.

سوال مشتری و پاسخ هوش مصنوعی

همان‌طور که گفته شد، رزرو فوری و دیجیتال در زمان و هزینه شرکت‌ها صرفه‌جویی می‌کند و در نتیجه منابع بیشتری برای انجام کارهای دیگر در اختیار آنها قرار می‌دهد. با این حال شرکت‌های کوچک‌تر که تازه سفر دیجیتالی خود را آغاز کرده‌اند، ممکن است نسبت به راه‌حل‌های دیجیتالی لجستیکی محتاط باشند. واضح است که این شرکت‌ها به یک مشاور در امور مربوطه نیاز دارند که در این زمینه نیز دیجیتالی شدن به کمک آنها می‌شتابد.

سیستم‌های هوش مصنوعی در شرکت‌های لجستیکی کمک می‌کنند به سؤالات و نگرانی‌های مشتریان زودتر پاسخ داده شود. به جای اینکه سؤالات و ابهامات ساعت‌ها و روزها در صندوق‌های ورودی بمانند تا مرتب و به بخش مربوطه ارسال شوند، سیستم‌های هوش مصنوعی کمک می‌کنند که سؤالات مشتریان به طور خودکار طبقه‌بندی شوند. این اتوماسیون کمک می‌کند تا زمان پاسخ به مشتریان سریع‌تر شود و این موضوع به نفع شرکت‌هایی است که در استفاده از فرایندهای دیجیتالی محتاط‌تر هستند. در واقع از طریق این اتوماسیون‌ها به سؤالات و ابهامات مشتریان خیلی سریع‌تر پاسخ داده می‌شود تا آنها بتوانند راحت‌تر تصمیمی بگیرند.

صرفه‌جویی در هزینه و زمان

در حالی که لجستیک از لحاظ تاریخی صنعتی کند در نوآوری و دیجیتالی شدن محسوب می‌شود، اما اکنون راه‌های متعددی برای شرکت‌ها وجود دارد تا خدمات لجستیکی خود را به‌روزسانی کنند. این راه‌حل‌های ساده به شرکت‌های کوچک‌تر اجازه می‌دهد تا تحول دیجیتال خود را به سرعت آغاز کرده و زمان و منابع ارزشمندی را برای فعالیت‌های استراتژیک‌تر ذخیره کنند. با صرف زمان کمتر برای فرایندهای لجستیک و رزرو، شرکت‌ها می‌توانند بیشتر در توسعه و رشد سرمایه‌گذاری کنند.

برای شرکت‌های کوچک یا شرکت‌هایی که در اول راه خود یا در مرحله بلوغ هستند، همراه شدن با تحول دیجیتال می‌تواند امری استرس‌زا باشد، اما با وجود این ترس و دلهره‌ها، دیجیتالی شدن اهمیت زیادی دارد و سود زیادی برای کسب و کارها به ارمغان می‌آورد. بر اساس مطالعه‌ای که در سال ۲۰۲۰ توسط سیسکو انجام شد، کسب و کارهای کوچک در چند حوزه کلیدی ۴۸ درصد از کل تولید ناخالص داخلی (GDP) کشورهايشان را تشکیل می‌دهند. این رقم نشان‌دهنده اهمیت و بازده کسب و کارهای کوچک است. پس سیسکو پیش‌بینی می‌کند با دیجیتال سازی بیشتر، این شرکت‌های کوچک می‌توانند رشد تولید ناخالص داخلی کشورهايشان را تا سال ۲۰۲۴ به ۲/۳ تریلیون دلار افزایش دهند.

در واقع بسیاری از مشاغل کوچک‌تر در حال بررسی دیجیتالی سازی خود هستند. سیسکو در مطالعه خود دریافت که ۷۲ درصد از کسب و کارهای کوچک مورد بررسی در سراسر بریتانیا، ایالات متحده، آلمان، فرانسه، کانادا، مکزیک، برزیل و شیلی، از زمان شیوع کووید ۱۹ در حال تلاش برای سرعت بخشیدن به دیجیتالی شدن خود هستند، اما صنعت لجستیک چگونه می‌تواند از دیجیتالی شدن برای کمک به رشد شرکت‌های کوچک‌تر استفاده کند و چرا تحول دیجیتال مهم است؟

امکان رزرو فوری

در گذشته، رزرو کانتینر حمل و نقل گاهی بیش از یک هفته زمان می‌برد؛ چراکه فرایند تأیید، بیمه و بارنامه زمان‌بر بود. در واقع زمان زیادی صرف انتقال مرسوله از نقطه مبدأ به نقطه مقصد می‌شد. اما اکنون امکان انجام ۶۰ درصد از رزروها به صورت دیجیتالی فراهم شده است.

بسیاری از مراحل هم به صورت خودکار و آنی انجام می‌شوند. برای مثال قبلاً صدور بارنامه گاهی تا هشت روز هم زمان می‌برد، اما در حال حاضر این مرحله در کمتر از ۱۰ دقیقه انجام می‌شود. این اتفاق کسب و کارها را قادر می‌سازد تا به جای صرف وقت برای فرایندهای لجستیکی به کارهای مهم‌تری چون رشد و توسعه خود بپردازند.

زنجیره تأمین خاص مشتری

با استفاده از فرایندهای دیجیتالی دیگر نیازی به برنامه‌ریزی‌های دستی برای نحوه دریافت محموله از انبار، بندر، قطار، کامیون و انبار نیست. کل این زنجیره می‌تواند



شماره ۱۱۵
۹ مهر ۱۴۰۲
سال سوم



نگاهی به فعالیت‌های گروه مبتکر

گروه مبتکر فعالیت خود را از سال ۱۳۸۹ در حوزه توسعه محصولات مبتنی بر فناوری اطلاعات آغاز کرد. این گروه از ابتدای دهه ۹۰ در زمینه تولید وبسایت برای مجموعه‌های دولتی و خصوصی فعالیت کرده و پس از آن بر اساس نیازهایی که مشتریان داشته‌اند، وارد حوزه تولید محتوا می‌شود. گروه مبتکر از اواسط این دهه کار خود را در حوزه هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، بلاکچین و ریباتیک ادامه می‌دهد و نهایتاً در سال ۱۳۹۶ وارد حوزه ساخت اپلیکیشن‌های گوشی همراه می‌شود. در مجموع، توسعه شهر هوشمند، اپراتوری تلفن همراه و ثابت، تأمین، تجهیز و توسعه زیرساخت‌های ارتباطی کشور، ارائه خدمات اینترنتی، توسعه و گسترش خدمات ارزش افزوده و نرم‌افزارهای کاربردی، گسترش حمل و نقل هوشمند و راهکارهای جامع پرداخت خرد، شتاب‌دهی شرکت‌های نوآور، سرمایه‌گذاری خطرپذیر و... از جمله حوزه‌هایی است که گروه مبتکر در آن فعال بوده است. گروه مبتکر از اواخر سال ۱۳۹۹ پس از انجام چند پروژه در زمینه اپلیکیشن‌های گوشی همراه، تمرکز خود را روی پروژه «مینی شهر» گذاشته که قرار است ماکتی از یک شهر در فضای دیجیتال باشد. در چشم‌اندازی که برای اکوسیستم «مینی شهر» تعریف شده، این پروژه شامل مجموعه‌ای از اپلیکیشن‌ها و پلتفرم‌ها برای شکل‌گیری یک شهر هوشمند است. اولین پروژه برای ایجاد این اکوسیستم مینی کالاست که با تمرکز بر «سوشال کامرس» یا شبکه فروش غیرمتمرکز، فعالیت خود را آغاز کرده است. «مینی پی»، «مینی کیو»، «مینی چنج»، «مینی بانک»، «مینی کارت»، «مینی فود» و «مینی تی‌وی» از دیگر حلقه‌های زنجیره‌ای هستند که در نهایت قرار است «مینی شهر» را بسازند. در حال حاضر «مهدی مقیمیان»، مدیرعامل گروه مبتکر و بنیان‌گذار «مینی کالا» است.



شماره ۱۱۵
۹ مهر ۱۴۰۲
سال سوم



تحول فروش آنلاین با سوشال کامرس‌ها

گفت‌وگو با مهدی مقیمیان، مدیرعامل گروه مبتکر و بنیان‌گذار پلتفرم مینی کالا



بیش از دوهفته از تولد آمازون به‌عنوان بزرگ‌ترین و معروف‌ترین فروشگاه اینترنتی جهان می‌گذرد و مارکت پلیس‌های زیادی با الهام از این غول ایکامرس شکل گرفته و رشد کرده‌اند. با این حال بسیاری از فروشندگان بومی در کشورهای مختلف ترجیح می‌دهند به جای استفاده از خدمات مارکت پلیس‌ها با توجه به محدودیت‌هایی که دارند، کسب‌وکارشان را در شبکه‌های اجتماعی ایجاد کنند و توسعه دهند. اینستاگرام در این میان یکی از جذاب‌ترین بسترهایی بوده که توجه فروشندگان در کشورهای مختلف از جمله ایران را به خود جلب کرده است. با گسترده‌تر شدن میزان فروش اینترنتی در بسترهایی مانند اینستاگرام چالش‌های مرتبط با کلاهبرداری در این فضاها نیز جدی‌تر شده است. چالش‌هایی که همچنان بدون راهکار هستند و به همین دلیل افراد ترجیح می‌دهند در چنین فضا‌هایی روی مبالغ بالا ریسک نکنند. «مهدی مقیمیان»، مدیرعامل گروه مبتکر معتقد است سوشال کامرس‌ها به‌عنوان نسل بعدی مارکت پلیس‌ها، جایگزین پلتفرم‌های فروش آنلاین هستند که برای چالش‌های فروش در مارکت پلیس و شبکه‌های اجتماعی راهکار ارائه می‌دهند. با او که بنیان‌گذار «مینی کالا» است درباره این سوشال کامرس ایرانی و ویژگی‌هایی که دارد، به گفت‌وگو نشستیم.

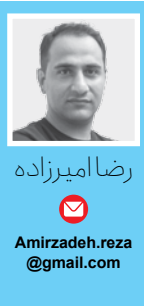
ایده مینی کالا از کجا شکل گرفت و چگونه به این جمع‌بندی رسیدید که فروشنده‌های خرد در فضای آنلاین به چنین پلتفرمی نیاز دارند؟

برای جواب به این سؤال باید به کمی عقب‌تر برگردیم. «مینی کالا» در واقع بخشی از یک پروژه بزرگ‌تر به نام «مینی شهر» است که حدوداً از اواخر سال ۱۳۹۹ آن را آغاز کردیم. در حال حاضر تمرکز گروه مبتکر روی این ابرپروژه است که از ۲۱ پروژه تشکیل می‌شود و یکی از این پروژه‌ها مینی کالاست. «مینی پی»، «مینی کیو»، «مینی چنج»، «مینی بانک»، «مینی مارکت»، «مینی کارت»، «مینی فود»، «مینی تی‌وی» و... سایر محصولات این پروژه هستند. ایده مینی شهر از اینجا شکل گرفت که بر اساس تجربه ما، در ایران دلیل شکست پروژه‌ها همیشه این نیست که خودشان بد عمل می‌کنند، بلکه می‌تواند به خاطر این باشد که حلقه‌ای از یک زنجیره کلی هستند و به دلیل عملکرد بد حلقه بعدی یا قبلی با شکست مواجه می‌شوند. این فارغ از چالش‌هایی است

که در حوزه رگولاتوری وجود دارد. ما به این نتیجه رسیدیم که برای جلوگیری از چنین اتفاقی باید همه حلقه‌های زنجیره را داشته باشیم و بتوانیم عملکرد آن را مدیریت کنیم؛ بنابراین تصمیم گرفتیم یک شهر هوشمند بسازیم و همه زنجیره‌های مورد نیاز آن را شکل دهیم. این پروژه از آنجایی که ماکت یک شهر است، مینی شهر نام گرفت. این شهر باید فروشگاه، بانک، کتابخانه، سینما، سوپرمارکت و... داشته باشد. ما تصمیم گرفتیم اجزای این شهر را به‌صورت جداگانه بسازیم تا در نقطه‌نهایی که همه اینها ساخته شد، شهر ما شکل بگیرد. سؤال اصلی ما این بود که کار را با کدام یک از اجزای این شهر آغاز کنیم. برای این انتخاب شش ماه زمان صرف کارهای تحقیقاتی کردیم تا بدانیم در حال حاضر شرایط ورود به بازار کدام یک مهیاتر است. نتیجه بررسی‌های ما این شد که به سمت تولید یک پلتفرم سوشال کامرس برویم.

چه عواملی باعث شد که به چنین نتیجه‌ای برسید؟

خرید آنلاین نیازی بود که کرونا به جامعه تحمیل و شرایط آن را مهیا کرده بود، وگرنه شاید سال‌ها زمان می‌برد که این بخش در این اندازه مورد توجه جامعه ایران قرار گیرد. از سویی ما در جهان یک مارکت پلیس داشتیم که نسل دوم فروش اینترنتی به‌شمار می‌آمد؛ آمازون دنیا را تغییر داده و صاحب آن جف بزوس به پولدارترین آدم دنیا تبدیل شده و نوک هرم نشسته بود. اما از آغاز به کار آمازون بیش از دوهفته می‌گذشت و قرار نبود این مدل تا صد سال دیگر هم سرآمد فروش اینترنتی باشد. ما به این نتیجه رسیدیم که نسل بعدی در حوزه فروش اینترنتی، سوشال کامرس است. مدل‌های خارجی که می‌توان آنها را نزدیک به سوشال کامرس دانست، یکی «تائوبائو» در چین است و یکی هم «اسپارک» در آمریکا است که البته سهام‌دار اصلی آن هم خود آمازون است.



رضا امیرزاده
Amirzadeh.reza@gmail.com

سوشال کامرس چه مؤلفه‌هایی دارد و تفاوت آن با مارکت پلیس‌ها در چیست؟

سوشال کامرس در دنیا مانند ایکامرس هنوز آن قدر پخته نشده که ما بدانیم چه استانداردهایی دارد و بخواهیم با خواندن چند داستان موفقیت و شکست و بنچمارک کردن چند پروژه آن را بسازیم. در واقع این مدلی است که دنیا همچنان در حال آزمون و خطای آن است. همچنین به‌دلیل ماهیتی که سوشال کامرس دارد، اگر آنچه را در آمریکا در اسپارک اتفاق افتاده، در چین کیپی کنید، جواب نمی‌دهد و آنچه را در چین تحت نام تائوبائو اتفاق افتاده، نمی‌توان در جای دیگر عیناً پیاده‌سازی کرد. تائوبائو در چین کار خود را در سال ۲۰۱۵ آغاز کرد و بعد از پنج سال به ۱۰۱ میلیارد دلار ارزش رسید، اما برای مثال خودروسازی مانند بی‌ام‌دبلیو پس از یک قرن فعالیت حدود ۱۰۰ میلیارد دلار ارزش دارد. این مقایسه نشان می‌دهد که سرعت بزرگ شدن این کسب‌وکار تا چه اندازه می‌تواند سریع باشد. درباره بخش دوم سؤال می‌توان به‌صورت خیلی موجز گفت وقتی شما مارکت پلیس را به‌صورت غیرمتمرکز اجرا کنید، به سوشال کامرس می‌رسید؛ ما در دوره‌ای شروع به متمرکز کردن همه چیز کردیم؛ برای مثال همه بقای‌ها را حذف و هایپرمارکت‌ها را جایگزین کردیم. اما در حال حاضر این روند

در جهان معکوس شده و همه چیز دوباره در حال حرکت به سمت غیرمتمرکز شدن است؛ همان‌طور که در حوزه بانکی بلاکچین می‌خواهد نظام مالی دنیا را از مدل متمرکز مبتنی بر بانک‌ها تغییر دهد و به یک مدل غیرمتمرکز تبدیل کند، در مارکت پلیس‌ها هم این اتفاق توسط شبکه‌های اجتماعی و سوشال کامرس‌ها در جریان است.

چه عاملی باعث می‌شود که مارکت پلیس‌ها به سوی غیرمتمرکز شدن بروند؟

مارکت پلیس تاکنون به این شکل عمل می‌کرد که از فروشنده می‌خواست کالایش را در اختیار او قرار داده تا آن را استانداردسازی کند، خدمات انبارداری، لجستیک، پشتیبانی و تبلیغات ارائه دهد و به این شکل باری از روی دوش فروشنده‌ها بردارد. اما نقص مارکت پلیس‌ها این است که سقف محدودی دارند و از یک جایی به بعد هزینه‌های عملیاتی اسکیل کردن دیگر مقرون‌بصرفه نیست. مگر یک مارکت پلیس چه اندازه می‌تواند انبار ایجاد کند و خدمات لجستیک ارائه دهد؟ راهکار کسب‌وکاری مانند آمازون این بود که بازار خود را به کشورهای دیگر ببرد، ولی ما در ایران یک پرچم‌دار در این زمینه داریم که در ۹۰ سال گذشته بازار را در اختیار داشته و از ابتدای کرونا هم با رشد‌های زیادی روبه‌رو شده، اما در هر صورت برای بزرگ شدن چاره‌ای جز داشتن انبار و لجستیک ندارد. معمولاً مارکت پلیس‌ها برای آنکه بتوانند مشکلات عملیاتی خود را حل کنند، دهک خود را تغییر می‌دهند و به جای اینکه کالاهای دهک‌های ۳ و ۴ را بفروشند، اقدام به فروش کالاهایی برای دهک‌های ۸، ۹ و ۱۰ می‌کنند تا درآمدشان جبران شود. این پاشنه آشیل یا آفت مارکت پلیس‌هاست.

راهکار سوشال کامرس برای این محدودیت چیست؟

سوشال کامرس همه این زیرساخت‌ها را بر عهده خود فروشنده می‌گذارد. یعنی خدماتی مانند انبار، لجستیک و استانداردسازی را ارائه نمی‌دهد و فقط به وظیفه اصلی خود که پلتفرم بودن است، عمل می‌کند. نیاز فروشنده، فروش امن و راحت است و این ارزش اصلی‌ای است که سوشال کامرس‌ها در اختیار فروشنده‌ها می‌گذارند. من



اصرار بانک مرکزی بر تجمیع کارت‌های بانکی

تعداد کارت‌های بانکی در ایران بیش از ۴۰۰ میلیون کارت است که مسئولان، تعدد کارت‌های بانکی را عاملی برای تخلفات پول‌شویی می‌دانند و راهکار آنها در این زمینه، تجمیع کارت‌های بانکی است.

اکنون پس از گذشت سال‌ها از ماندن طرح تجمیع کارت‌های بانکی در قالب پیشنهاد، بانک مرکزی پروژه تجمیع کارت‌های بانکی در کارت ملی را آغاز کرده که این طرح با مخالفت نمایندگان مجلس و کارشناسان مواجه شده است. کارشناسان از شکست این طرح، پیامدها و هزینه‌های آن ابراز نگرانی می‌کنند و از نبود ساختار و موضع مشخص بانک مرکزی انتقاد دارند. به همین دلیل، در این گزارش به بررسی ایده تجمیع کارت‌ها در سال‌های اخیر، انتقادات کارشناسان و رویکرد مجلس و دولت در این زمینه پرداخته شده است. تجمیع کارت‌های بانکی چندسال است که هر بار به صورت پیشنهاد از سوی مسئولان از جمله نمایندگان مجلس، نیروی انتظامی و... در دولت‌های مختلف برای پیشگیری از تخلفات احتمالی ناشی از تعدد کارت‌های بانکی مطرح می‌شود، اما در نهایت به نتیجه نمی‌رسد. اما این روزها با اینکه نمایندگان مجلس با مصوبه لایحه برنامه هفتم توسعه مبنی بر تجمیع کارت‌های بانکی مخالفت کرده‌اند، بانک مرکزی از اجرای آزمایشی تجمیع کارت بانک ملی در کارت هوشمند ملی مشتریان این بانک خبر داده است. در بیست‌وهفتم مردادماه امسال، تفاهم‌نامه‌ای بین بانک ملی و سازمان ثبت احوال کشور امضا شد که طبق آن در سه ماه آینده، کارت بانک ملی در کارت ملی هوشمند تجمیع خواهد شد و پس از آن کارت‌های دیگر بانک‌ها به نوبت در کارت ملی تجمیع خواهند شد تا از کارت ملی به عنوان کارت بانکی استفاده شود.



شماره ۱۱۵
۹ مهر ۱۴۰۲
سال سوم



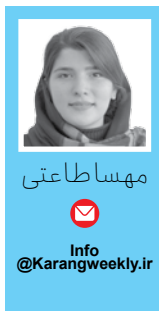
قواعد بانکی چالشی برای طراحی محصول

مدیر ارشد طراحی محصول سیمرغ تجارت از عوامل مؤثر در روند طراحی سرویس بانکی می‌گوید

درخواست و دریافت تسهیلات و برخورداری سلیقه‌ای شعب. ما در طراحی محصول سعی می‌کنیم فضای حل مسئله را به سیمرغ بیاوریم.» او پیاده‌سازی بابت در بانک تجارت را یکی از اقدامات مهم برای تسهیل دریافت وام ازدواج به صورت آنلاین اعلام می‌کند و در این زمینه می‌افزاید: «اکنون متقاضیان وام ازدواج می‌توانند با شرایط یکسان به صورت آنلاین تسهیلات خود را با اپلیکیشن بابت دریافت کنند. با توجه به عمر کوتاه فعالیت این اپلیکیشن، حدود ۳۵۰۰ فقره وام ازدواج از بستر بابت پرداخت شده است.»

مدیر ارشد طراحی محصول شرکت سیمرغ تجارت در ادامه صحبت‌های خود سرویس امضا و افتتاح حساب آنلاین و نسخه جدید BNPL را از جمله محصولات ارائه شده در تیم طراحی محصول اعلام کرده و در این زمینه می‌گوید: «نسخه جدید سرویس BNPL به زودی به بازار ارائه می‌شود که برای طراحی این سرویس، مصاحبه‌های عمیقی با مشتریان انجام دادیم و تست کاربرپذیری از آنها گرفتیم.» او در پایان صحبت‌های خود قواعد بانکی را یکی از چالش‌های جدی برای طراحی محصول عنوان می‌کند و در این زمینه توضیح می‌دهد: «تیم طراحی محصول سیمرغ تجارت در این زمینه سعی کرده با فرهنگ‌سازی و حرکت در این مسیر جدید، با صدای مشتری با قانون‌گذار صحبت کند تا بتواند فرهنگ مشتری‌مداری در نظام بانکی را تغییر دهد.»

محصولات مورد نیاز مشتریان است تا مورد استقبال آنها قرار بگیرد، بیان می‌کند: «در مسیر طراحی بابت، توجه به انسان‌ها و نیازهای آنها را اصل قرار دادیم و سعی کردیم فقط به فروش و اعداد و ارقام توجه نکنیم، بلکه تجربه، نیاز و راحتی مشتریان را در نظر بگیریم.» مدیر ارشد طراحی محصول شرکت سیمرغ تجارت ادامه می‌دهد: «در این مسیر، رویکرد طراحی و ابزارهای آن را دنبال می‌کنیم تا از این طریق، نیازهای مشتری و کسب‌وکارها را عمیق و بی‌واسطه درک کنیم. تفکر طراحی به ما کمک کرده تا دنبال راه‌حل‌های بی‌عیب و نقص نباشیم.»



مهسا طاعتی
Info@Karangweekly.ir

پرداخت تسهیلات ازدواج در اپلیکیشن بابت

طبق گفته نریمانی، تیم طراحی محصول در سیمرغ تجارت با هدف ایجاد تجربه بهتر برای مشتری از طریق رویکرد طراحی و ابزارهای تفکر طراحی شکل گرفته است. او ضمن بیان این مطلب توضیح می‌دهد: «دغدغه تیم ما در مسیر طراحی محصول، حل مشکلات لنگری و ریشه‌ای در صنعت بانکی است؛ مشکلاتی که مردم سال‌ها در شعبه تجربه کرده‌اند و انگار هیچ‌وقت قرار نیست حل شود؛ نظیر نبود عدالت اجتماعی در دریافت تسهیلات، طولانی بودن زمان

تجربه کاربران هنگام استفاده از اپلیکیشن‌ها با توجه به اینکه این ابزار جایگاه مهمی در زندگی پیدا کرده‌اند، رفته‌رفته تأثیر قابل توجهی در کیفیت زیست افراد می‌یابد. به همین دلیل هنگام خلق یک اپلیکیشن باید مسائل انسانی و تجربه‌هایی که کاربر هنگام استفاده از آن به دست می‌آورد، مورد توجه قرار گیرد.

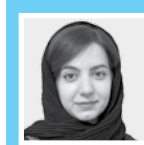
مدیر ارشد طراحی محصول سیمرغ تجارت می‌گوید که یکی از مهم‌ترین اهداف این تیم ایجاد تجربه بهتر برای مشتریان است و به همین منظور او و افراد تیمش در تلاش هستند مؤلفه‌هایی فراتر از زیبا سازی اپلیکیشن را ملاک کار خود قرار دهند. فاطمه نریمانی اظهار می‌کند: «مسئله ما در بانک‌ها و تک‌فین‌ها این است که (بر خلاف فین‌تک‌ها) در تئوری، ایده‌ای داریم که فکر می‌کنیم مشتریان حتماً آن را دوست دارند، ولی در عمل می‌بینیم که مشتری درگیر آن نمی‌شود. تعدد سرویس‌ها و اپلیکیشن‌های شکل گرفته به این شیوه در صنعت بانکی، باعث شکل‌گیری تیم طراحی محصول در سیمرغ تجارت شد.»

توجه به انسان‌ها در روند طراحی او در ادامه با تأکید بر اینکه تمرکز سیمرغ تجارت در مسیر طراحی اپلیکیشن بابت، بر ارائه سرویس‌ها و

اعتماد بر اساس خارجی بودن

مدیرعامل نوبیتکس می گوید از نظر ویژگی های پایه تفاوتی بین پلتفرم های داخلی و خارجی وجود ندارد

ماجرای یک صرافی کوینکس موضوع داغ کامیونیتی رمز ارزی ایران در هفته گذشته بوده است. در حال حاضر کوینکس واریز و برداشت را مجدداً از سر گرفته و اکنون امکان واریز و برداشت بیش از ۳۵۰ رمز ارز در این صرافی ممکن شده است. گرچه این صرافی اعلام کرده که همه خسارات احتمالی را جبران می کند، با این حال دوباره این موضوع در اکوسیستم رمز ارزی ایران مطرح شده که چرا یک صرافی خارجی تا این حد با کاربران ایرانی همکاری داشته و حالا با وجود مشکل، چه کسی مسئول تأمین امنیت دارایی این کاربران است. تمام این بحث ها به یک چالش بزرگ تر می رسد؛ اساساً چرا با وجود صرافی های بزرگ و مطرح در داخل کشور، کاربران ایرانی تمایل دارند فعالیت اصلی خود را در صرافی های خارجی ادامه دهند؟



پرنیان ستوده

parnian.std@gmail.com

امیرحسین راد، هم بنیان گذار و مدیرعامل نوبیتکس در خصوص چالش ها و ریسک های فعالیت در صرافی های خارجی می گوید: «کاربران ایرانی در استفاده از پلتفرم های خارجی تبادل رمز ارز با دو چالش مواجه هستند؛ چالش نخست تحریم های بین المللی و خطر فریز شدن دارایی است و چالش دوم، استفاده از صرافی هایی است که به لحاظ امنیت پلتفرم، احتمال از دست رفتن دارایی در آنها بالاست.» او در این خصوص عنوان می کند: «کاربران عمدتاً به دلیل دسترسی به ابزارها و بازارهای معاملاتی با ضریب بالاتر یا بازار فیوچر و احتمال نقدشوندگی بیشتر به سمت پلتفرم های خارجی می روند.» به گفته راد از نظر ویژگی های پایه و واقعاً تفاوتی بین پلتفرم های داخلی و خارجی وجود ندارد و در حال حاضر بیشتر سرویس هایی که در پلتفرم های خارجی وجود دارد، در نمونه های داخلی نیز در دسترس کاربران قرار گرفته است.»

نقش کلیدی شیوه نگهداری دارایی کاربران در امنیت

با این حال برخی کاربران به دلیل نگرانی از تحریم، به سمت پلتفرم های کمتر شناخته شده خارجی می روند که این مسئله ریسک مضاعف دارد؛ در واقع علاوه بر مسائلی مانند بلوکه شدن دارایی، ممکن است این پلتفرم ها از درجه امنیت پایینی در نگهداری دارایی کاربران برخوردار باشند و به سادگی هک شوند. اما کاربران صرفاً به علت خارجی بودن به آنها اعتماد کرده اند.

مدیرعامل نوبیتکس در این خصوص مطرح می کند: «ما در نوبیتکس تلاش کرده ایم با اضافه کردن سرویس های مورد نیاز کاربران، بیش از گذشته پاسخگوی نیازهای کاربر باشیم تا تجربه کاربری خوبی ایجاد کنیم. اما آنچه در امنیت دارایی کاربران نقشی کلیدی دارد، شیوه نگهداری آن است که در نوبیتکس، بخش عمده دارایی های کاربران به شکل ذخیره سازی سرد یا در کلدولت ها نگهداری می شود و حتی اگر کل شبکه هم توسط هکرها هک شود، دارایی های

رمز ارزی کاربران محفوظ می ماند.»

اجماع متخصصان و رگولاتور کمک کننده است

اجماع متخصصان صنعت و رگولاتور می تواند به امنیت کاربران ایرانی کمک کند؛ همچنین رگولاتوری با حمایت از توسعه پلتفرم های داخلی می تواند از سوق داده شدن کاربران به سمت نمونه نامعتبر خارجی جلوگیری کند. به گفته راد، در مجموع کاربران برای حضور در بازار رمز ارز باید ملاک های گوناگونی مانند سابقه یک پلتفرم، پاسخگویی، تعداد کاربران، امنیت و شیوه نگهداری دارایی، عمق بازار و... را مد نظر قرار دهند. در مورد پلتفرم های خارجی یک سؤال این است که اگر مسئله ای ایجاد شود، چه کسانی پشت این پلتفرم هستند تا مسئولیت آن را بر عهده بگیرند؟ مواردی از این دست به شفافیت هرچه بیشتر منجر شده و در یک فضای شفاف، تصمیم گیری برای کاربر ساده تر است. مدیرعامل نوبیتکس ادامه می دهد: «پلتفرم های داخلی با تدوین استانداردها و الزامات امنیتی به صورت خودتنظیم گری و بهبود کیفیت سرویس ها، می توانند دامنه استفاده از نمونه های گمنام و نامعتبر خارجی را تا جای ممکن کم کنند.»



شماره ۱۱۵
شماره ۱۴۰۲
سال سوم



مدیرعامل رمزینکس می گوید کاربران در خصوص موضع نهادهای قانونی نسبت به ارزش های دیجیتال مطمئن نیستند

حداقل سیگنال منفی ندهید

از سمت مدیران دولتی علیه صرافی های ایرانی صادر نشود، مفید فایده خواهد بود.»

راهکار پذیرش صرافی ها به عنوان یک نهاد رسمی

مدیرعامل رمزینکس در خصوص جلب اعتماد کاربران به پلتفرم های داخلی ادامه می دهد: «گام بعدی، پذیرش یک صرافی ارز دیجیتال به عنوان یک نهاد مالی رسمی تحت حمایت قانون است.» حکیمی در پاسخ به اینکه نقش رگولاتوری در خصوص پیشگیری از مشکلات کاربران ایرانی در بحران هایی مثل هک صرافی کوینکس چیست، عنوان می کند: «رگولاتور نمی تواند از بحران های مشابه در مورد صرافی های خارجی پیشگیری کند. همچنین با کمک به رشد و حمایت از صرافی های ایرانی و شفافیت فضا می تواند تبعات هک صرافی های خارجی نسبت به کاربران ایرانی را کاهش دهد.» او در این خصوص می گوید: «کاربری که از صرافی های خارجی استفاده می کند، تنها ارتباطی که با صرافی های ایرانی دارد، انتقالات ارز دیجیتال خود از صرافی ایرانی به صرافی خارجی یا برعکس است. هم اکنون اقداماتی چون تغییر دوره های هات ولت و تغییر آدرس واریز در صرافی ایرانی برای کاربر انجام می شود که تا حدودی کمک کننده است، ولی این موضوع به شیوه مشخصی به جلوگیری از وقایع مشابه هک کوینکس کمی نمی کند.»

ماجرای هک صرافی کوینکس به عنوان یکی از پرکاربردترین صرافی های رمز ارزی خارجی در میان کاربران ایرانی، دوباره این بحث را در میان کامیونیتی، نهادها و صنعت رمز ارز ایران مطرح کرد که چرا برخی کاربران با وجود ریسک های متعدد، همچنان در صرافی های خارجی فعالیت می کنند و اساساً حلقه گم شده در جذب اعتماد این کاربران برای فعالیت در پلتفرم های رمز ارزی داخلی چیست. محمد حکیمی، مدیرعامل رمزینکس معتقد است احراز هویت، فیلتر شدن وب سایت صرافی خارجی و همچنین محدودیت هایی که ویژه ایرانی هاست، از مهم ترین چالش های کاربران ایرانی برای فعالیت در صرافی های خارجی است که گاه به بلوکه شدن دارایی و از دست رفتن آن منجر می شود و اغلب امکانی برای پیگیری آن وجود ندارد.

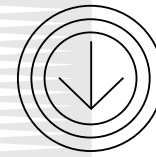
ارجحیت بی دلیل صرافی های خارجی

حکیمی در پاسخ به اینکه چرا کاربران با وجود همه محدودیت ها، باز هم در صرافی های خارجی فعالیت می کنند و اساساً این پلتفرم ها چه تفاوتی با صرافی های داخلی دارند، عنوان می کند: «برخی ذهنیت هایی که به طور کلی در مورد محصول ایرانی نسبت به محصول خارجی وجود دارد، در مورد صرافی های ارز دیجیتال هم صدق می کند.» به گفته مدیرعامل رمزینکس، احتمالاً به صورت پیش فرض برای عده ای از کاربران بدون داشتن هیچ گونه اطلاعات دیگر، یک صرافی خارجی به یک صرافی ایرانی ارجحیت دارد.

شفاف نبودن رگولاتوری

حکیمی در خصوص علت بی اعتمادی کاربران به صرافی های داخلی می گوید: «نکته بعدی نبود شفافیت رگولاتوری است که کاربران در خصوص موضع نهادهای قانونی نسبت به ارزش های دیجیتال مطمئن نیستند.» مدیرعامل رمزینکس عقیده دارد در مورد تفاوت های صرافی های ایرانی و خارجی باید پارامترهای مختلف را مورد بررسی کرد. او ادامه می دهد: «طیف وسیعی از خدمات و قابلیت ها در صرافی های داخلی نیز ارائه می شود، با این حال به صورت کلی نمی توان گزاره ای در خصوص تمایزها بیان کرد.» مدیرعامل رمزینکس در خصوص حلقه گم شده برای اعتماد کاربران به صرافی رمز ارز داخلی عنوان می کند: «صرافی های داخلی به طور همزمان توسط دولت و نهاد های مالی تهدید می شوند و همچنان باید اعتماد کاربر رمز ارزی را جلب کنند و این کار بسیار سختی است. در حداقل ترین حالت اگر سیگنال های منفی





تلاش برای تصویب قانون حمایت از کارکنان مسن مواجهه هزاران آمریکایی با تبعیض سنی

اوقات کارکنان در داوری اجباری حتی وکیل هم ندارند و در نهایت مجبور می‌شوند از پیگیری ادعاهای خود صرف نظر کنند.

بسیار فریدان، فمینیست پیشگام معتقد است: «پیری، از دست رفتن جوانی نیست، بلکه مرحله جدیدی از فرصت‌ها و قدرت است.» با این حال در آمریکا کارکنان بالای ۴۰ سال در محل کارشان مورد تبعیض قرار می‌گیرند. در سال‌های اخیر تبعیض‌های سنی علیه کارکنان باعث شده این تفکر به وجود بیاید که کارکنان مسن و باتجربه باید از محیط کار حذف شوند.

شرکت ایکس، توییتر سابق، مصداق بارز همین قضیه است. کارمندان سابق این شرکت از ایلان ماسک به دلیل اخراج کارکنان بالای ۵۰ سال شکایت کرده‌اند. یا شرکت «الی لیلی» که سال‌ها به تبعیض سنی علیه کارکنانش متهم بوده، اخیراً به پرداخت ۲/۴ میلیون دلار جریمه محکوم شده است. یکی از کارکنان سابق شرکت مائل هم اخیراً از این شرکت شکایت کرده و مدعی شده که مائل او را به دلیل سنش اخراج کرده است. شرکت «فريتودی» نیز به دلیل تبعیض سنی با دعوی قضایی روبه‌رو است.

این موارد چون به دادگاه راه یافته‌اند از آنها مطلع هستیم، ولی هزاران آمریکایی با مشکل تبعیض سنی مواجه هستند و هرگز فرصتی برای شکایت کردن پیدا نمی‌کنند. شرکت‌ها به مشکلات این افراد با داوری اجباری رسیدگی می‌کنند. در این نوع داوری که به‌طور خصوصی برگزار می‌شود، شرکت متخلف به پرداخت جریمه محکوم می‌شود. بیش از ۶۰ میلیون آمریکایی در معرض داوری اجباری قرار دارند و محکوم به سیستمی هستند که به نفع کارفرماست. تعداد کارکنانی که ناراضی‌اند آنها به داوری اجباری ختم می‌شود، نسبت به آنهایی که شکایت خود را به دادگاه می‌برند، بسیار کمتر است. در داوری اجباری غرامتی که شرکت‌ها می‌پردازند هم کمتر از جریمه تعیین شده توسط دادگاه است. بسیاری



از موج سواری تا سم زدایی دیجیتال

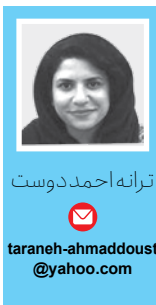
امتیازهای جالب شرکت‌ها برای بهبود برند کارفرمایی

کارکنان خود کاهش داده و ارائه خدمات خشک شویی در محل به کارمندان خود را متوقف کرده است. این شرکت همچنین یارانه خدمات ماشین کرایه‌ای و لیفت را برای کارکنان منطقه سیاتل کم کرده و ارائه خوراکی‌ها و غلات صبحانه را در طول همه‌گیری کاهش داده است. گوگل نیز از ساعات کاری کافه‌های خود کاسته و سفر کارمندان را محدود به سفرهای «تجاری مهم» کرده است. با این حال هنوز هم شرکت‌هایی در ایالات متحده و کشورهای دیگر وجود دارند که امتیازاتی عالی به کارکنان ارائه می‌دهند.

«ایربری ان‌بی»، «پاتاگونیا» و «ادوبی» از شرکت‌هایی هستند که امتیازهای جالبی را به کارمندان خود ارائه می‌دهند. برای مثال پاتاگونیا به کارمندان خود اجازه می‌دهد تا زمانی که هوا خوب است، از کار مرخصی بگیرند و به موج سواری بروند.

شرکت‌های بزرگ فناوری نسبت به گذشته امتیازات کمتری به کارمندان خود ارائه می‌دهند، اما هنوز کسب و کارهایی وجود دارند که مزایای بسیار خوبی برای کارکنان در نظر می‌گیرند. در اینجا برخی از مزایای برتری که شرکت‌ها به کارمندان ارائه می‌دهند، از وقفه‌های موج سواری گرفته تا کمک هزینه‌های مسافرتی را مرور می‌کنیم. شرکت‌های بزرگ فناوری به خاطر ارائه امتیازات خاص به کارمندان خود مشهور هستند، اما بسیاری از آنها در بحبوحه رکود اقتصادی از این مزایا کاسته‌اند. به عنوان مثال «متا» امسال ۱۰۰۰ دلار از مزایای سلامتی و تندرستی را برای

پاتاگونیا
شرکت پوشاک پاتاگونیا با ارائه کلاس‌های تناسب اندام، یوگا، کوهنوردی و حتی موج سواری به کارکنان خود کمک می‌کند فعال بمانند. «ایوون شوینارد»، بنیان‌گذار پاتاگونیا در سال ۲۰۱۷ گفت ما سیاستی داریم که به کارمندان خود می‌گوییم وقتی موج‌ها بالا آمدند، کار را رها کنید و به موج سواری بروید.



ترانه احمد دوست
taraneh-ahmaddoust@yahoo.com

سخنگوی پاتاگونیا در ایمیلی گفته که کارمندان هنوز



شماره ۱۱۵
۹ مهر ۱۴۰۲
سال سوم

گزارش
REPORT

