

STUFFGOGO

Nền tảng thương mại điện tử không phân cấp, không lệ phí và không giới hạn

Vlad Tereshkov

July 2017

WHITE PAPER

Người đọc chú ý – White paper này được viết nguyên bản bằng tiếng Anh. Trừ khi có chỉ định khác, những bản dịch những ngôn ngữ khác của white paper này chưa được xem xét đầy đủ bởi công ty StuffGoGo và do đó không có sự đảm bảo nào về tính chính xác và đầy đủ của bản dịch đó. Trong tất cả trường hợp, có sự khác biệt hoặc mâu thuẫn giữa bất kỳ bản dịch nào và bản tiếng Anh của whitepaper này, phiên bản tiếng Anh luôn tốt nhất.

BẢNG NỘI DUNG

Bảng Nội Dung.....	2
Giới Thiệu	3
M-Commerce	3
Thách Thức M-Commerce Và Giải Pháp	5
Sự Tập Trung Của Thương Mại Điện Tử	7
Cách StuffGoGo Khắc Phục Những Vấn Đề Trên	9
SGG và OpenBazaar.....	10
ICO.....	11
Thông Số ICO.....	11
Cơ Cấu Phân Bỏ Vốn ICO.....	13
Xem Xét Đóng Góp	13
Nguồn Doanh Thu	14
Quá Trình	15
Mô Hình Cấp Cao	15
ĐỘI NGŨ.....	18

GIỚI THIỆU

Kể từ khi ra đời, thương mại điện tử có kinh nghiệm tăng trưởng to lớn. Một số lượng lớn site và nền tảng thương mại điện tử đã được phát triển bao gồm những thứ mang đến cơ hội cho người dùng bán các sản phẩm và dịch vụ của họ, mở cửa hàng trực tuyến của họ, tìm tới những khách hàng ở xa chỉ với một click. Khách hàng trực tuyến sẽ phát triển tới 1.623 tỷ trong năm 2018 từ 1.079 tỷ trong năm 2013, theo hội nghị Liên Hợp Quốc về Thương mại và Phát triển.

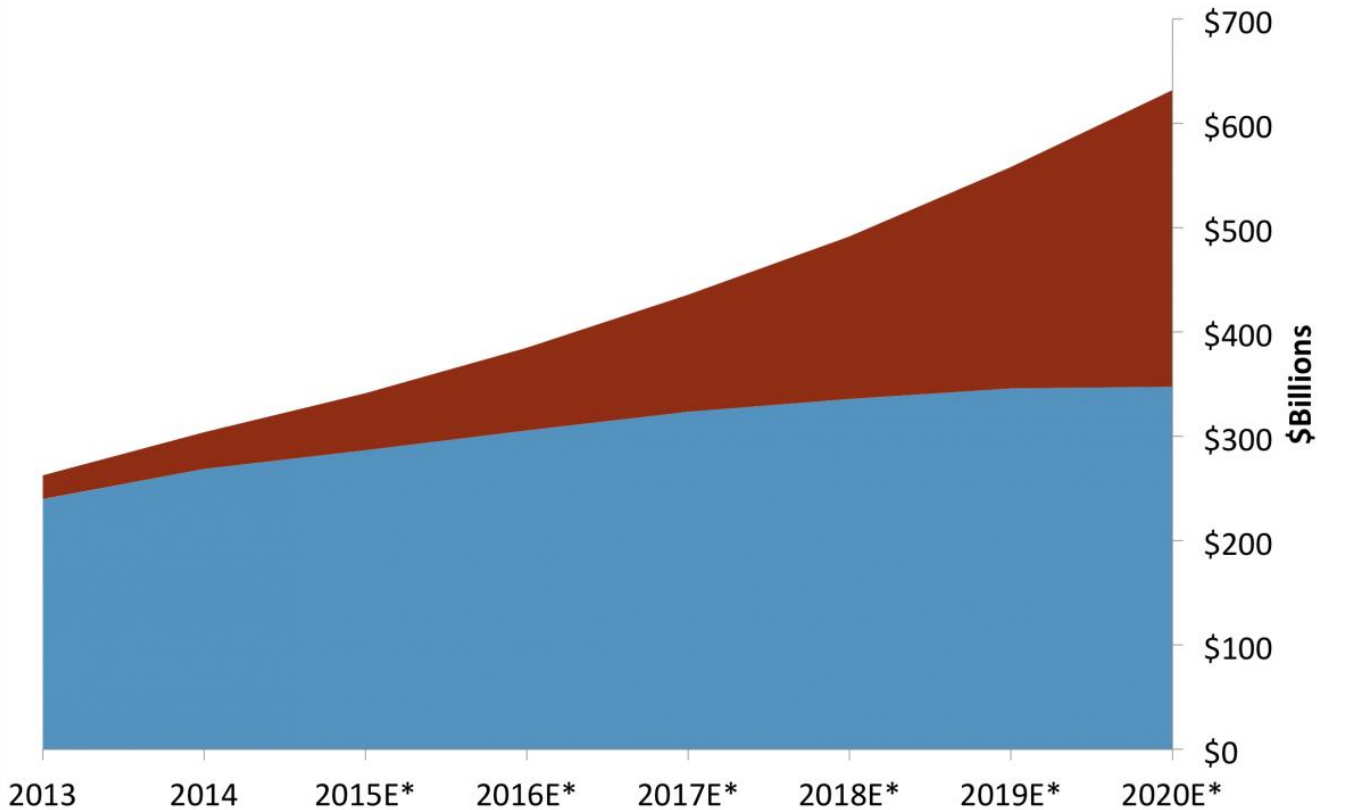
Với sự phổ biến và tính sẵn sàng của điện thoại thông minh và máy tính bảng M-Commerce xuất hiện, một không gian mới cho việc mua sắm từ điện thoại.

M-COMMERCE

BI Intelligence, Dịch vụ nghiên cứu cao cấp của Insider dự báo rằng m-commerce sẽ đạt \$284 tỷ, hay 45% tổng thị trường thương mại điện tử Mỹ, vào 2020.

FORECAST: Mobile Share of E-Commerce

■ PC commerce ■ M-commerce



Source: US Census Bureau, comScore, Statista, BI Intelligence Estimates*

BI INTELLIGENCE

Một nghiên cứu gần đây của LexisNexis chứng minh rằng m-commerce đang ở trên đỉnh cao của thói quen mua sắm của khách hàng.

Nghiên cứu đã khảo sát hơn 1,000 thương nhân Mỹ và phát hiện ra rằng 16% trong số họ sở hữu một kênh bán hàng qua điện thoại, trong khi 32% đang suy nghĩ về việc xây dựng một hệ thống như vậy vào năm sau.

Việc chấp nhận M-commerce được sự đồng tình lớn của các thương gia thương mại điện tử, 80% các nhà bán lẻ thương mại điện tử với ít nhất 50 triệu USD doanh thu hàng năm đang dự

định cung cấp hoặc lên kế hoạch cung cấp m-commerce. Điều này làm chúng ta nghĩ rằng các công ty này đã đầu tư rất nhiều vào kỹ thuật số, nên điện thoại sẽ là bước tiến hợp lý tiếp theo của họ.

Thách Thức M-Commerce Và Giải Pháp

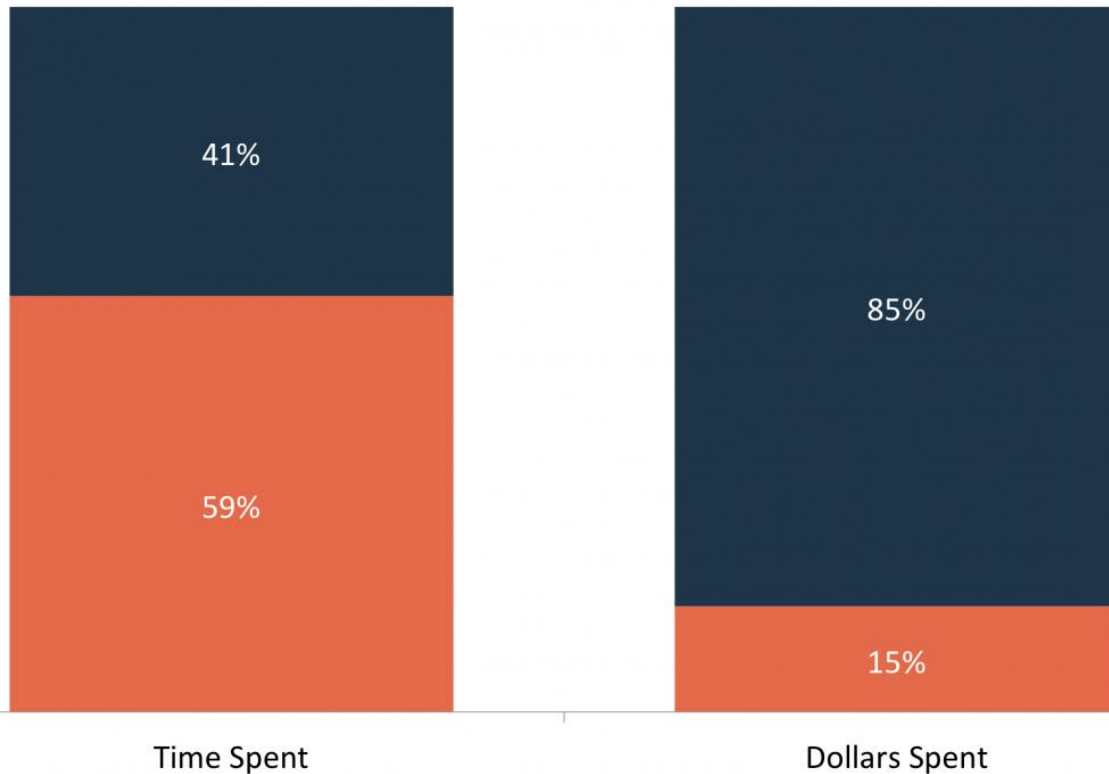
M-commerce chắc chắn là tương lai của thương mại điện tử và có tiềm năng trở thành kênh chính cho mua sắm và thay đổi thói quen mua sắm của khách hàng, nhưng một số vấn đề với m-commerce làm chậm lại sự thay đổi này.

Người dùng cảm thấy thất vọng khi cố gắng mua sắm trên điện thoại của họ đến mức họ thường xuyên bỏ qua các quá trình. Trong quý thứ hai năm 2015, người dân Mỹ dành 59% thời gian của họ cho điện thoại và 41% trên máy tính để bàn, nhưng chỉ 15% tiền của họ cho điện thoại và đang kinh ngạc rằng 85% lượng tiền của họ cho máy tính để bàn.

Time Spent Vs. Dollars Spent On Retail, By Device

US adults, Q2 2015

■ Mobile ■ Desktop



Source: comScore

BI INTELLIGENCE

Nhiều nhân tố góp phần cho ít trải nghiệm mua sắm trên thiết bị di động. Phổ biến nhất là kích cỡ màn hình nhỏ của điện thoại thông minh. Việc này làm cho thông tin sản phẩm rất khó để đọc và rất khó để nhập thông tin thanh toán, đặc biệt là một số cửa hàng trực tuyến không được tối ưu hóa cho điện thoại. Đây là lý do chính rằng khách hàng từ bỏ việc: hoàn thành giao dịch trên điện thoại.

Tốc độ cũng là một vấn đề. Người dùng điện thoại thường xuyên mua sắm khi di chuyển, cung cấp sự tiện nghi nhưng đồng thời cũng đặt họ vào vị trí khó với kết nối chậm chạp của WI-FI và LTE.

Và cuối cùng, điểm mấu chốt nhất là sự bảo mật và kín đáo thông tin cá nhân. Người dùng cảm thấy ít bảo mật hơn khi nhập thông tin thanh toán của họ trên điện thoại khi so sánh với máy để bàn hay laptop. Họ cũng cảm thấy không thoải mái khi cũng cấp các thông tin riêng tư vào một ứng dụng, không có thông tin về việc những thông tin ấy sẽ được dùng như thế nào, được lưu trữ ở đâu và điều gì sẽ xảy đến khi site của công ty bị xâm nhập hay iPhone của họ bị mất.

Tình hình thậm chí còn tồi tệ hơn nếu người dùng muốn bán đồ của họ hay mở một cửa hàng trực tuyến nhỏ. Người bán phải trả những lệ phí cao mỗi bước giảm đi lợi nhuận của họ và ngăn chặn việc cạnh tranh với giá của “cửa hàng lớn”.

Sự Tập Trung Của Thương Mại Điện Tử

Hiện nay, thương mại trực tuyến chủ yếu sử dụng các dịch vụ tập trung. Sử dụng trình duyệt hay ứng dụng, người dùng kết nối tới máy chủ của một công ty cung cấp mua sắm trực tuyến. eBay, Amazon, Craigslist và vô số các sản phẩm thương mại điện tử khác đang hoạt động theo cách này, chúng là những gì được gọi là “cloud”.

Mục đích chính của máy chủ trung tâm là giữ toàn bộ dữ liệu, thwcsjx hiện logic kinh doanh cho tất cả dịch vụ được cung cấp, cung cấp HTML và giao diện API để người dùng tương tác qua trình duyệt, ứng dụng hay qua API từ ứng dụng bên thứ ba, công cụ và site.

Sự tập trung có vẻ như là một hướng tiện lợi để thiết lập hoạt động thương mại điện tử, thu thập toàn bộ dữ liệu người dùng và dùng / bán lại nó biến nó thành nguồn thu nhập. Tuy nhiên, do các công ty lạm dụng, khách hàng bắt đầu tìm kiếm các giải pháp thay thế. Chạm tới khách hàng từ các dịch vụ tập trung như sau:

- Những dịch vụ này yêu cầu thông tin cá nhân và thu thập toàn bộ thông tin người dùng. Những dữ liệu này được dùng cả nội bộ và bán lại cho các công ty khác. Chính sách bảo mật rất phức tạp và chủ yếu làm cho người sử dụng giải phóng thông tin để sử dụng các dịch vụ mua bán.
- Các dịch vụ tập trung là mục tiêu hoàn hảo cho các tin tặc. Mỗi ngày, rất nhiều sites thương mại điện tử bị xâm nhập và mất dữ liệu.
- Phần lớn các công ty thương mại điện tử có chính sách bảo mật rất hạn chế và lấy đi chi phí rất cao để niêm yết và bán hàng. Điều này một phần là từ chi phí hoạt động cao, kho dữ liệu, máy chủ API, F5's/gateways với nhiều quản trị hệ thống và luật sư biên chế.
- Phương pháp thanh toán rất hạn chế và rất đắt, ví như Ebay/Paypal
- Người bán và người mua không phải lúc nào cũng rảnh để trao đổi hàng hóa và dịch vụ với nhau, vì các công ty hạn chế toàn bộ các loại giao dịch
- Cửa hàng trực tuyến của khách hàng có thể bị đóng ngay lập tức và không có cảnh báo. Rất nhiều người bán trên eBay phải duy trì nhiều tài khoản cùng một lúc, bởi vì họ không thể nhận rủi ro gây nguy hiểm đến việc kinh doanh của họ khi chỉ cần một yêu cầu bồi thường đơn giản từ khách hàng của họ.
- Một số dịch vụ, như Craigslist hay LetGo không xử lý bất kỳ khoản thanh toán trực tuyến nào, bạn phải trực tiếp gặp đối tác giao dịch mà có thể bạn sẽ bị cướp hay thậm chí bị giết. Điều đó không may, xảy ra thường xuyên với các ứng dụng “bán hàng xã hội”

Cách StuffGoGo giải quyết các vấn đề

StuffGoGo (SGG) là một cách tiếp cận hoàn toàn khác tới thương mại điện tử. Đó là hệ kế nối P2P, không có máy chủ, hoàn toàn tập trung. StuffGoGo cho phép người dùng tương tác và thanh toán trực tiếp mà không cần người trung gian. Bởi vì không có trung gian giữa cá giao dịch, sẽ không có phí, không hạn chế, không tạo tài khoản, và bạn chỉ tiết lộ những thông tin mà bạn muốn.

- **SSG là Riêng Tư và Tập Trung Bảo Mật.** Không máy chủ trung tâm, khoogn lưu trữ thông tin cá nhân và không khai thác dữ liệu. Dữ liệu của bạn không thể bị đánh cắp hay bán đi, bởi vì không có ai ngoài bạn có nó. Dữ liệu được phân bố qua cá nodes với dự phòng và mã hóa động theo ngữ cảnh.
- **Hệ thống SGG vô cùng linh hoạt,** nó không thể bị vô hiệu hóa/ tắt đi. Không có ai kiểm soát và nó tồn tại nhờ người dùng, tương tự như các đồng tiền điện tử. Cửa hàng của bạn sẽ trực tuyến cho đến khi bạn và chỉ có bạn quyết định đóng nó
- **KHÔNG phí và KHÔNG hạn chế.** Với đa số người dùng, hàng hóa và dịch vụ thì miễn phí cho người bán và người mua. Không hoa hồng, không phí. Thanh toán trực tiếp khi giao hàng hoặc thanh toán trực tiếp với các phương thức thanh toán bao gồm cả tokens SGG, hoặc các đơn vị tiền điện tử khác. Vì dữ liệu của bạn chỉ duy nhất là của bạn, Chúng tôi không áp đặt bất cứ một giới hạn và hạn về mặt hàng nào mà có thể bán hoặc mua. Hệ thống là nền dân chủ, hoạt động theo cộng đồng
- **Tập trung vào Kinh nghiệm người dùng. Đơn giản, gọn gàng, đẹp và hiệu quả.** Chúng tôi có các chuyên gia UX hàng đầu trong nhóm. Quá trình tương lại của chúng tôi bao gồm chụp- và-đăng siêu tiện lợi cho đăng bán hàng thông qua các thuật toán tầm nhìn máy tính được phát triển bởi chúng tôi.

- **Ví SGG / BTC đã tích hợp.** Chúng tôi tin rằng việc hạ thấp các rào cản cho người dùng mới tham gia sử dụng tiền điện tử cho giao dịch thông qua việc tích hợp ví và giao diện người dùng thân thiện là một yếu tố chủ chốt.
- **Tương tác trên mạng xã hội** – Hệ thống SGG không chỉ bao gồm danh sách “Buy it Now” (mua ngay), mà còn bao gồm nhiều loại đấu giá – Im lặng, thường xuyên. Nó cũng bao gồm các nguyên liệu trực tuyến, theo một phong cách Craigslist. Xóa bỏ các ranh giới giữa thương mại điện tử thông thường và các dịch vụ rao vặt đơn giản sẽ làm cho SGG trở thành nơi cho nhiều loại mua sắm/ bán/ thuê công việc.

SGG và OpenBazaar

SGG tới OpenBazaar cũng giống như từ Ethereum tới Bitcoin. OpenBazaar là một dự án tuyệt vời theo đuổi giải phóng thương mại P2P và sớm trong sự phát triển của chúng tôi đang cân nhắc hợp tác với dự án này, nhưng phải tìm đến một số giải pháp riêng biệt do các hạn chế về nền tảng, và các ưu tiên khác nhau về mục tiêu.

Những điểm quan trọng nhất mà chiến lược của chúng ta hoàn toàn khác:

- SGG ưu tiên di động trước, PC sau. Trong khi OB thì ngược lại.
- SGG dùng toàn bộ hệ thống để hỗ trợ cửa hàng của bạn. Bạn có thể tắt điện thoại những các sản phẩm của bạn vẫn được an toàn. OB cũng đang từ từ đi theo hướng này.
- SGG tập trung vào khả năng sử dụng, “không cần chuyên viên máy tính”. OB thì không.
- SGG đã tích hợp ví điện tử, người dùng không cần biết về Bitcoin hay token SGG để sử dụng. OB thì không.
- SGG có sẵn tiền tệ riêng (token SGG) để đáp ứng bằng thông rộng lớn, không phí giao dịch và còn nhiều hơn nữa.
- SGG có cả đấu giá và rao vặt giống Craigslist.
- SGG đi kèm với tích hợp tìm kiếm.

ICO

Nền tảng SGG đã được phát triển gần một năm được tài trợ bởi người sáng lập và bắt đầu doanh thu hiện tại từ phát triển phần mềm và tư vấn kinh doanh. Để đẩy nhanh sự phát triển, xây dựng cộng đồng/ hệ thống SGG và thêm các tính linh hoạt cần thiết và kiến trúc nền tảng của chúng tôi thông qua việc sử dụng token SGG do đó đạt được thành công lớn bằng cách phát hành kịp thời sản phẩm đầy đủ chức năng cho thị trường chúng tôi quyết định đưa ra các khoản đầu tư dưới hình thức bán bằng token của SGG Ethereum.

Token SGG là một phần quan trọng của nền tảng SGG và sẽ sớm trở nên có giá trị và hàng hóa linh hoạt với sự phát hành nền tảng và trưởng thành. Nó sẽ được hệ thống sử dụng nội bộ để cho phép bằng thông giao dịch không phí ở mức ổn định và nó cũng có thể được khách hàng sử dụng để thanh toán, quảng bá danh sách, đăng quảng cáo, chạy các công cụ mạnh mẽ, đăng trong các phần thương mại hạn chế (như là các đại lý ô tô, người môi giới) và nhiều hơn nữa.

Thông số ICO

Ngày bắt đầu ICO: **Thứ bảy, 12 tháng Tám, 2017 6:00 AM UTC**

Ngày kết thúc ICO: **Thứ bảy, 9 tháng Chín, 2017 6:00 AM UTC**

Tổng số Tokens SGG được phát hành: **1 000 000 000**

Giá trao đổi Tokens: **5 000 SGG = 1 ETH**

Giá trị giao dịch tối thiểu: **500 SGG (0.1 ETH)**

Giá trị giao dịch tối đa: **15 000 000 SGG (3 000 ETH)**

Bonus: trong hai ngày đầu tiên, những người tham gia đầu tiên sẽ nhận bonus 20% tokens

Bounty: 20 000 000 Tokens (2% tổng phát hành)

Tổng mục tiêu bán: 100 000 ETH Mục tiêu bán tối thiểu: 1 ETH

Quy tắc phân phát và phát hành Tokens:

50% (500 triệu tokens) có sẵn cho người tham gia;

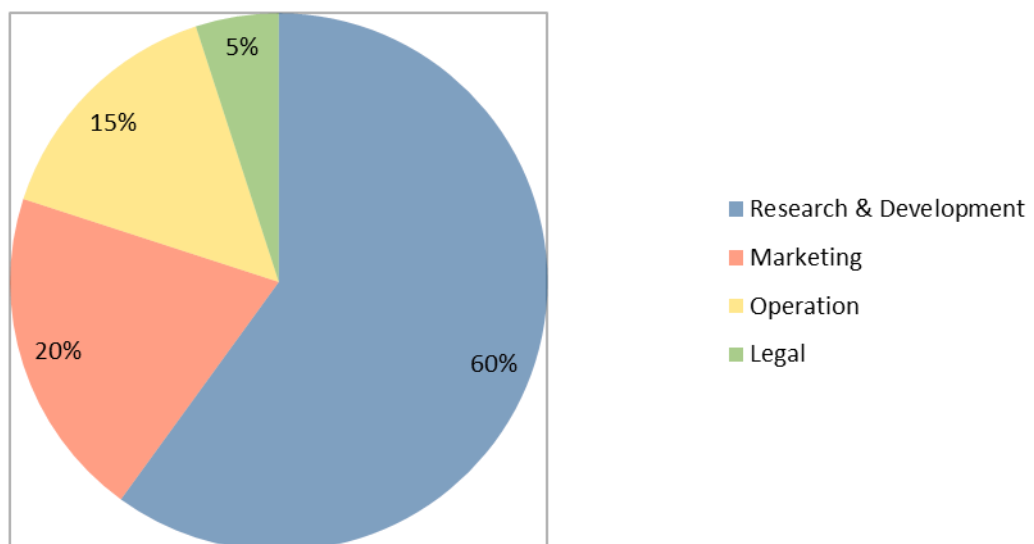
2% (20 triệu tokens) được phân bổ cho Bounty

38% (380 triệu tokens) sẽ được giữ lại trong Quỹ SGG Toàn cầu cho đến khi sàn giao dịch chính thức xuất hiện, tokens sẽ được sử dụng để hình thành thị trường ổn định và những phát triển thêm trong năm năm tiếp theo.

10% (100 triệu tokens) sẽ được phân phát cho đội ngũ nhân viên;

Mọi số tiền góp vốn sẽ được nhận và lưu trữ trên các ví với multi-signatures.

Cơ cấu phân bổ vốn ICO Funds



Percentage of funds allocation by category

Xem xét đóng góp

Số tokens được phát hành sẽ cố định vào 1 000 000 000 SGG. Sự phát thải bổ sung sẽ bị nghiêm cấm. Những tokens không được bán sẽ bị hủy.

Trong hai ngày đầu tiên, người đóng góp sẽ nhận thêm bonus 20% tokens.

Tokens được phát hành ngay lập tức bởi SGG smart contract (hãy khám phá thêm trên GitHub của chúng tôi), do đó không có giai đoạn chwof đợi và không cần ký quỹ.

Sau ICO chúng tôi dự định triển khai thanh toán/ ví trong SGG xây dựng trong ứng dụng StuffGoGo.

Chúng tôi dự báo rằng hệ thống StuffGoGo sẽ cung cấp cho nhu cầu lên đến 50% của các tokens mua bán công khai.

Chúng tôi dự báo sẽ làm chủ 10% thị trường thương mại điện tử cá nhân (xấp xỉ 1 tỷ USD thị phần). Do đó, nhu cầu tokens có thể vượt qua giá trị tokens mua bán công khai gấp nhiều lần.

Việc mua tokens SGG tại ICO cho bạn cơ hội tham gia vào dự án với sự tăng trưởng tiềm năng giá trị hơn 100 lần với chi phí thấp.

Sau ICO SGG sẽ có sẵn để giao dịch trên các sàn tiền điện tử.

Nguồn doanh thu

Các hoạt động mua và bán nói chung trong hệ thống StuffGoGo là miễn phí với cả người mua và người bán.

Các mô hình doanh thu sau đây sẽ được xây dựng trong hệ thống:

- Rao vặt giống như mô hình Craigslist. Có một khoản chi phí cho một bài đăng việc và danh sách chung cư.
- “Tên miền” quốc tế hoặc vanity có thể được mua trong đấu giá vì mục đích thương hiệu.
- Ở giai đoạn sau – thanh toán quảng cáo của các danh sách.
- Cũng ở giai đoạn sau – xây dựng hệ thống quảng cáo.

Quá trình

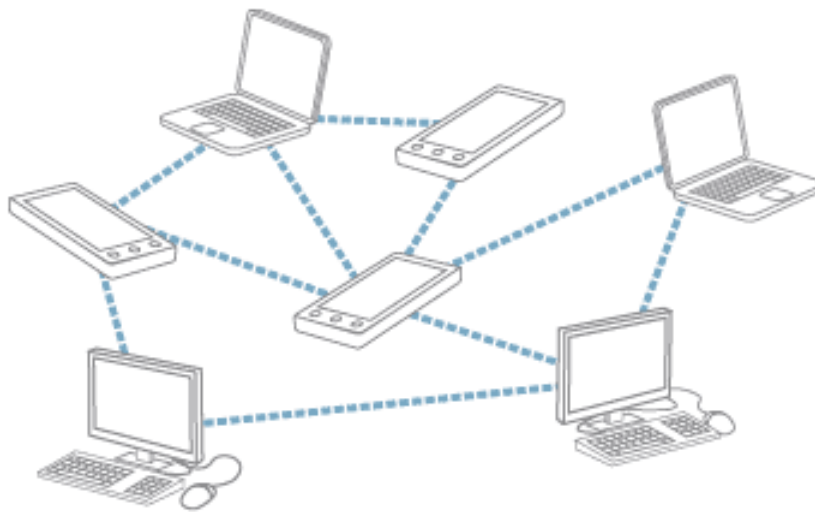
Sản phẩm chính của chúng tôi trong ICO là tạo ra hệ thống phân bố StuffGoGo bao gồm:

- Ứng dụng StuffGoGo iOS và Android. Sử dụng các ứng dụng công nghệ kịch bản gốc sẽ có 95% cùng mã nguồn.
- Tích hợp ví Điện Tử cho ứng dụng iOS/Android (SGG, ETH, BTC)
- Lưu trữ phân loại theo chỉ mục với công cụ tìm kiếm. Như một thư viện trong ứng dụng.
- giao diện trong trình duyệt trên máy tính để bàn.
- Hình ảnh nodes khởi động dựa trên Linux cho nhiều nền tảng (amd64, i386, arm) với phần mềm node được cài đặt để cho phép chức năng mạng ban đầu/ kiên trì cho đến khi đạt đủ người dùng.

MVP đầu tiên của chúng tôi dự kiến sẽ được phát hành cho cộng đồng trong Quý 1 2018.

MÔ HÌNH CẤP CAO

Mọi người tham gia vào hệ thống SGG là một nút đầy đủ của hệ thống, như một **Khách hàng, Máy chủ và Router** cùng một lúc. Mỗi nút đã liên kết với bộ nhớ ứng dụng cục bộ được tích hợp vào một hệ thống tập phân phối duy nhất (IPFS alike). Mọi nút liên quan đến địa chỉ tokens SGG và tích hợp logic và giao diện để trao đổi thanh toán (Ví)



Mọi ứng dụng chạy trên mạng bao gồm 3 thành phần chính:

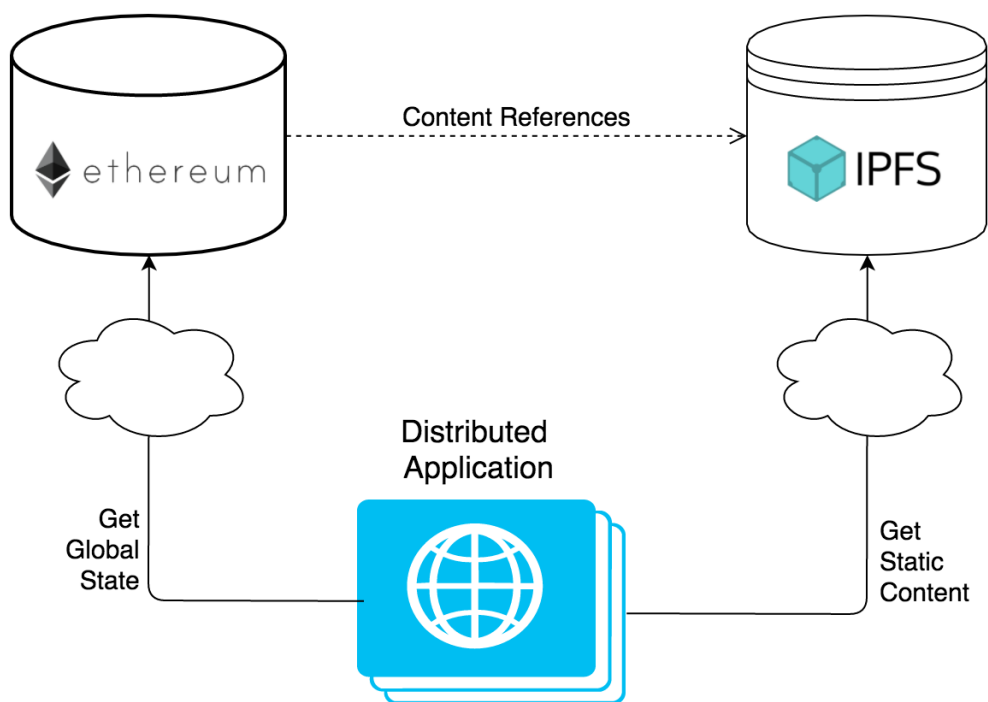
1. Kết nối, giao thức và lớp vận chuyển thực hiện các hoạt động I/O
2. Logic kinh doanh dưới dạng smart contract
3. Hệ thống tập tin phân tán, lưu trữ nội bộ và mọi giao diện tương ứng

Mỗi ứng dụng trong hệ thống chứa các hợp đồng nguồn mở mô tả logic kinh doanh của:

- giao dịch mua/ bán cơ bản
- đấu giá: cơ bản, yên lặng

- hoàn trả và hoàn tác nguồn công việc
- giải quyết tranh chấp
- mua miền và các dịch vụ DNS SGG
- quảng cáo / danh sách

Hệ thống tệp phân phối được sử dụng để lưu trữ tất cả dữ liệu hệ thống bao gồm hồ sơ, cửa hàng, danh sách, nhật ký (đã ẩn danh), chỉ mục tìm kiếm, SGG DNS index và nhiều hơn nữa.



ĐỘI NGŨ

Đội ngũ dự án của StuffGoGo không chỉ là đội ngũ hiện tại. Nó được phát triển trong 23 năm qua và được tạo thành từ những nhà cải cách đam mê tiền điện tử và tương lai của chúng với nhiều dự án thành công trong quá khứ bao gồm 1 tỷ USD IPO.



Vlad Tereshkov

Nhà sáng lập, Thương nhân và Nhà Kỹ thuật

Nhà Kỹ Thuật, Nhà Sáng Chế và Chuyên Gia IP. Tiến sỹ vật lý, khoa học dữ liệu, kiến trúc sư phần mềm chính cho Fortune 500, nhà sáng lập và giám đốc công nghệ của nhiều startup trong công nghệ sinh học, an ninh mạng và AI. Người đạt giải công nhận từ USAF. Viết mã, phần mềm và kinh doanh từ 1997. Chủ sở hữu của một công ty phát triển công nghệ CaseOS LLC trong 12 năm



Yuliya Zlobina

Tiếp thị, Di động và UX

Nhà kỹ thuật, di động và chuyên gia về khả năng sử dụng. Tiến sỹ vật lý, kiến trúc sư giải pháp, công nghệ di động và UX guru. Thiết kế và phát triển nhiều FinTech và các giải pháp cho khách hàng bao gồm Oracle, Bank Of America, Merrill Lynch, PayPal, IBM



Vera Karmolina

Công nghệ, Vận chuyển hàng

Nhà kỹ thuật, nhà phát triển, quản lý các nhóm phát triển đa chức năng trong nhiều năm. Chuyên gia FinTech với nhiều ứng dụng kế toán doanh nghiệp lớn phát triển và triển khai tại Nga bao gồm RUSAL



CaseOS LLC

Đối tác Phát triển

Phát triển công ty phần mềm sáng lập bởi Vlad Tereshkov 12 năm trước. CaseOS là một kiến trúc sư có năng lực cao, nhạy phân tích, nhà khoa học, nhà phát triển với hơn 17 năm xuất sắc trong việc cung cấp các giải pháp chìa khóa trao tay