

عصر پرداخت

■ دوشنبه ۲۸ مهر ۱۳۹۹ ■ 19 oct 2020 ■ شماره ۲۸ ■ صفحه رایگان

پرداخت وجه با «کف دست» به جای کارت بانکی

شرکت آمازون در حال توسعه سیستمی است که اطلاعات بانکی افراد را به جای ثبت روی کارت الکترونیک، بر دست افراد ذخیره کند و به دنبال آن، تکنولوژی جدیدی برای پرداخت وجه خرید با اسکن دست به جای استفاده از کارت های بانکی مرسوم شود.

پایگاه خبری «سی ان بی سی» در گزارشی نوشت، «آمازون» و «ویزا» در حال آزمایش سیستمی هستند که امکان پرداخت وجه در رستوران، فروشگاه و مراکز دیگر را تنها با اسکن کف دست میسر می سازد. با توجه به این تکنولوژی، دیگر نیازی به کارت های بانکی وجود ندارد و با اسکن دست در مراکز پرداخت ها صورت می گیرد. ظاهراً آمازون در حال تست روش های مختلفی برای پیاده سازی سیستم است، اما در ساده ترین شکل مشتری یکبار و از طریق دستگاه های نصب شده در این فروشگاه ها کارت اعتباری خود را با اسکن کف دست همانند کرده و از آن به بعد به جای کشیدن کارت یا پرداخت با موبایل، تنها کف دست خود را روی اسکنر قرار می دهد.

بر اساس گزارش ها، داده های جمع آوری شده از پایانه ها در فضای ابری آمازون ذخیره شده و کاربران می توانند به آنها دسترسی داشته باشند. خرید هوشمند با کف دست مزایای مختلفی دارد، برای مثال در صورت جا گذاشتن کارت های بانکی، پرداخت از طریق اسکن دست صورت می گیرد و همچنین فرایند خرید با سرعت بیشتری انجام می شود. این شرکت در حال حاضر برنامه های بزرگی را برای گسترش فروشگاه های «Amazon Go» خود دارد که به خریداران این امکان را می دهد بدون حضور صندوق دار خدمات پرداختی خود را با نام «Amazon Pay» انجام دهند. آمازون با استفاده از یک سیستم شناسایی که کارت اعتباری را به امضاهای دست منحصر به فرد مرتبط می کند، به مشتریان امکان می دهد با یک حرکت ساده دست، هزینه اقلام را پرداخت کنند. به نقل از دیلی میل، آمازون با استفاده از یک سیستم شناسایی که کارت اعتباری را به امضاهای دست منحصر به فرد مرتبط می کند، به آمازون اجازه می دهد تا مشتریان با PALM خود پرداخت هایشان را به انجام برسانند. آمازون در دو فروشگاه سیاتل خود از سیستم جدیدی برای شناسایی کف دست رونمایی کرد که به مشتریان امکان می دهد با یک حرکت ساده دست، هزینه اقلام را پرداخت کنند. آمازون از سیستم تشخیص کف دست خود در دو فروشگاه خود رونمایی کرده است. این سیستم از یک اسکنر تشکیل شده که «امضای کف دست» منحصر به فرد را ایجاد می کند، سپس این به کارت اعتباری مشتری متصل می شود و به وی امکان پرداخت هزینه اقلام را می دهد.



حمید علی محمدی



رضا کلاتری نژاد

در میزگرد آنلاین با حضور مدیران و فعالان حوزه استارت آپ بررسی شد:

اتصال درست بانک و استارت آپ ایده را به محصول تبدیل می کند

✓ تعداد مراکز نوآوری و شتاب دهنده، از بزرگترین آفت های اکوسیستم استارت آپی است



پیشرو در شکل دهی
تجربه خوشایند مردم از جامعه دیجیتال



www.tosantechno.com

با کدپرداز به راحتی پرداز



پرداخت کن

اسکن کن

نصب کن



صاحبان محترم کسب و کار، لطفا جهت دریافت
برچسب «کدپرداز» به وبسایت code-pardaz.ir
مراجعه و یا با شماره ۰۲۱-۲۳۱۸ تماس بگیرید.

نصب تاپ از طریق www.top.ir ارتباط با مشتریان ۰۲۱-۲۳۱۸

در میزگرد آنلاین با حضور مدیران و فعالان حوزه استارت‌آپ بررسی شد:

اتصال درست بانک و استارت‌آپ، ایده را به محصول تبدیل می‌کند

▲ تعدد مراکز نوآوری و شتاب‌دهنده، از بزرگ‌ترین آفت‌های اکوسیستم استارت‌آپی است ▲

همچنین پیچیدگی فضای حاکمیتی کشور ما به گونه‌ای است که در این حوزه هم بازیگران نمی‌توانند نقش درستی ایفا کنند؛ یعنی حتی در صورت ورود، عملاً جایی سرمایه‌گذاری می‌کنیم یا زمانی این کار را انجام می‌دهیم که نباید اقدام می‌کردیم. نتایج آن الان در حال روشن شدن است اما طی یک سال آینده، استارت‌آپ‌هایی که این گونه جذب سرمایه کرده‌اند با مشکلات دیگری مواجه می‌شوند. عامل آخر، بحث تحریم‌هاست. اگر یک استارت‌آپ در کشورهای اروپایی یا حوزه خلیج فارس، ایده‌ای را اجرایی کند، حداقل با بازار منطقه‌ای مواجه است و سناریوهای مالی را فراتر از کشور خود می‌بیند اما در ایران، با توجه به تحریم‌ها و عدم تبادلات مالی، حتی به کشورهای همسایه نیز نمی‌توان برای ارائه محصول چشم دوخت. در یک جمع‌بندی باید عرض کنم یک استارت‌آپ عملاً باید تعادلی بین عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی در محیطی با عدم اطمینان بالا ایجاد کند؛ اتفاقی که طی ماه‌های اخیر و یک سال گذشته به شدت درگیر آن بوده‌ایم. از آنجا که عوامل برون‌سازمانی ما واگرایی ایجاد می‌کند، عملاً ایجاد نقطه تعادل برای استارت‌آپ‌های ما بسیار مشکل شده است. اینکه محصول مناسبی تولید کنیم، تحقیقات بازار خوبی داشته باشیم، کجا، به چه میزان سرمایه و با چه میزان تبلیغات، محصول را لانچ کنیم، مباحث رگولاتوری، قوانین و مقررات و عدم ثبات اقتصادی را مدیریت کنیم، به این امر تبدیل شده که یک استارت‌آپ در شرایط فعلی باید هفت‌خوان رستم را طی کند تا قادر باشد افزایش مقیاس مناسبی را ارائه نماید. البته نظرم صدرصد منفی نیست اما فضا نسبت به چند سال پیش، سخت‌تر شده است. اگر سیاست‌گذاری خوبی از طرف دولت یا حاکمیت اتفاق نیفتد، فعالیت در این اکوسیستم برای استارت‌آپ‌ها، دشوار خواهد شد. ضمن اینکه در **base line** نیز ایده‌های نو کاهش پیدا کرده واکثر در حال کپی کاری یا تغییر در جزئیات هستند.

برای مقایسه بهتر مثال می‌زنم. کشور کوچک بحرین، شرایط را برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار استارت‌آپی، از ۵۰ هزار دلار به ۱۰۰ دلار رسانده است! معافیت کامل را برای نرخ‌های مالیاتی اعمال کرده است. همچنین صندوق ۱۰۰ میلیون دلاری برای سرمایه‌گذاری بر روی ایده‌های نو، ایجاد کرده است. نمونه دیگر قزاقستان است که سرمایه‌گذاری‌های زیرساختی، یک میلیارد دلاری انجام می‌دهند. البته این موارد، به صورت جسته‌گریخته در کشور ما هم وجود داشته اما یکی از مشکلات این است که اگر چه یک زیست‌بوم نوآوری یا استارت‌آپی در کشور فعالیت می‌کند، با این حال، یکپارچه نیست. ما جزایری هستیم که جداگانه فعالیت می‌کنیم. در برخی موارد همگرا می‌شویم و در موارد دیگری خیر. معاونت علمی فناوری ریاست جمهوری از دیدگاه خودش و با ساختار تصمیم‌گیری خودش در حال گسترش این اکوسیستم است. وزارت علوم، تحقیقات و فناوری نیز از سال‌ها پیش با پارک علم و فناوری در این حوزه فعال بوده است. در دهه اخیر، VCها اضافه شده‌اند و الان شاهد افزایش آنها هستیم. همه این بازیگران در این اکوسیستم، جایی قرار گرفته‌اند که می‌توانند همگرا شوند و در برخی موارد هم همگرا نیستند و نقش خودشان را بازی می‌کنند. در مجموع استارت‌آپ‌ها و سرمایه‌گذاران ما، برای اینکه این اکوسیستم را با سرعت بیشتر پیش ببرند یا با حفظ سرعت قبلی، توسعه دهند، راه آسانی ندارند اما امیدوارم با تصمیماتی که بعضاً باید از طریق مقامات بالاتر اتخاذ شود، شاهد بازگشت این اکوسیستم به روزهای خوب باشیم.

▲ اخبار زیادی از گشایش مراکز رشد با مشارکت بخش‌های مختلف، حاکمیت و سه قوه می‌شنویم. شرکت تلاونگ در حوزه تولید تخم‌مرغ نیز در حال ایجاد مرکز رشد است. به نظر شما ورود حاکمیت در این حوزه‌ها با چه انگیزه‌ای اتفاق می‌افتد؟ ورود حاکمیت در کنار بخش خصوصی را تاکنون



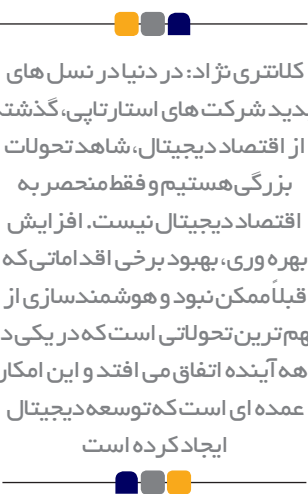
تمدن بشری و به‌گونه‌ای تبدیل شدن آن چیزی است که ما از علوم شناختی تحت‌عنوان هوش مصنوعی یاد گرفتیم. در ایران، به‌خاطر شرایط موجود، به نظر می‌رسد توجه به کسب‌وکارهای غیر از اقتصاد دیجیتال مبتنی بر فناوری‌های جدید نیز راهگشاست.

❖ فکر می‌کنید موانع پیش‌روی رشد استارت‌آپ‌ها در ایران در مقایسه با سایر کشورها چیست؟

علی محمدی: در اکوسیستم استارت‌آپی کشور، موانع و مشکلات تبدیل شدن استارت‌آپ به یک یونیکورن به دو بخش درون‌سازمانی و برون‌سازمانی تقسیم می‌شود. مباحث درون‌سازمانی که به تیم استارت‌آپی بستگی دارد، شامل پارامترهای مختلفی است که عمده آن به نیروی انسانی برمی‌گردد. نظام آموزشی و دانشگاه‌ها در تربیت نیروی انسانی که آمادگی و مهارت لازم برای جذب در بازار کار داشته باشند، همچنان ناموفق هستند. ما در استارت‌آپ‌ها هنوز نیروی انسانی ماهر که قادر باشد مدل‌های کسب‌وکاری، سناریوهای مالی و بعضاً فنی را درک کنند، کم داریم. یکی از دلایلی که این اکوسیستم، افت پیدا کرده، این است که فارغ‌التحصیلان جدید دانشگاهی، پارامترها و شرایط اولیه حاکم بر شکل‌دهی تیم‌ها را دارا نیستند. مشکل مزمن فرهنگ‌سازی در ایران، کار تیمی است که به فراخور، آن را در تیم‌های استارت‌آپی و قبل از آن، در پارک‌های علم و فناوری و شرکت‌های دانش‌بنیان نیز شاهد بوده‌ایم. این موضوع به ضعف ارتباط صنعت و دانشگاه ما برمی‌گردد. پارامتر درون‌سازمانی دیگر، عمدتاً به رهبری تیم‌ها اختصاص دارد.

از سوی دیگر، مهم‌ترین پارامترهای برون‌سازمانی و جو حاکم بر اکوسیستم، بحث عدم ثبات اقتصادی و سیاسی کشور است؛ یعنی اگر هر استارت‌آپی، جذب سرمایه راند ۲ یا ۳ بار اساس یک سناریو یا بیزینس پلن انجام داده باشد، الان مطمئناً با مشکل مواجه است. با این نرخ دلار و جهش دستمزدها، گرانی و مباحث تبلیغاتی، به‌هیچ عنوان سناریوی مالی را نمی‌توان پیاده کرد. عملاً وقتی در جو نامتعادل، نامتوازن و بی‌ثبات تصمیم‌گیری می‌شود، اینکه بتوان آن را مدیریت کرد، بسیار دشوار است. در مقایسه با سایر کشورها، ما بسیار مشکل داریم. علاوه بر این، قوانین و مقررات، مالیات، بیمه تأمین اجتماعی، ثبت شرکت، راه‌اندازی کسب‌وکار، فضای پیچیده کسب‌وکار و نحوه ارائه و فروش محصول در مواجهه با بازار را کد تورمی، پارامترهای برون‌سازمانی متعدد و موثر بر رشد استارت‌آپ‌ها هستند. همچنین کمبود سرمایه‌گذار تخصصی حوزه استارت‌آپ از دیگر عوامل است. اگر چه تعداد سرمایه‌گذارهای ما زیاد است، اما بعضاً برخی رفتارها که از آن به عنوان پول‌پاشی یا پول ارزان ریختن نام برده می‌شود، نه تنها کمکی به این اکوسیستم نمی‌کند بلکه تعداد شکست‌ها را افزایش می‌دهد. هر جایی که توسعه نامتوازن بین عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی وجود داشته باشد، نقطه شکست است.

اقتصادی دو سه سال اخیر، در پایین‌دست زیست‌بوم، یعنی کسب‌وکارهای کوچک، تحولات زیادی ایجاد شده است. این تحولات، لزوماً صدرصد مثبت نبوده بلکه شاخص‌های اقتصادی و تمام شدن موج جوانان متولد دهه ۱۳۶۰، موجب شده تعداد و جوانه‌های پایین‌دست، کاهش یابد و دسترسی به ایده‌هایی که مزیت‌های فناورانه، بدعت و خلاقانه داشته باشند، کمتر شود در حالی که نهادهای مدعی حمایت از نوآوری بیشتر شده‌اند! تیم‌های باکیفیت و بر خوردار از ظرفیت مناسب و داشتن ایده‌های متفاوت و متمایز بسا در نظر گرفتن نیازهای روز جامعه در حال کاهش است و پارامترهای عمومی موجود، نیز در این امر بی‌تأثیر نیست و روحیه امید را از بین می‌برد. در طول یک دهه گذشته، اوج تجلی زیست‌بوم نوآوری که متصل به کسب‌وکار است و به آن زیست‌بوم استارت‌آپی گفته می‌شود، در قالب شکل‌گیری کارخانه نوآوری آزادی با همکاری پارک فناوری پردیس ایجاد شد که هم‌اکنون نیز در آن نقش داشت و بعد از آن، همین الگو گسترش پیدا کرد و اعتبار آن به تمام کسانی برمی‌گردد که برای این اکوسیستم زحمت کشیدند. بحث در پیشرو بودن یا نبودن آن نیست. امروز شاهد آن هستیم که در لایه‌های نوآوری متعدد، تلاش برای ایجاد کارخانه‌های دیگر وجود دارد. در ادامه مسیر، لازم است بین فرایند



و زیست‌بوم نوآوری و اکوسیستمی که در آن صرفاً باید اقتصاد دیجیتال وجود داشته باشد، تمایز قایل شد. در دنیا در نسل‌های جدید شرکت‌های استارت‌آپی، گذشته از اقتصاد دیجیتال، شاهد تحولات بزرگی هستیم و فقط منحصر به اقتصاد دیجیتال نیست. افزایش بهره‌وری، بهبود برخی اقداماتی که قبلاً ممکن نبود و هوشمندسازی مهم‌ترین تحولاتی است که در یکی دو دهه آینده اتفاق می‌افتد و این امکان عمده‌ای است که توسعه دیجیتال ایجاد کرده است. گویی به نقطه‌ای از تاریخ رسیدیم که قادریم با متصل کردن هر آنچه در اطرافمان ساختیم، شبکه عظیمی از برساخته‌های به‌هم‌متصل ایجاد کنیم تا تبادل داده و تحلیل و هوشمندسازی صورت گیرد. این امر، اتفاق بزرگی است و مهم‌ترین اتفاق پیش‌روی

عمر آنچه زیست‌بوم نوآوری یا به تعبیر دیگر، زیست‌بوم استارت‌آپ مبتنی بر اقتصاد دیجیتال و خدمات آنلاین در کشور می‌نامیم، می‌گذرد. اولین جوانه‌هایی که از ابتدای دهه ۱۳۹۰ یا انتهای دهه ۱۳۸۰ در کشور زده شد، با گسترش اینترنت کاملاً خودجودش بوده و برخی از شرکت‌های بسیار بزرگ کنونی، در همان زمان فعالیت خود را شروع کرده بودند. این جهت‌گیری در ابتدای دهه ۱۳۹۰ با خوش‌بینی نسبت به شرایط اقتصادی، گسترش اینترنت و شرایط روز آن زمان، دائماً توسعه یافت و افراد متعدد از گوشه و کنار مانند فعالان اقتصادی داخلی و خارجی کشور به آن اضافه شدند. نقاط عطف، زمانی در ایران اتفاق افتاد که اولین سرمایه‌گذاری‌ها شکل گرفت و بر روی بسیاری از شرکت‌هایی که اکنون جزء موارد شاخص محسوب می‌شوند، سرمایه‌گذاری انجام شد و آنها فرصت رشد و توسعه پیدا کردند. در میانه دهه ۱۳۹۰، شاهد رشد پرشتاب و مطرح شدن برندها و شکل‌گیری این زیست‌بوم بودیم. در سال‌های ۱۳۹۳ به بعد، با برگزاری رویدادهای استارت‌آپ و یکند، ادبیات استارت‌آپی در بدنه دانشجویان و جوانان، شروع به گسترش پیدا می‌کند و ادبیات رایج در این عرصه شکل می‌گیرد زیرا افراد متولد دهه ۱۳۶۰ که غالباً زیر ۳۰ سال و علاقه‌مند به شروع یک کسب‌وکار بودند، موجب گسترش موجی شدند که بدنه اکوسیستم در سطوح پایین‌تر نیز با استارت‌آپ کوچک شکل بگیرد. برخی از آن جوانه‌ها، اکنون جزء کسب‌وکارهای خوب کشور هستند. در حوزه فرهنگی، استارت‌آپ‌های نوار و ایوند از همین جنس هستند. بنده از سال ۱۳۹۴ به بعد با همین زیست‌بوم فعالیت داشتم. مجموع این اتفاقات و سیاست‌گذاری‌های این عرصه، همراهی دولتمردان و حمایت معاونت علمی فناوری رئیس‌جمهور را از این زیست‌بوم به همراه داشت و از آن زمان به بعد، با سرعت باورنکردنی شاهد رشد مراکز شتاب‌دهی و حمایت از توسعه کسب‌وکارها بودیم؛ به گونه‌ای که بین سال‌های ۱۳۹۵ تا کنون، تعداد آنها بیش از ۱۰۰ مورد است و موج بزرگی ایجاد شد. طبیعی بود در گام اول، امکان ارائه خدمات پایه و بنیادین، هدف اصلی است و تمام فعالان این حوزه در این جهت حرکت می‌کردند اما در دوسه سال اخیر، انسجام این شرکت‌ها، تعمیق، افزایش توان مالی و گسترش نیروی انسانی که بعضاً در برخی شرکت‌های استارت‌آپی، به چند هزار نفر می‌رسد، موجب شد به سمت خدمات نوآورانه بیشتر حرکت کند و فقط محصول پایه ارائه نشود. یونیکورن در ایران را چندان متوجه نمی‌شوم اما اگر آنها را شرکت‌های شناخته‌شده بدانیم، در حال ایجاد تمایزهای فناورانه و نوآورانه هستند و دور جدیدی از ظرفیت و امکان به‌کارگیری فناوری‌های نوین در این مجموعه‌ها ایجاد شده و ظرفیت‌های اقتصادی‌شان به آنها اجازه می‌دهد اقدامات بزرگ‌تری انجام دهند. درباره توسعه زیست‌بوم و تثبیت‌کننده آن در کشور، باید عرض کنم بعد از خروج آمریکا از برجام و تحولات



عبدالله افتاده

۹۰ictnews@gmail.com

همه‌گیری ویروس کرونا، باعث اختلال در روند اقتصادی جهان شده و استارت‌آپ‌ها نیز از این تأثیر، برکنار نبوده و نیستند، بنابراین طبیعی است روند سرمایه‌گذاری بر روی استارت‌آپ‌ها نیز شاهد تغییراتی شود و سرمایه‌گذاران، حوزه‌های خاص‌تری را برای تزریق سرمایه خود انتخاب کنند.

این در حالی است که بیش از هفت‌ماه از ورود ویروس کرونا به کشور می‌گذرد و تا حدودی مردم و کسب‌وکارها که تازه از شوک اتفاقات سال ۹۸ خارج شده بودند، دست‌وپنجه نرم کردن با این ویروس را هم یاد گرفته‌اند. کرونا، اگر چه بیشتر، محدودیت و کسادى به بار آورده اما از طرفی به برخی کسب‌وکارها، فرصت عرض‌اندام و خودنمایی هم داده است. برای مثال با شیوع این بیماری در جهان و بالا رفتن آمار مبتلایان، سیستم آموزشی کشورها نیز برای جلوگیری از تجمع، مدارس و دانشگاه‌ها را تعطیل کرده و خواستار آموزش آنلاین شده است. همچنین با خانه‌نشین شدن مردم، تمایل افراد به استفاده از سرویس‌های آنلاین نیز به شدت افزایش پیدا کرده است؛ از خرید مایحتاج منزل و لوازم شخصی گرفته تا ویزیت پزشک و برگزاری آنلاین رویدادها. حتی در بعضی از شرکت‌ها برای ارائه بهتر خدمات، تعداد کارمندان هم افزایش پیدا کرده است. اما این رشد، تنها به چند حوزه، محدود می‌شود و اکثریت استارت‌آپ‌ها با ادامه این وضعیت، آینده روشنی نخواهند داشت.

طبق آمار اردیبهشت‌ماه سازمان فناوری اطلاعات، با ادامه کرونا در کشور، ۶۱ درصد کسب‌وکارها قادر به ادامه فعالیت نخواهند بود و از آنجا که درگیر بودن با ویروس کرونا در کشور، حداقل تا پایان سال، محتمل به نظر می‌رسد، این سوال مطرح می‌شود که آینده استارت‌آپ‌های ایرانی در ادامه و در نیمه دوم سال ۹۹ چگونه خواهد بود؟ آیا استارت‌آپ‌ها قادر به ادامه مسیر در چنین وضعیتی هستند یا مجبور به تعدیل نیرو و تعطیلی می‌شوند؟ از طرف دیگر، حضور بانک‌ها به عنوان سرمایه‌گذار در این حوزه‌ها طی چند سال گذشته پررنگ‌تر از قبل شده، هر چند تاکنون نمونه موفق چشمگیری از این همکاری دیده نشده که البته دلایل خاص خود را دارد.

از این‌رو، در این میزگرد آنلاین از سلسله نشست‌های تخصصی بانکداری و اقتصاد دیجیتال که با حضور رضا کلانتری‌نژاد مدیرعامل شرکت دانش بنیان هم‌آوا، حمید علی محمدی مدیرعامل شرکت تکنو‌تجارت و مهمان روی خط حمیدرضا احمدی، بنیان‌گذار استارت‌آپ ایوند برگزار شد، چالش‌ها و راهکارهای پیش‌روی رشد استارت‌آپ‌ها در کشور، موردبحث و تبادل نظر قرار گرفت. آنچه می‌خوانید، مشروح این گفت‌وگو است.

حامی این برنامه شرکت تجارت الکترونیک پاریسان

❖ جناب کلانتری‌نژاد لطفاً در ابتدا، تصویری از اکوسیستم استارت‌آپی کشور ارائه نمایید. به نظر شما، در دوران کرونا که همه‌جا خصوصاً توسط دولتمردان، سخن از اقتصاد هوشمند است، استارت‌آپ‌ها برای توسعه اقتصاد کشور، چه اقداماتی باید انجام دهند و چه چالش‌هایی پیش‌روی آنهاست؟

کلانتری‌نژاد: سوال دشواری است و نمی‌توان در مدت کوتاه با چندسطر به آن پاسخ داد. تقریباً یک دهه از

