

دارند، پرچالش است؛ از ریسک‌های حاکمیتی و تغییرات دائم و ناگهانی مقررات تا ضرورت تقویت سازوکارهای اعتمادسازی نهادی. تجربه نشان داده با اهمیت به اقتصاد دیجیتال و تنظیم‌گری هوشمندانه، این بازارها به عدالت اجتماعی بیشتر نزدیک‌اند و نقشی پایدارتر در تاب‌آوری اقتصادی ایفا دارند. بنابراین دیجیتالی‌سازی ذیل توسعه اقتصاد دیجیتال اهمیت زیادی دارد. چراکه بدون قدم نهادن در این مسیر نمی‌توان به عدالت دست یافت و به رشد تولید ناخالص داخلی کمک کرد. درواقع شمولیت مالی ضرورت است، نه انتخاب. جامعه‌ای که بخشی از افراد آن از حضور در بازارهای نوین و محروم باشند، در حقیقت بخشی از ظرفیت رشد و نوآوری اش را نادیده می‌گیرد و این خطای بزرگ است. پلتفرم‌های آنلاین طلا در حقیقت پلی میان دارایی‌های خرد و اقتصاد کلان هستند که اگر راه‌شان هموار شود یا دست‌کم در مسیرشان مانع‌زدایی نشود، این قابلیت را دارند که اقتصاد دیجیتال ایران را به مسیری عادلانه‌تر و پایدارتر هدایت کنند.

در ادامه می‌توانید به بخش دیگری از این مطلب دسترسی داشته باشید.

▼ دولت‌ها مانع رشد اکوسیستم‌اند

امیرحسین خالقی، پژوهشگر اقتصاد سیاسی در این پنل با اشاره به جایگاه ویژه طلا در اقتصاد گفت: «هنگامی که بحث پلتفرم‌های طلا مطرح شد، اولین موضوعی که به ذهنم خطور کرد این بود که اساساً چه کسی به چنین کسب‌وکارهایی مجوز داده است. طلا مانند شاهزاده‌ای است که همواره پادشاه لاهی سر آن است که مرکب خلاف و خطا نشود. به در جاتی همین اتفاق درباره پلتفرم‌های طلا نیز در حال رخ دادن است،»

خالقی با بیان اینکه طلا در طول تاریخ همواره تحت نظارت و محدودیت قرار گرفته، گفت: «در دوره‌های مختلف تاریخ چیزی به‌نام استاندارد طلا وجود نداشت تا اینکه سال ۱۸۷۰ این استاندارد تعریف شد. یعنی این فلز به‌عنوان پول به‌طور رسمی پذیرفته شد. پس از آن، دولت‌ها بزرگ‌ترین اشتباه و سرقت را با حذف این موهبت بشری مرکب شدند. در طول تاریخ پول همواره به‌عنوان کالایی با مقبولیت عام و واسطه مبادله بوده و طلا در این نقش، موفق عمل کرده است. تا قرن هجدهم کشورها از نقره و طلا استفاده می‌کردند اما از سال ۱۸۲۱ و با استفاده رسمی بریتانیا از طلا در چرخه مبادلات، ما وارد عصر طلا شدیم.» به گفته خالقی، با آغاز جنگ جهانی اول، به‌مرور روند طلازدایی آغاز شد و کشورها به استفاده از پول فیات (ارز دولتی هر کشور، روی آورده و دولت‌ها با دخالت مستقیم، ارزش و ثبات آن ابزار تمدن‌ساز را خدشدار کردند.

او با تأکید بر اینکه طلا برخلاف پول فیات امکان چاپ بی‌پایان ندارد، گفت: «طلا جزء معدود فلزاتی است که ارزش آن طی زمان و سالانه حدود دو درصد ارزش آن، افزایش می‌یابد. در قرن بیستم، کنار گذاشتن طلا از جایگاه پولی کشورها، فجایع و جنگ‌های بزرگ بشری رخ داده و روند رشد و پیشرفت بشر، شکل دیگر به خود گرفت.» به‌یاور صادقی، طلاپولی ارزشمند بود که به‌ضرر به‌زور کنار گذاشته شد و امروز به‌همان میزان که اقیانوس‌های ناخردی روز داریم، چند جزیره امیدبخش نیز به‌نام پلتفرم‌های طلا به‌وجود آمده‌اند. او با طرح این دیدگاه که «پلتفرم‌های طلا زاده شده‌اند که بزرگ نشوند»، توضیح داد: «موانع زیادی سر راه پلتفرم‌ها ایجاد کرده‌اند اما به‌نظر می‌رسد دولت‌ها به‌دلیل زیادی اجازه نمی‌دهند که اکوسیستم طلای آنلاین بیش از اندازه بزرگ شود. هر چند به‌احاط نظری امکان بازگشت به استاندارد طلا وجود دارد.»

▼ طلا در مرز میان کالا، سرمایه و پول است

در ادامه نیما امیرشکاری، صاحب‌نظر حوزه فناوری‌های مالی، با بیان اینکه پس از ورود به عصر دیجیتال، هر کالای فیزیکی به‌نمونه‌ای دیجیتال تبدیل شده است، گفت: «دیجیتال گلد خود را با ترندهای جدید در دنیا تطبیق می‌دهد و در قالب ابزارهای متنوع مالی همچون گواهی سپرده طلا، طلای گرمی، توکن طلا و طلای کریپتو عرضه می‌شوند. در طول چنددهه گذشته نیز به تناسب پیشرفت فناوری، ریسک‌های این ابزارها نیز تغییر کرده است.» امیرشکاری با مرور تاریخچه طلا در ایران یادآور شد: «از دوران قاجار، استانداردهای طلا و دیگر فلزات در ایران، کاربرد و نسبت آن با پول تغییر کرده است. روند تاریخی نشان می‌دهد، طلا همواره در مرز میان کالا، سرمایه و پول قرار داشته است. طلای دیجیتال، ابزاری است که در شرایط مختلف تئوری به‌خصوص در زمان کاهش ارزش پول رایج، به‌عنوان بهترین راه سرمایه‌گذاری و استفاده از ارزش افزوده آن است،»

▼ پلتفرم‌های طلا محصول ناکارآمدی اقتصادند

در این نشست، صادق سپندارند با اشاره به وضعیت فعلی اقتصاد کشور گفت: «پلتفرم‌های آنلاین طلا در کشور ما دل نوآوری بیرون نیامده‌اند، بلکه محصول اقتصاد ناکارآمد هستند. در دهه‌های اخیر بازدهی طلا از هر روش سرمایه‌گذاری دیگری نسبت به تورم و افزایش نرخ ارز بیشتر بوده است. درعین حال نقدهایی نیز بر این اکوسیستم وارد است. مهم‌ترین مسئله، نبود شفافیت است؛ به‌این معنا که به‌صورت علنی اعلام شود نرخ طلای پلتفرم‌ها از چه مرجهی تعیین می‌شود. ازوجهی دیگر نیز تضمینی نیست که عیار طلا به چه میزان است.» او همچنین درباره مجوز فعالیت پلتفرم‌های طلا در کشور چنین توضیح داد: «هنوز مشخص نیست طلا به‌عنوان ارز یا کالا طبقه‌بندی می‌شود، چراکه در هر حالت باید از نهادهای مختلف مجوز دریافت کند. تجربه تلخ موسسات اعتباری دارای مجوز که درعمل عملیات اعتباری و بانکی انجام می‌دادند، نشان می‌دهد که چنین نگرانی‌هایی درباره پلتفرم‌های طلا هم وجود دارد. بنابراین باید دراین زمینه حساسیرسی مستقل وجود داشته باشد تا مطمئن شویم به‌همان میزان که طلا در پلتفرم فروخته می‌شود، پشتهانه واقعی در دسترس وجود دارد.»

چندسال گذشته فناوری باعث شده، این دارایی سنتی در قالبی نو عرضه شود. یعنی امکان خرید با مبالغ خرد، نرخ‌های شفاف، امکان معامله شبانه‌روزی، نظارت حد اکثری و نگهداری امن دارایی‌ها در خزانه‌های امن. این تحولات باعث شده دسترسی به طلا دیگر محدود به طبقات خاص نباشد و سرمایه‌گذاران خرد نیز بتوانند از مزایای آن بهره‌مند شوند. این بازار در مقیاس کلان، کارکردهای دیگری هم دارد. نخست اینکه به کاهش حجم اقتصاد زیرزمینی کمک می‌کند. موضوع دیگر این است که بازار آنلاین طلا با جذب سرمایه‌های خرد، علاوه بر اینکه نقدینگی را از رفتارهای پریسک دور می‌کند، آن را به مسیرهای شفاف‌تر که قابلیت پیگیری دارند، هدایت می‌کند. برای مثال همین الان پلتفرم میلی با گردش طلای حدود ۱۵ ثن طی یک‌سال، نقش زیادی در رشد و توسعه بازار طلای آنلاین داشته و ازطرفی نیز نشان می‌دهد که توجه کاربران به این حوزه بسیار بیشتر از تصورات است.

تربیدی نیست که فضایی که پلتفرم‌های آنلاین طلا در آن فعالیت

در ادامه می‌توانید به بخش دیگری از این مطلب دسترسی داشته باشید.

ماهیت پول یا کالا بودن طلاست، مشخص شود، به مرجع نظارت می‌رسیم. اگر طلا کالا محسوب شود، باید تحت نظارت اتحادیه‌ها و اصناف باشد، اما اگر به‌عنوان پول در نظر گرفته شود، بانک مرکزی مرجع آن خواهد بود. در اصل همه‌بر ضرورت وجود نظارت اتفاق نظر دارند، اما اختلاف بر سر این است که کدام نهاد باید مسئولیت آن را برعهده بگیرد. بانک مرکزی یکی از بازیگران بازار طلاست. یعنی هم خودش قیمت تعیین می‌کند، هم می‌فروشد و هم بازار و مرکز مبادله دارد. علاوه بر این، قصد راه‌اندازی پلتفرم و تحویل گرمی طلا را دارد. این موضوع نوعی تناقض ایجاد می‌کند، زیرا این نهاد نمی‌تواند هم‌زمان فروشنده و ناظر باشد. قانون مشخص کرده که بانک مرکزی می‌تواند در خواست‌های خود را به نهادهای نظارتی ارائه دهد، اما ورود مستقیم آن به همه مسائل الزامی نیست.»

مدیرعامل میلی به تفاوت‌های خرید سنتی و آنلاین طلا نیز اشاره کرد و گفت: «در خرید سنتی، مشتری باید به فروشنده، سند و فاکتور اعتماد کند و فرآیند شکایت پیچیده و زمان‌بر است، اما در پلتفرم‌های آنلاین از طریق اینماد یا اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی امکان ثبت شکایت به‌سادگی وجود دارد.»

اکرمی با بیان این نکته که قانون نظام صنفی نهاد ناظر و مسئول نظارت را مشخص کرده و این وظیفه بر دوش اتاق اصناف و اتحادیه کشوری کسب‌وکارهای مجازی گذاشته شده، گفت: «در موضوع پلتفرم‌های طلا بانک مرکزی باید همانند دیگر اصناف، درخواست‌های خود را به نهادهای نظارتی ارائه دهد، نه اینکه خود ورود کنند، باید توجه داشته باشیم که طلا یک کالا است و سازوکار آن مشخص است. اگر مسئله عیار و قیمت طلاست، راهکارهای آن در قانون دیده شده است. چراکه اکثر پلتفرم‌ها، هم مجوز اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی برای فعالیت تجارت الکترونیک را دارند، هم از اتحادیه‌های صنفی مربوطه مجوز گرفته‌اند.» او در ادامه افزود: «پلتفرم‌ها، طلا را به‌صورت رسمی از بانکداران یا مرکز مبادله خریداری می‌کنند، همه‌معاملات نیز با کد رهگیری و اسالت‌سنجی انجام می‌شوند و این یعنی میزان طلای فروش‌فته، قابل رصد است. تا آنجا که می‌توان گفت در طول فعالیت این پلتفرم، حتی یک شکایت هم بابت استاندارد ثبت نشده، در حالی که نزدیک به یک‌ش طلا تحویل مشتریان شده و ذخایر طلا نیز نزد بانک کارگشایی نگهداری می‌شود.»

▼ رتبه ششم میلی در ذخایر طلا

مدیرعامل میلی در بخش دیگری از این میزگرد به موضوع خالی‌فروشی و اسالت‌سنجی طلا پرداخت و گفت: «مسئله اسالت‌سنجی دو موضوع مهم دارد. نخست اینکه، نظام سنتی بازار طلا براساس سازوکارهای قدیمی شکل گرفته و اگر اسالت آن زیر سوال رود، در کل بازار سنتی و سازوکارهای نظارتی آن زیر سوال می‌رود، چراکه پلتفرم‌ها نیز از همان بازار خرید می‌کنند. دوم اینکه، نظارت بر طلا یک پیش‌فرض ثابت است، زیرا محل نگهداری طلاها مشخص است و امکان بررسی تخلف وجود دارد.»

به گفته اکرمی، میزان موجودی و تراکنش‌های پلتفرم‌ها در سایت به‌صورت شفاف اعلام می‌شود و رسیدهای بانکی نیز موجود است. اکرمی با اشاره به فعالیت بورس کالا توضیح داد: «بورس کالا در یک‌سال گذشته به پشتهانه صندوق‌های طلا عملیات جدی انجام داده و ساختاری قدرتمند دارد که زیر نظر شورای عالی بورس فعالیت می‌کند. صندوق‌های طلا هشت‌سال زودتر از پلتفرم‌ها فعالیت خود را آغاز کرده‌اند، اما اکنون پلتفرم میلی در رتبه ششم ذخایر طلا قرار گرفته و توانسته در مدت یک‌سال حجم قابل توجهی طلا ذخیره کند. تفاوت اساسی میان مدل کسب‌وکار پلتفرم‌ها و بورس وجود دارد و به‌همین دلیل این دو مسیر را نمی‌توان یکی دانست.»

او همچنین به‌موضوع قیمت‌گذاری طلا پرداخت و توضیح داد: «متغیرهای تعیین‌کننده در بازار سنتی طلا، عرضه و تقاضاست. شفاف‌سازی در بازاری که ذاتاً غیرشفاف است، کار ساده‌ای نیست. نوآوری پلتفرم میلی در این بود که ما توانستیم نرخ خریدوفروش را یکسان کنیم؛ این روش حتی نمونه بین‌المللی هم ندارد و موجب تعیین شفاف قیمت‌ها شده است. این اقدام، بالاترین سطح دقت در قیمت‌گذاری را نشان می‌دهد. یکی دیگر از اقدامات مهم، کاهش کارمزد معاملات بوده که توسط اکثر پلتفرم‌ها انجام شد و همین موضوع بسیاری از افراد را به‌سمت استفاده از این ابزارها سوق داده است.

در حالی که امروزه بر نقش پررنگ و اثربخش کسب‌وکارهای فعال در حوزه اقتصاد دیجیتال به‌خصوص پلتفرم‌های مالی نوین پررنگ می‌شود. در این میان نکته‌ای تأمل‌برانگیز هم وجود دارد و آن سهم محدود ایران از تحولات در حوزه اقتصاد دیجیتال است. مطابق آمارها، سرعت رشد بخش اقتصاد دیجیتال در جهان چهاربرابر سریع‌تر از بخش‌های سنتی است و همین تحولات منجر به تغییراتی در میانی خلق ارزش هم شده است. باوجود این سهم ایران از این تحولات تنها ۳/۵ درصد از تولید ناخالص داخلی است که فاصله‌ای معنادار با میانگین جهانی و حتی کشورهای منطقه دارد. روشن است که پُر کردن و پوشاندن این شکاف نیازمند در پیش گرفتن رویکردی جدید و نگاهی تازه به دارایی‌های خُرد و نقش آنها در اقتصاد ملی است.

در حال حاضر بازار آنلاین طلا یکی از چند شاهراه ارزش‌آفرینی برای بخش اقتصاد دیجیتال کشور و در سطحی دیگر برای بهبود شمولیت مالی است. طلا از دیرباز برای خانواده‌های ایرانی پناهگاهی امن بوده و در

در ادامه می‌توانید به بخش دیگری از این مطلب دسترسی داشته باشید.

او به مزایای طلای دیجیتال اشاره کرد و گفت: «این پلتفرم‌ها امکان سرمایه‌گذاری روزانه برای کاربرانی را فراهم کرده‌اند که دسترسی به روش‌های سنتی سرمایه‌گذاری ندارند. یعنی میلیون‌ها کاربر از طریق خرید آنلاین طلا این امکان را یافته‌اند که درآمد روزانه خود را به سرمایه تبدیل کنند و این روند با شفافیت، سهولت و دسترسی پذیری بالا انجام می‌شود که به‌نظر می‌رسد مهم‌ترین مزایای پلتفرم‌های آنلاین طلاست.»

▼ ۹۰ درصد کاربران یک گرم دارایی دارند

مدیرعامل میلی در تحلیل پایگاه و وضعیت دارایی‌های حدود ۱۸ میلیون کاربر پلتفرم‌های آنلاین طلا در کشور گفت: «حدود ۹۰ درصد کاربران، دارای دارایی کمتر از یک گرم هستند و برنامۀ مالی مشخصی برای آنها وجود نداشته است. بسیاری از این افراد امکان پس انداز ندارند و ارائه ابزاری که ارزش پول آنها را حتی در طول یک‌ماه حفظ کند، اقدامی ارزشمند است. بسیاری از خانوارها درآمد ماهانه خود را به‌سرعت مصرف می‌کنند و اگر هم بتوانند مبلغی را سرمایه‌گذاری کنند، معمولاً هزینه‌های سال آینده خود را برای هزینه‌هایی مثل اجاره مسکن و... پیش‌خور می‌کنند. از این‌رو، وجود ابزاری که به افراد امکان دهد که در شرایط عادی و معمول زندگی، ارزش پول خود را در طول زمان حفظ کنند، دستاوردی ارزشمند است.»

▼ ابهام در سازوکار صندوق‌های بورسی طلا

مدیرعامل میلی با تشریح مدل فعالیت پلتفرم‌های آنلاین طلا در بازه‌های زمانی مختلف گفت: «محاسبات مان‌شان می‌دهد، اگر فردی با میزان حداقل حقوق وزارت کار از سال ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۱، ماهانه طلا خریداری می‌کرد و در همان ماه با همان شیب نمودار ماهانه به‌فروش می‌رساند، در مجموع متوسط قدرت خرید ماهانه‌اش شش درصد افزایش می‌یافت و ارزش ریال اش حفظ می‌شد. این شفافیت و دسترسی آسان، مزیت اصلی پلتفرم‌های طلا نسبت به بورس است، زیرا قیمت روزانه صندوق‌های طلا با رشد بازار هماهنگ نیست و مکانیزم پیچیده بورسی برای بسیاری از کاربران قابل درک نیست. پلتفرم‌ها این خلأ را پُر کرده و امکان حفظ ارزش پول را فراهم کرده‌اند. دلیل استقبال مردم از این پلتفرم‌ها نیز همین موضوع است.» اکرمی خاطر نشان کرد: «برخی فعالان بورسی مدعی‌اند امکان حفظ ارزش پول از طریق ابزارهای بورسی نیز وجود دارد و آنها می‌توانند قابلیت خریدوفروش را ایجاد کنند، اما واقعیت این است که پلتفرم‌های طلا شفاف‌تر است؛ به‌رغم اینکه تعریف و ماهیت بورس بر شفافیت استوار است، از نظر شفافیت چند گام جلوتر هستند.» مدیرعامل میلی با تشریح ابعاد مختلف تفاوت پلتفرم‌های آنلاین طلا و صندوق‌های بورسی گفت: «اگر به قیمت روزانه صندوق‌های طلا نگاه کنید، رشد قیمت‌ها متناسب با بازار نیست. در برخی موارد دیده شده که تفاوت سود پرداختی صندوق‌ها به ۲۰ تا ۳۰ درصد می‌رسد. علت این تفاوت هم در نگهداری سکه و حواله معادن طلا با ذخیره نقدی یا شمش است. درک این سازوکار صندوق‌ها و تفاوت‌های آن با بازار طلا برای کاربران عادی دشوار است. علاوه بر این، کار کردن با مکانیزم‌های بورسی نیازمند سواد مالی بالاتر و شناخت بهتر فرآیندهای پیچیده آن دارد، پلتفرم‌های آنلاین طلا موفق شده‌اند شکاف میان فضای سرمایه‌گذاری بازار سرمایه و پس انداز را پُر کنند.»

▼ بانک مرکزی نمی‌تواند فروشنده و ناظر باشد

مدیرعامل میلی در بخش دیگری از پنل تخصصی «طلای دیجیتال و بازار ایران، پناهگاهی در عصر تورم و رکود» در پاسخ به سوالی درباره شفافیت پلتفرم‌های آنلاین طلا گفت: «دغدغه‌هایی که درباره شفافیت و مکانیزم قیمت‌گذاری و سپرده‌گذاری طلا نزد شبکه بانکی پلتفرم‌های طلا مطرح می‌شود در یک‌سال گذشته به‌شکل پررنگ‌تری از سوی نهادهای مختلف مطرح شده و ریشه در مسائل اقتصادی کشور دارد. این نگرانی‌ها کاملاً بدیهی‌اند و نهادهای نظارتی و امنیتی نیز بیش از هرکسی به این موضوعات حساسیت نشان داده‌اند، چراکه تجربه‌هایی مانند ماجرای سکه ثامن یا برخی موسسات مالی پیشین باعث نگرانی و ناامنی‌های اجتماعی شده است. در این باره از مهرماه سال گذشته، کارگروه اقدام مشترکی در مرکز توسعه تجارت الکترونیکی زیرمجموعه وزارت صمت شکل گرفته تا به این موضوع بپردازد.»

اکرمی با تشریح ابعاد مختلف فعالیت پلتفرم‌ها و تناسب فعالیت با مرجع ناظر مجوزها گفت: «اگر پاسخ این پرسش که

دیجیتال مارکتینگ

مرثیه‌ای برای کلیک‌ها



علی اصغر نظری دوست

دانشجوی دکتری ارتباطات

چند هفته پس از فروکش کردن تب نظامی میان ایران و اسرائیل، جنگ دیگری در سکوت کامل در جریان است؛ جنگی برای بقا در دنیای دیجیتال. در حالی که توجه‌ها معطوف به تحلیل‌های ژئوپلیتیک بود، زیرساخت‌های اقتصادی بسیاری از کسب‌وکارهای مدرن در ایران، ضربه‌ای غافلگیرکننده خوردند. این بار نه از موشک، بلکه از یک فیلتر. برای صدها اژانس دیجیتال مارکتینگ و هزاران کسب‌وکار آنلاین در ایران، روزهای پس از تنش‌های نظامی، با یک شوک بزرگ آغاز شد؛ مسدود شدن دسترسی به پلتفرم «گوگل ادز». این اقدام، که به‌نظر می‌رسد واکنشی به شرایط جدید منطقه‌ای بوده است، به‌مثابه قطع کردن یکی از هوشمندانه‌ترین کانال‌های ارتباطی این کسب‌وکارها با مشتریان‌شان در داخل کشور عمل کرد. من به‌عنوان مدیرعامل اژانس دیجیتال مارکتینگ مارکو، هر روز با مدیرانی صحبت می‌کنم که کسب‌وکارشان به این ابزار وابسته است. یکی از مشتریان ما، یک فروشگاه آنلاین بزرگ لوازم خانگی بود. تمام استراتژی بازاریابی او بر این اساس بنا شده بود که محصولاتش را از طریق جست‌وجوی گوگل، دقیقاً به‌دست خانواده‌ای برساند که در همان لحظه قصد خرید یک کالای مشخص را دارد. امروز، او بخش مهمی از ترافیک هدفمند و فروش خود را از دست داده است. این تنها یک نمونه از صدها داستانی است که در هفته‌های اخیر شاهد آن بوده‌ایم. برای درک عمق این بحران، باید دانست که «گوگل ادز» صرفاً یک ابزار تبلیغاتی نیست. این پلتفرم، یک موتور هوشمند برای یافتن مشتریان بالقوه در سراسر ایران است که به کسب‌وکارهای داخلی اجازه می‌داد با صرف هزینه‌ای بهینه، مستقیماً به فردی که به دنبال محصول یا خدمت‌شان می‌گردد، دسترسی پیدا کنند. با حذف آن، نه تنها یک کانال فروش مؤثر، بلکه یک ابزار حیاتی برای تحلیل رفتار مشتری و هوش تجاری ار دسترس رفته است. این ضربه در شرایطی وارد شد که اقتصاد ایران پیش از این نیز با دو چالش بزرگ دیگر دست‌وپنجه نرم می‌کرد:

۱ **بالتکلیفی ناشی از جنگ:** در فضای عدم قطعیت، اولین هزینه‌ای که توسط شرکت‌ها کاهش می‌یابد، بودجه بازاریابی و توسعه است. بسیاری از صاحبان کسب‌وکار، پروژه‌های خود را متوقف کرده‌اند. این رویکرد، مستقیماً به کاهش پروژه‌های اژانس‌های دیجیتال مارکتینگ منجر شده است.

۲ **کمبود نقدینگی:** فشار اقتصادی و تورم، توان مالی کسب‌وکارها را به شدت کاهش داده است. بسیاری از شرکت‌ها حتی اگر به اهمیت بازاریابی دیجیتال واقف باشند، دیگر نقدینگی لازم برای سرمایه‌گذاری در کمپین‌های تبلیغاتی را ندارند.

- یک توفان کامل را برای اکوسیستم دیجیتال ایران رقم زده‌اند. شاید تلخ‌ترین و ملموس‌ترین پیامد این بحران، موج فراپهنده تعدیل نیرو در اژانس‌های دیجیتال مارکتینگ باشد. وقتی پروژه‌هایی پس از دیگری لغو یا به‌توقیف می‌افتند و درآمد‌ها به شدت کاهش می‌یابند، مدیران اژانس‌ها برای بقای شرکت، ناچار به گرفتن سخت‌ترین تصمیم، یعنی خداحافظی با همکاران خود، می‌شوند. این فقط یک آمار اقتصادی نیست؛ این داستان هزاران جوان متخصص و خلاق است که شغل خود را از دست می‌دهند. آسیب این وضعیت تنها به اژانس‌ها محدود نمی‌شود. این صنعت، شبکه‌ای به هم پیوسته از متخصصان است: طراحان گرافیک، تولیدکنندگان محتوا، کارشناس سنووبرنامفونسان. وقتی یک اژانس نیروی خود را تعدیل می‌کند، این موج به فریلنسرها و سایر کسب‌وکارهای وابسته نیز می‌رسد و زنجیره ارزش به‌طور کامل مختل می‌شود. نتیجه مستقیم این رکود، افزایش نرخ بیکاری در میان قشری است که تا دیروز، موتور محرک نوآوری در اقتصاد کشور محسوب می‌شد. بسیاری از این نخبگان، که پیش از این نیز با محدودیت‌های اینترنت دست‌وپنجه نرم می‌کردند، اکنون با از دست دادن امنیت شغلی، بیش از هر زمان دیگری به مهاجرت به‌عنوان تنها گزینه پیش‌رو فکر می‌کنند. این بزرگ‌ترین سرمایه‌ای است که در سکوت در حال از دست دادن آن هستیم. در حالی که کسب‌وکارهای دیجیتال در بسیاری از کشورها با استفاده از ابزارهای روز دنیا در حال بهینه‌سازی فروش و رشد خود هستند، هم‌تایان ایرانی آن‌ها درگیر مبارزه‌ای فرسایشی برای دسترسی به ابتدایی‌ترین ابزارها و حفظ نیروی کار خود شده‌اند. این عقب‌ماندگی تضمینی، توان رقابتی کسب‌وکارهای داخلی را به شدت یک هشدار است. تصمیمات آتی و فاقد نگاه کارشناسی در حوزه فناوری، پیامدهای اقتصادی و انسانی ویرانگری دارد که جبران آن سال‌ها زمان خواهد برد. صنعت دیجیتال ایران برای تنفس به اکسیژن نیاز دارد.