

عصر تراکتس

**پندبازی
در شرایط توفانی**

مدیران امنیت شرکت های بانکی
و پرداخت کشور از نقش واحد
امنیت در این صنایع می گویند

جهانی درگوشی

بررسی وضعیت و مزیت های
نوسعه سوپراپلیکیشن ها در
دنیا و ایران



**هادی اخلاقی، مدیرعامل بانک تجارت درباره بقای
سازمان ها و همگام شدن با موج تغییرات می گوید**

**پذیرش نوآوری
گریزناپذیر است**



پویا پوراعظم:
مقوله امنیت در اولویت
صنعت بانکی و پرداخت
کشور قرار ندارد



سامان بیرقی:
به مشارکت حاکمیت
و بخش خصوصی نیاز
داریم



محمد رشیدی:
مهم ترین تمرکزمان
بهبود تجربه کاربری
همراه کارت است



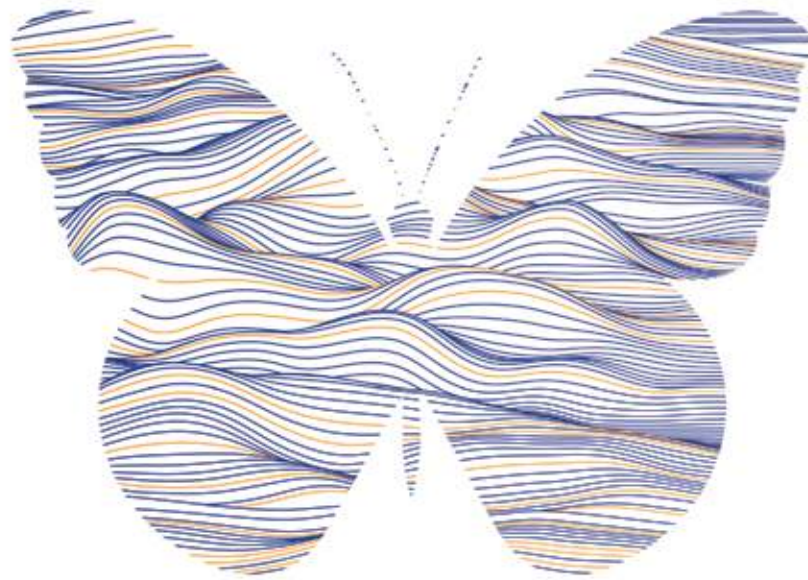
علیرضا شفیعی:
به دنبال
سبک زندگی
اعتباری هستیم

فرهاد اینالویی:

**به ساختن تیم
همدل اهمیت
بدهید و تکرو
نباشید**



راه‌های قدیمی به درهای جدید نمی‌رسند



توانمندی‌سازی برای تغییر
همراه با کسب و کارها برای آینده دیجیتال

 [tosansolutions](#)

 www.tosan.com

 [tosansolutions](#)

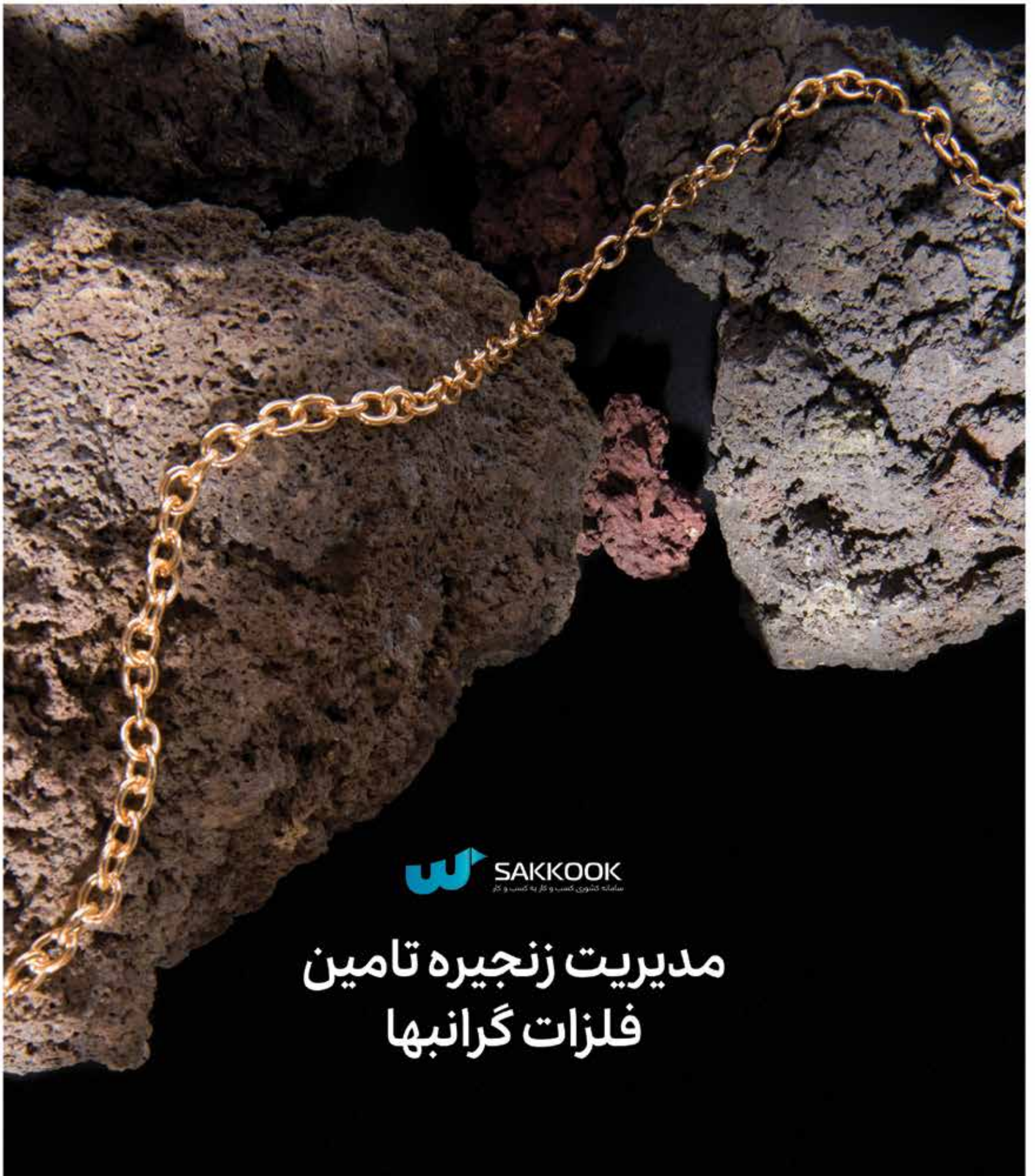




این روزها زندگی پیچیده‌تر از همیشه است

ما تلاش می‌کنیم تا مردم و کسب و کارها تجربه پولی مالی امن و راحتی داشته باشند.





 **SAKKOOK**
سازمانده کشور، کسب و کار به کسب و کار

مدیریت زنجیره تامین فلزات گرانبها



1st place of
9th Dr. Noorbakhsh festival



Digital Transformation
Award winner



Member of
Information Society of Iran



National Iranian Product
Innovation Award Winner



Member of National
ICT Guild Organization



Licensee of Logistic mgt. provider in Supply chain
National Logistics in supply chain award



1st place and IAS trophy winner of
7th Congress of IT managers



شرکت پویا

پویا، پیشرو، پایدار

www.pooya.ir

درگاه پرداخت اینترنتی سپ همراه محبوب کسب و کارهای آنلاین



برای پرداختن به زندگی...

www.sep.ir

۰۲۱-۸۴۰۸۰



پرداخت الکترونیک سامان کیش

تراکنش داغ سداد

۲ میلیارد تومان جایزه، ویژه دارندگان کارتخوان سداد

sidadpsp.ir


سداد

ارائه راه‌کارهای پرداخت



API MANAGER

برای گفتگوی پلتفرم‌ها



با کارتخوان اندرویدی فاکتور صادر کن!



با امکان اتصال به سامانه مودیان مالیاتی

اولین و کاملترین نرم افزار حسابداری، همراه با نرم افزار پوز فروشگاهی مالی پلتفرم

از خانه‌ای کوچک تا کارخانه‌ای بزرگ با
نرم افزارهای حسابداری پارمیس



021-87758
Pamist.com



راهکار ابری پارمیس ۳۶۰ مشتمل بر ده ها زیر سیستم نرم افزاری برای توسعه کسب و کار

روی ابرها قدم بگذار!

راهکارهای یکپارچه ابری، متناسب با نیاز سازمان شما



arvancloud.ir

۰۲۱-۹۱۵۱ ۹۹۹۹
sales@arvancloud.ir

۲ ماهه سرمایه‌ات رو ۳ برابر کن



طرح سنا؛ ویژه صاحبان کسب و کار

- پرداخت تسهیلات حداکثر تا **۲۰۰%** معدل موجودی
- مبلغ تسهیلات قابل پرداخت حداکثر **۵۰ میلیارد** ریال
- حداقل مدت سپرده گذاری برای بهره‌مندی از امتیاز تسهیلات **۲ ماه**

با دانا پلاس،

خالق تجربه‌ای متفاوت از جلسات خود باشید!

راهکاری مطمئن و آسان



برای برگزاری جلسات و وبینارهای آنلاین



Business.irancell.ir
EB@mtnirancell.ir

سامانه هوشمند مدیریت سرویس‌های پشتیبانی

آسان و هوشمندانه کار کن

● سامانه همیار

برنامه همیار پشتیبان:

- قابلیت راهبری سرویس‌های عملیاتی
- ارجاع هدفمند امور محوله به پرسنل
- قابلیت تفکیک پروژه‌های مختلف

و ...

پورتال پشتیبانی سیپا:

- مدیریت انبار و موجودی
- مدیریت سرویس‌ها و گزارشات
- برنامه‌ریزی سرویس‌ها

و ...



Yaas Arghavani
System Engineering Co.



یاس ارغوانی
شرکت مهندسی سیستم

WWW.SYS-YAAS.COM



شناخت شرکای تجاری با استعلام اطلاعات حقوقی شرکتها

- دسترسی به اطلاعات مهم بدون ارائه اسناد مکتوب
- افزایش اعتماد و ایمنی مالی در همکاری‌های فی‌مابین شرکتها
- دریافت طیف گسترده‌ای از داده‌ها از نام حقوقی تا وضعیت بازبینی و تعلیق





گذرگاهی امن، راحت و سریع برای دریافت وجه از مشتریان شما

نیک پرداخت، ارائه دهنده درگاه ارزی بین المللی برای کسب و کار شما



www.nikpardakht.com

آینده را مبادله کنید

صرافی ارز دیجیتال اوام پی فینکس



OMPFINEX.COM

داده پردازي معتمد تيسر



معتمد مالياتي نوع اول
سازمان امور مالياتي کشور

بستري امن
براي خدمات نوين
مالياتي

ارسال صورتحساب الكترونيكي به سامانه موديان

با تضمين شرکت معتمد



- روش های ارسال متنوع بدون محدودیت
- بدون محدودیت نرم افزار
- بدون نیاز به کلید و امضای دیجیتال مودی
- صورتحساب با روش اکسل و وب فرم
- ارسال تکی و انبوه
- اتصال آسان بانک های اطلاعاتی مختلف
- روش API و BRIDGE API
- پشتیبانی بدون محدودیت
- آموزش نکات اجرایی قانون پایانه فروشگاهی
- تجربه خدمات نامحدود و بی نظیر



۹۰۰۰۱۵۱۵

تماس رایگان بدون پیش شماره از سراسر کشور



@tisstsp



www.tisstsp.ir

کتاب نئوبانک ۲۰ منتشر شد

راہنمائے کامل
اگوسیستم جہانے
نئوبانک



رنگ آشنای پاییز



۲۳ سال باشما فصل‌ها را گذر کردیم

تاپ: نخستین انتخاب
www.pec.ir

تاپ، اولین و قدیمی‌ترین شرکت صنعت پرداخت
ارائه‌دهنده خدمات پرداخت به کسب و کارها



عصر تراکنش

ماهنامه اختصاصی
مدیران فناوری های
مالی ایران
سال هفتم
شماره ۷۵
آبان ۱۴۰۲



صاحب امتیاز: موسسه شبکه عصر تراکنش
مدیر مسئول و مدیر عامل: مینا والی
سردبیر: مینا حاجی
مشاوران سردبیر: رسول قربانی و علی ورامینی

تحریریه: نیلوفر نادری، زهرا قربانی
غزل یگانگی، طهورا آدینه وند
ثریا حقی، نسیم بنایی، محمدرهبان
مهسا طاعتی، مهسانجاتی

مدیر هنری: روح اله گیتی نژاد
مدیر فنی: علیرضا کیوان
صفحه آرا: حمید ابراهیمی، محمد قربانی
ویراستار: یلدا شایسته فر
عکس: نسیم اعتمادی، حامد خورشیدی

۲۴

جیتکس ۲۰۲۳ بیش از هر چیزی برای ما کمبود منابع انسانی متخصص در کشور را گوشزد کرد
مهاجران از فناوری دورمانده

۲۵

امنیت سایبری سازمان و ضرورت تقدم رویکرد کنشگری به رویکرد واکنشی
بازی شطرنج همیشگی

۲۶

تقسیم فناوری های قانون گذاری (رگ تک) بر اساس فلسفه فناوری دون آیدی
کاربرد رگ تک در ۵ حوزه

۲۸

برای رفع بحران های متعدد در زمینه پرداخت چه باید کرد؟
در نقد رویکردهای کفنی نگری

۳۲

نگاهی به اخبار مهم مهرماه اکوسیستم اقتصاد دیجیتال و فین تک کشور
ماه اختلال سامانه ها و آسیب به اقتصاد دیجیتال کشور

۳۶

یادداشت هایی از رضا قربانی، میثم سلیمانی، رضاجمیلی و ایمان جلیلی از چهل و سومین نمایشگاه جیتکس
روایت هایی از بزرگ ترین رویداد فناوری آسیا

۴۲

بررسی وضعیت و مزیت های توسعه سوپراپلیکیشن ها در دنیا و ایران
جهانی در گوشی

۵۰

هادی اخلاقی، مدیرعامل بانک تجارت درباره بقای سازمان ها و همگام شدن با موج تغییرات می گوید
پذیرش نوآوری گریزناپذیر است

۵۵

گفت وگو با حمزه آقابابایی، مدیرعامل شرکت پرداخت الکترونیک سپهر درباره عملکرد یک ساله این شرکت
ورود به عرصه نوآوری

ASRE TARAKONESH.IR



گفت وگو با علیرضا شفیعی، مدیرعامل کیپاکه می گوید به زودی از یک راهکار B2C رونمایی خواهند کرد
به دنبال سبک زندگی اعتباری هستیم



گفت وگو با حمزه آقابابایی، مدیرعامل شرکت پرداخت الکترونیک سپهر درباره عملکرد یک ساله این شرکت
ورود به عرصه نوآوری



@AsreTarakonesh

@Asretarakonesh

@AsreTarakonesh

@Asretarakonesh

AsreTarakonesh.ir

Way2Pay.ir

وبسایت: AsreTarakonesh.ir

ایمیل: mag@way2pay.ir

چاپ: واژه (۸۸۳۱۶۶۱۳)

صحافی: واژه

ناظر چاپ: قادر شهبازی

شبکه‌های اجتماعی: محمد حسین صیادی نژاد

حائبه همتی

نشانی: تهران، جنت آباد جنوبی، بلوار لاله غربی

کوچه حدیث، بن بست حدیث ۲، پلاک ۸

تلفن تحریریه: ۴۴۴۳۹۶۶



عکس: حامد خورشیدی

۹۸

بررسی ۱۵ سرویس خودرویی در ۲۴ اپلیکیشن پرداختی نوآوری خودرویی

۱۰۰

معرفی دستگاه چک اسکندر گلوری FB-30 شرکت بازرگانی میناکارت آریا سرعت بخشی به فرایند اسکن چک‌ها

۱۰۱

معرفی ۵۵ شخصیت تأثیرگذار جهان در زمینه هوش مصنوعی از نظر مجله تایم رهبران، نوآوران و متفکران هوش مصنوعی

۷۷

مدیران امنیت شرکت‌های بانکی و پرداخت کشور از نقش واحد امنیت در این صنایع می‌گویند

بندبازی در شرایط توفانی

۸۲

ارائه راه حل‌های دفاعی با در نظر گرفتن خطای انسانی

ایمن بر مبنای طراحی

۸۴

تجربه‌های سه شرکت درباره ادغام ابزارهای هوش مصنوعی در زمینه‌های تجاری گوناگون

هوش مصنوعی و شخصی سازی سفر مشتری

۶۵

محمد رشیدی، مدیرعامل جدید همراه کارت از استراتژی‌های پیش رو این شرکت می‌گوید

اولویت مان بهبود تجربه کاربری است

۶۷

گفت‌وگویی با فرهاد اینالویی درباره زندگی شخصی و حرفه‌ای اش و مسیری که تاکنون طی کرده

یک بانکدار دیجیتال

۷۴

روند هک شش سازمان دولتی و خصوصی در شهریورماه بررسی شد

ترکش فیلترینگ بر امنیت اطلاعات



محمد رشیدی، مدیرعامل جدید همراه کارت از استراتژی‌های پیش رو این شرکت می‌گوید

اولویت مان بهبود تجربه کاربری است

۶۵

گفت‌وگو با سامان بیرقی، رئیس هیئت مدیره اوامپا فینکس درباره وضعیت رگولاتوری حوزه رمز ارز در کشور

به مشارکت حاکمیت و بخش خصوصی نیاز داریم

۶۳



توسعه پروژه ملی فیبر نوری مبین‌نت در سراسر کشور



در مسیر سبز دنیای دیجیتال

 mobinnet.ir



زیرساخت امن خدمات تراکنشی

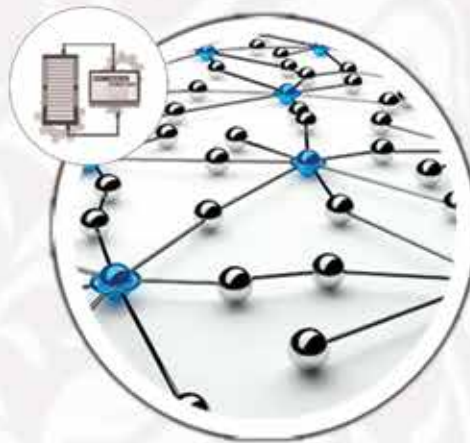
بستری برای سرویس های امن و پایدار

همکار ما باشید...

HRM@sits-co.com



امنیت اطلاعات و ارتباطات



زیرساخت ارتباطی و شبکه



مراکز داده



تامین تجهیزات



سرویس ها



زیرساخت مجازی و رایانش ابری

طراحی و نظارت | اجرا و پشتیبانی | مشاوره

جیتکس ۲۰۲۳ بیش از هر چیزی برای ما کمبود منابع انسانی متخصص در کشور را گوشزد کرد

مهاجران از فناوری دور مانده



مینا والی
مدیرمسئول

شرکت کرده‌اند اغلب کسانی هستند که در ایران صاحب کسب و کاری بوده یا هستند و در خلاء امکان دسترسی به بازارهای بین‌المللی در ایران و برای گسترش فعالیت خود در امارات مستقر شده‌اند. آماری ندارم از اینکه چه تعداد و چه درصدی از ایرانی‌های فعال در امارات در صنایع فناوری محور حضور دارند ولی آنچه شنیده و دیده می‌شود این است که درصد زیادی از ایرانی‌های صاحب کسب و کار، در بخش‌هایی حضور دارند که از فناوری به دور مانده یا بر لبه فناوری حرکت نمی‌کند. کسب و کارهایی که باز یگران اصلی در صنایع فناوری محور نیستند و در این زمینه حرفی برای گفتن ندارند. معتقدم همین نشانه‌ای است از اینکه ما واقعاً فاصله زیادی با سایر دنیا داریم. ممکن است جوان‌هایی داشته باشیم که علاقه‌مند خلق ارزش در حوزه فناوری باشند و در کامیونیتی تخصصی خود جدیدترین تحولات فناورانه دنیا را دنبال کنند، ولی به اندازه کافی نیروی متخصص تربیت نکرده‌ایم و همین نیروی تربیت شده نیز فاصله قابل توجهی با نیروهایی از کشورهای همچون هند دارند.

در جیتکس سال گذشته یعنی ۲۰۲۲ برای اولین بار شاهد افزایش حضور کسب و کارها و استارت‌آپ‌های حوزه بلاکچین بودم. آن روز حسرت زیادی می‌خوردم که سال‌های قبل وقتی در ایران کسانی را داشتیم که در حوزه بلاکچین فعال بودند در جیتکس خیلی کم نشانه‌ای از این فناوری را می‌دیدیم و حس می‌کردم ما فرصت‌ها و ظرفیت‌هایی داشتیم که قدرش را ندانستیم و با انواع سنگ‌اندازی‌ها اجازه فعالیت و رشد آنها را ندادیم.

امسال به سبب آن تجربه دو سال پیش و قرار نگرفتن تحت تاثیر زرق و برق‌های رویداد، این فرصت را داشتیم که گونه دیگری موضوع را ببینم. علاوه بر این زمان زیادی را در رویدادهای کوچک و بزرگ ایرانی‌های فعال در حوزه فناوری در دبی گذراندم. به نظرم حتی اگر شرایط فعالیت برای کسب و کارهای فناوری محور در ایران یکباره به سطح استانداردهای جهانی برسد باز هم یک جای کار می‌لنگد و آن هم کمبود منابع انسانی متخصص است. تصور این است که حتی اگر در بهترین حالت، شاهد مهاجرت منابع انسانی متخصص نباشیم باز هم دچار کمبود نیروهای متخصصی هستیم که به اندازه کافی آموزش دیده‌اند. شرایط به نظر ناامیدکننده است اما برای این که کاری بکنیم ابتدا باید درک درستی از جایگاهمان داشته باشیم



جیتکس بزرگ‌ترین رویداد فناوری آسیا است و از این جهت که در منطقه خاورمیانه و در یک قدمی ایران برگزار می‌شود، می‌تواند برای ما مهم باشد. دبی به لحاظ موقعیت جغرافیایی برای حضور ایرانی‌ها شرایط مناسبی دارد. همین هم سبب شده که طی چند دهه و دقیقاً در سال‌های رشد پرسرعت امارات ایرانی‌های زیادی را به عنوان مرکز کسب و کار خود انتخاب کنند

امسال سومین سالی بود که در رویداد جیتکس گلوبال حضور داشتم با چند تفاوت نسبت به سال‌های قبل. اول اینکه از چند روز پیش از آغاز جیتکس وارد دبی شدم، پیش از آغاز رویداد «اکسپند نورث استار» گشتی در سوله‌های در حال آماده‌سازی رویداد زدم، بر حسب تصادف و یک توفیق اجباری بخش‌هایی از دبی را که در حالت توریستی پیمان را هم آنجا نمی‌گذاریم، دیدم و دوم اینکه بدون آن عینک «به‌به و چه‌چه» در رویداد حضور داشتم. این دو کمک کردند تا بتوانم نگاهی جامع‌تر به جیتکس داشته باشم؛ رویدادی که مدعی بزرگ‌ترین نوع خود در دنیا است. شاید بتوان عنوان «پر زرق و برق‌ترین» رویداد فناوری جهان را به جیتکس داد اما قطعاً با وجود رویدادهایی مانند «سی‌ئی‌اس» لاس وگاس یا «ام‌دبلیوسی» بارسلون، جیتکس نمی‌تواند عنوان بزرگ‌ترین رویداد فناوری جهان را به خود اختصاص دهد.

با این حال قطعاً جیتکس بزرگ‌ترین رویداد فناوری آسیا است و از این جهت که در منطقه خاورمیانه و در یک قدمی ایران برگزار می‌شود، می‌تواند برای ما مهم باشد. دبی به لحاظ موقعیت جغرافیایی برای حضور ایرانی‌ها شرایط مناسبی دارد. همین هم سبب شده که طی چند دهه و دقیقاً در سال‌های رشد پرسرعت امارات ایرانی‌های زیادی این کشور را به عنوان مرکز کسب و کار خود انتخاب کنند. این حضور از یک قرن پیش و بیش از همه از شهرهایی همچون لار، گراش، خنج و اوز در استان فارس و شهرهایی از دو استان جنوبی هرمزگان و بوشهر اتفاق افتاده است و در واقع دهه‌ها پیش از آغاز دوران تحول امارات ایرانی‌ها در این منطقه حضور داشته‌اند و به همین سبب می‌توان ایرانی‌ها را یکی از باز یگران تحولات امارات دانست.

نگاهی به فعالیت این بخش از مهاجران یا فعالان اقتصادی که حضورشان در امارات قدمتی بیش از چند دهه دارد نشان می‌دهد که آنها بیش از همه به کار تجارت در این کشور مشغول هستند حالا یا تجارت شخصی و یا خانوادگی خود. غیر از این مهاجران از یک دهه پیش نوع دیگری هجرت به امارات را شاهد هستیم. برخی از ایرانی‌ها با شخصیت حقیقی خود و برخی دیگر با شخصیت حقوقی در کشور امارات و خصوصاً در بخش دبی فعالیت خود را آغاز کرده‌اند. آنهایی که با شخصیت حقیقی حضور دارند کسانی هستند که با تحصیلات دانشگاهی و به صورت تخصصی در شرکت‌های چند ملیتی امارات مشغول به کار شده‌اند و آنهایی که اقدام به ثبت



مهرتراکتس



۲۴

ASARETA@HONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

بازی شطرنج همیشگی



مینا حاجی
سر دبیر

عصر تراکتس

یادداشت

۲۵

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و پنجم



«هک» کلمه‌ای است که در یک ماه گذشته در صنعت فناوری‌های مالی کشور زیاد درباره آن شنیده‌ایم؛ موضوعی که امنیت اطلاعات را بار دیگر در اکوسیستم نوآوری و فناوری کشور بر سر زبان‌ها انداخت. در شهریورماه ۱۴۰۲ شرکت‌های گوناگونی دچار حمله سایبری شدند. تقریباً طی یک هفته، سیستم اطلاع‌رسانی اپلیکیشن هف هشتاد، تپسی و اطلاعات برخی شرکت‌های بیمه هک شد؛ همچنین در اواخر شهریورماه یک گروه هکری ادعا کرد که دیتاهای سازمان ثبت احوال را هک کرده و به اطلاعات ۱۳۰ میلیون ایرانی دست یافته و از طرف دیگر اول مهرماه خبر از هک سایت وزارت علوم داده شد. اتفاق‌هایی که در این مدت افتاد، بحث بر سر ارتقای امنیت از سوی سازمان‌ها را بیش از پیش پررنگ کرد و بیش از پیش نگرانی‌ها را در خصوص خلأهای موجود در حوزه امنیت سایبری برانگیخت.

طبق گزارشی که به تازگی IBM منتشر کرده، ۸۳ درصد از سازمان‌ها بیش از یک نقص داده را در طول سال ۲۰۲۲ تجربه کرده‌اند. شاید همین آمار تکان‌دهنده کافی باشد تا کسب‌وکارها امنیت سایبری را در اولویت کارهایشان قرار دهند و رویکرد بی‌توجهی نسبت به این مقوله نداشته باشند.

با توجه به حجم اخباری که اخیراً از هک‌های انجام شده در صنعت فناوری‌های مالی کشور شنیدیم، به نظر اصلی‌ترین اقدام روبه‌جلویی که سازمان‌ها و کسب‌وکارها می‌توانند در راستای ارتقای سطح امنیت سایبری خود انجام دهند، این است که فقط قبول کنند که یک بخش قابل توجه از بودجه و وقت خود را روی مقوله امنیت در سازمان‌هایشان بگذارند. البته امنیت سایبری باید یک اولویت در «کل» سازمان‌ها باشد و صرف اینکه مدیران و اعضای هیئت‌مدیره یک سازمان و کسب‌وکار نگاه ویژه‌ای به این مقوله داشته باشند، کافی نیست؛ چراکه کارکنان، مستعد هدف قرار گرفتن حملات مهندسی اجتماعی و اقدامات امنیتی مخاطره‌آمیز هستند و دقیقاً به همین دلیل، امنیت سایبری باید بخشی از شرح شغلی هر عضو یک سازمان باشد.

مسائل مالی یا انسانی از جمله مواردی هستند که در بسیاری از موارد ارتقای سطح امنیت سازمان‌ها را به تعویق انداخته‌اند؛ متأسفانه منشاء بسیاری از

آسیب‌های امنیتی که به سازمان‌ها وارد شده، در رویکرد ساده‌انگارانه‌شان به موضوع امنیت است، چراکه بسیاری از سازمان‌ها و کسب‌وکارها ترجیح می‌دهند وقت، انرژی و بودجه خود را به جای ارتقای زیرساخت‌های امنیتی به مسائل دیگری که نمودهای بیرونی بیشتری دارند و می‌توانند به صورت موقتی برای آن کسب‌وکار موفقیتی به حساب آیند و عکس یادگاری بگیرند، صرف کنند.

دقیقاً در همین نقطه است که سؤالی پیش می‌آید؛ اینکه چرا در این دنیای دیجیتال و عصر داده‌ای که در آن قرار داریم، هنوز هستند مدیرانی که تا وقتی با مشکل امنیتی و نشت داده‌های خود مواجه نشده‌اند، اهمیت امنیت سایبری را درک نمی‌کنند؟ این موضوع که حمله سایبری و نشت داده در دنیای کنونی گریزناپذیر است، مسئله درستی است، اما آمادگی قبلی و اتخاذ رویکردهای صحیح امنیتی نیز از اهمیت زیادی برخوردار است تا بتوان از میزان خسارت‌های این اتفاق‌ها کاست.

یکی از پیشنهادهایی که در دنیا به کسب‌وکارها در راستای افزایش امنیت اطلاعات‌شان می‌شود، این است که در ترکیب اعضای هیئت‌مدیره خود حتماً از فردی با تخصص این حوزه بهره‌برند؛ چراکه این موضوع می‌تواند به‌طور مؤثری ریسک امنیت سایبری را کاهش دهد. دومین تلاشی که کسب‌وکارها می‌توانند در این راستا انجام دهند این است که یک استراتژی بلندمدت امنیت سایبری را به جای یک رویکرد کوتاه‌مدت و واکنشی اتخاذ کنند. درست است که سرمایه‌گذاری در حوزه امنیت سایبری ممکن است در ابتدا بر جریان سوددهی کوتاه‌مدت کسب‌وکارها تأثیر بگذارد، اما فراموش نکنیم که در بلندمدت می‌تواند نتیجه‌های بسیار خوبی داشته باشد.

باید قبول کنیم که فناوری‌های امنیتی به‌تنهایی برای محافظت از یک سازمان کافی نیستند در نتیجه ایجاد و شکل‌گیری یک فرهنگ در راستای تقویت امنیت سایبری یک سازمان می‌تواند به کارمندان سازمان‌ها نیز کمک کند که تا حد چشم‌گیری از حادثه‌های سایبری ناخواسته جلوگیری شود؛ در عین حال به کسب‌وکارها این امکان را می‌دهد که همزمان از مزایای فناوری‌های جدید و پرریسک در سطح کسب‌وکار و محصولات خود استفاده کنند.

اما بخش سخت داستان این است که ساخت و تقویت یک فرهنگ امنیت سایبری نیز قابل اندازه‌گیری نیست! ولی فراموش نکنیم که منابع انسانی سازمان و آموزش آنان مهم‌ترین سد جهت جلوگیری از وقوع یک حمله سایبری هستند. به خصوص که این روزها و با توجه به شرایط کنونی کشور، شاید مهم‌ترین و اصلی‌ترین چالش پیش رو برای واحدهای امنیت سایبری سازمان‌ها، کمبود نیروهای متخصص در این حوزه باشد. شاید نشود جلوی مهاجرت نیروهای متخصص را گرفت، اما با سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت در آموزش و تربیت نیروهای متخصص، می‌توان بخشی از این مشکل را رفع کرد.

فراموش نکنیم دنیای امنیت سایبری تفاوت چندانی با یک بازی شطرنج ندارد؛ در شطرنج و در امنیت سایبری بازیکنان باید از حریفان خود پیشی بگیرند، از نقاط ضعف خود مطلع باشند و به موقع استراتژی درست را اتخاذ و قدم‌های بعدی را نیز پیش‌بینی کنند. در واقع هر کنش و واکنشی در فضای امنیت سایبری مانند یک حرکت در بازی شطرنج است که طرفین دائماً به دنبال روش‌هایی هستند که همدیگر را کیش و مات کنند و حداقل تا امروز این‌طور به نظر می‌رسد که هکرها همیشه یک قدم از سازمان‌ها جلوتر بوده‌اند و این سازمان‌ها هستند که واکنشی عمل می‌کنند.

شاید زمان آن رسیده باشد که سازمان‌ها دیگر کنشی عمل کنند، نه واکنشی! ♦

کاربرد رگ تک در حوزه



فرشاد صفری
معاون توسعه
کسب و کار
فرابوم

مهرتراکتس



۲۶

ASAEETARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



«هرچه کمتر به چیزی که چکش می نامیم خیره شویم و هرچه بیشتر فعلا نه از آن استفاده کنیم، رابطه مان با آن اصیل تر می شود و مواجهه بی پرده تری با آن به همان صورتی که هست، به صورت ابزار، می یابیم. خود عمل چکش زدن «قابلیت دست ورزی» خاص چکش را منکشف

می کند.» هایدگر

در این مقاله سعی شده است به صورت مختصر به بررسی دسته بندی فناوری های قانون گذاری یا رگ تک بر اساس نظریات «دون آیدی»، فیلسوف فناوری پرداخته شود. «دون آیدی» بر خلاف قدمای فلسفه فناوری مانند هایدگر که فناوری را نوعی انکشاف و به ظهور رساندن تعبیر می کرد، آن را در قالب رابطه انسان با جهان تعریف می کند و بر همین اساس چهار نوع تقسیم بندی در خصوص فناوری ها انجام می دهد:

۱. **رابطه تجسد یا بدنمندی (Embodiment):** فناوری موجب گسترش و افزایش قابلیت های ادراکی انسان می شود. اگر این ابزار دارای کارایی لازم باشد و کار کردن با آن آسان باشد، با گذشت زمان و در فرایند استفاده این وساطت دیگر نمایان نیست و فناوری بخشی از تن انسان می شود. در این بخش رابطه انسان و جهان این گونه است: (من-فناوری) - جهان. مانند رابطه عینک، عصا، میکروسکوپ و از قبیل آن.

۲. **رابطه هرمنوتیکی یا تأویلی-تفسیری (Hermeneutic):** دومین رابطه ما با جهان از طریق فناوری، رابطه هرمنوتیکی است. در این رابطه، ما همان گونه که با یک متن مواجه می شویم و آن را می خوانیم، خود ابزار را مورد توجه قرار می دهیم و با دقت در ارجاعات آن، به تعبیر و تفسیر جهان می پردازیم، مانند زمانی که از داماسنج استفاده می کنیم تا دمای هوا را بسنجیم یا به نقشه یا عکسی ماهواره ای نگاه می کنیم تا فواصل مکانی را ارزیابی کنیم. بر خلاف رابطه تجسد که ابزار، بخشی از اعضای بدن ماست، ابزار در مقابل ما قرار می گیرد و به جهان اشاره می کند. (من-فناوری-جهان). در این رابطه، قرارگیری جهان و فناوری درون یک پرانتز، به معنای فاصله گرفتن فناوری از من و تبدیل آن به یک شیء (ابژه) است. با این حال، این شیء، ماهیت اشاره ای و ارجاعی دارد و واسطه ای است میان من و جهان.

۳. **رابطه غیریت، دگر بودگی (Alterity):** در رابطه سوم، یعنی رابطه غیریت، فاصله ابزار از من بیشتر و با جهان کمتر می شود. به تعبیر دیگر، در این رابطه، خود فناوری، در قامت یک شخص در مقابل من ظاهر می شود که باید با او وارد کنش و واکنش شوم؛ هر چند این شخص، تفاوت هایی با شخص انسانی دارد. ربات، چت بات و مشابه آن در این زمره قرار می گیرند. (من-فناوری-جهان).

اینکه غیر از فناوری، جهان نیز همچنان به عنوان عنصر سومی در پرانتز قرار دارد، بدین سبب است که همیشه امکان دارد در روابط غیریت، رابطه ای با جهان نیز برقرار شود و این دست فناوری ها، وساطتی را با جهان ایجاد کنند.

۴. **رابطه زمینه ای (Contextual):** آیدی نهایتاً چهارمین نوع از رابطه انسان و فناوری را رابطه ای می داند که در آن، فناوری حضوری نامحسوس دارد و کاربر توجه مستقیمی به آن ندارد. در واقع در این رابطه، فناوری بر خلاف روابط هرمنوتیکی و غیریت، نقش چندانی در تجربه آگاه ما ندارد و صرفاً زمینه تجربه ما را تشکیل می دهد. حسگرها، سیستم های امنیتی و مشابه آن در این دسته قرار دارند.

تا اینجا یک تقسیم بندی اجمالی از رویکرد «دون آیدی» به فناوری ترسیم کردیم که با کمک آن می توانیم در خصوص فناوری های قانون گذاری (RegTech) بحث را پیش

ببریم. بنا بر منابع مطالعاتی، تعریف دقیقی از رگ تک ارائه نشده و بیشتر مفهومی چترگونه دارد که شامل چندین مؤلفه و طرح است که معمولاً این گونه مفاهیم را با سایر مواردی که همراه آن می آید (Associations Term) تعریف می کنند. یعنی وقتی این مفهوم در ذهن متبادر می شود مفاهیم دیگری از جمله قانون، تطبیق پذیری، هم راستایی، نهاد ناظر و موارد مشابه آن نیز به ذهن خطور می کند.

نهاد ناظر مالی انگلستان رگ تک را این گونه تعریف می کند: «مجموعه ای از فناوری هایی که به شرکت ها کمک می کند تا در هم راستایی آنها با قوانین نظارتی به صورت کارا و اثربخش عمل کنند.» رگ تک به طور مشخص در پنج حوزه و بر اساس شرکت هایی که در هر یک از این حوزه ها فعالیت می کنند، کاربرد دارد (مجموع شرکت های شناسایی شده در اکتبر ۲۰۲۳، ۵۲۷ شرکت است):

۱. مدیریت تطبیق با قوانین تنظیم گر (۴۳ درصد - ۲۲۸ شرکت)؛
 ۲. گزارش دهی تنظیم گری (۱۶ درصد - ۸۷ شرکت)؛
 ۳. مدیریت ریسک (۱۴ درصد - ۷۲ شرکت)؛
 ۴. پایش و نظارت تراکنش ها (۷ درصد - ۳۹ شرکت)؛
 ۵. مدیریت و کنترل هویت (۲۰ درصد - ۱۰۱ شرکت).
- بر اساس مدیریت ریسک، سه دسته مهم امضا و احراز، بانکداری و ارائه سرویس باز مبتنی بر API و هوش عملیاتی از جمله موارد کاربرد اساسی رگ تک در ایران است که شرکت های متعددی در این خصوص فعال هستند. مطابق تقسیم بندی «دون آیدی» کاربرد و حوزه های اصلی رگ تک به شرح زیر تقسیم بندی می شود:

۱. **فناوری های تطبیق با قوانین تنظیم گر:** مانند سندباکس، پروتکل OAuth2.0، هاب فناوران مالی، شتاب و شاپرک، PSD2 و GDPR همه در دسته فناوری های تأویلی-تفسیری قرار می گیرند. به نظر می رسد هدف، خود این فناوری ها نباشند، بلکه هدف اصلی ارجاعات این نوع فناوری ها به استاندارد یا قوانین وضع شده بیرونی و هر کدام مانند دستورالعملی برای پیاده سازی و اجرا توسط تیم توسعه یا کسب و کار است.

۲. **گزارش دهی تنظیم گری:** در این حوزه گزارش هایی مانند کاشف، 28X در خصوص تسهیلات و اعتبارات،

«شاید موافق نباشید!»



برنامه «شاید موافق نباشید» ویژه جیتکس در طول دوره برگزاری این رویداد به صورت روزانه همراه علاقه‌مندان اقتصاد نوآوری خواهد بود تا رضا جمیلی، مدیر توسعه کسب‌وکار راه‌کار در این برنامه نگاهی متفاوت به بزرگ‌ترین رویداد فناوری جهان را به مخاطبان‌ش عرضه کند.

شاید موافق نباشید! ویژه برنامه جیتکس



اسکن کنید



انستیتو نیشنل اقتصادشناسی



تاپین



گلوبل سرویس

استودیو راه‌کار



کفایت سرمایه، مدیریت ریسک، مبارزه با پول شویی و... نیز در حوزه فناوری‌های تأویلی-تفسیری قرار می‌گیرند که در بعضی موارد این سامانه‌ها به صورت زمینه‌ای نیز (نوع چهارم) در حال فعالیت هستند، یعنی به صورت پس‌زمینه در حال اجرا و عملیات هستند و تاریخچه را نگهداری و موارد استثنا را گزارش می‌کنند.

۳. **مدیریت ریسک:** این حوزه در دو تقسیم‌بندی قرار می‌گیرد؛ حوزه گسترش ادراک و تصمیم‌گیری به منظور مدیریت ریسک، پایش، ارزیابی و مقابله با ریسک که به کاربر یا مسئول حوزه این امکان را می‌دهد تا توانمندی بیشتری برای این حوزه در اختیار داشته باشد. در کنار آن مانند هر سیستمی قسمت گزارش‌دهی آن به صورت تأویلی-تفسیری تقسیم‌بندی می‌شود. ریسک عملیاتی، بازار، اعتبار، شهرت، نقدینگی و... از مواردی است که سیستم‌های مدیریت ریسک می‌توانند آنها را پوشش دهند.

۴. **پایش و نظارت تراکنش‌ها:** سیستم‌های کشف تقلب، مبارزه با پول شویی، هوش عملیاتی و مدیریت و کنترل تراکنش‌ها بر اساس هدف‌شان در حوزه یک، دو و چهار تقسیم‌بندی می‌شوند. به لحاظ اجرایی سیستم‌های هوش عملیاتی (Operational Intelligence) توسعه توانمندی ادراکی و تصمیمی را به همراه دارد و در لحظه می‌تواند عملی را روی تراکنش مدنظر انجام دهد. مانند جلوگیری از تراکنش از دو نقطه جغرافیایی به فاصله کمتر از نیم ساعت. از سوی دیگر سامانه‌های پایشی که به منظور حفظ دسترس‌پذیری سیستم کاربرد دارد، به صورت زمینه‌ای فعالیت می‌کنند و مطابق سه بخش قبل در حوزه گزارش‌دهی در زمره فناوری تأویلی-تفسیری تقسیم‌بندی می‌شود.

۵. **مدیریت و کنترل هویت:** KYC، KYD، امضای دیجیتال، هویت دیجیتال، سیستم‌های بیومتریک، آن‌بوردینگ دیجیتال مشتری و مشابه آن در زمره فناوری‌های دسته سوم یعنی غیریت و دگربودگی قرار دارند. در این حوزه عامل دیگری مشابه انسان با کاربرد هوش مصنوعی در مقابل انسان قرار دارد و این هویت را به موجودیتی غیرقابل انکار در فضای دیجیتال تبدیل می‌کند. در این خصوص در حال گذر از KYC (شناسایی مشتری) به KYD (شناخت داده‌ها) هستیم. رگولاتور تا به امروز در حوزه تعاملات انسانی قانون‌گذاری کرده و در آینده پیش رو این قانون‌گذاری در حوزه داده‌ها، فرایندها و الگوریتم‌ها خواهد بود که ذهنیت جدیدی را فراهم خواهد کرد.

موارد عمده کاربرد رگ‌تک در پنج حوزه بالا مورد بررسی قرار گرفت. حوزه OPEN API نیز بسته به نوع فناوری که منشأ آن API است، می‌تواند هر یک از پنج بخش بالا باشد، ولی اگر به طور کلی کارکرد API را بنا بر ماهیت خودش در نظر بگیریم، کارکرد در توسعه توانمندی و ادراک را ایفا خواهد کرد. API استفاده از سرویس در جایی غیر از محل منشأ سرویس است که «هر مکان» و «هر زمان» به نوبه خود مهم‌ترین کارکرد توسعه‌ای آن است. ♦

عصر تراکنش

یادداشت

۲۷

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و پنجم

برای رفع بحران‌های متعدد در زمینه پرداخت چه باید کرد؟

در نقد رویکردهای کمی نگری



وحید میامی
کارشناس
صنعت بانکی
و پرداخت

عصر تراکتس



۲۸

ASAE TRAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

سرمایه‌گذاری و هزینه‌ها شود و صنعت پرداخت ۲ در کشور راه بیندازیم و صنعت پرداخت ۲ این مشکلات متعدد را حل کند. همین صنعت و همین متولیان باید بتوانند چنین کنند.

دولت اگر قرار باشد، به هر نفر صد میلیون پول بلاعوض بدهد، ناگزیر از تأسیس دوایر متعدد، کنترل کارت ملی، ثبت در دفتر پرداخت هدیه، تشکیل صف وصول هدیه و هزار جور کاغذبازی خواهد شد که در نتیجه این روال پی‌ریزی شده، اشکال گوناگونی از نارضایتی و برخورد پیش خواهد آمد. این مثال را از آن روزم که بگویم اساساً ظرفیت و امکان سرویس مطلوب ارائه‌دادن از سوی دولت وجود ندارد؛ بنابراین ورود بانک مرکزی و شاپرک به چنین موضوعاتی، اوضاع پرداخت کشور را بدتر خواهد کرد. رفع مشکلات و ایجاد رضایت کاری تنها از عهده بخش خصوصی برمی‌آید.

آن مدیران دولتی که هنگام مواجهه با چنین مشکلاتی احساس مسئولیت‌شان گل می‌کند و تلاش می‌کنند با استفاده از نام و زور دولت دیگران را کنار بزنند، دقیقاً رویکردی معادل با برادران افغان عضو طالبان دارند که دولت افغانستان را برای همین کنار زدن دیگران لازم داشتند؛ تا افکارشان را به‌زور به دیگران تحمیل کنند. موضوع به‌کارگیری ابزار کارت‌خوان در مراکز دولتی در دهه ۸۰ موجب پدید آمدن یک سازوکار اختصاصی در یافت الکترونیکی و جوه خزانه شد که به تهیه نرم‌افزارهای خاص برای کارت‌خوان، یک سوئیچ پرداخت اختصاصی و یک آیین‌نامه در قانون محاسبات عمومی کشور منجر شد. حل مشکل تأمین اجتماعی، بیمه‌های کشور، نظام پخش و توزیع، پتروشیمی‌ها و ده‌ها جای دیگری که مشکلات متعدد و عمیقی در زمینه پرداخت دارند، قاعدتاً راهکارهایی این‌چنینی می‌خواهد.

رویکردهای کمی نگری که در شرکت‌های پی‌اس‌پی باب شده، رویکردی اصیل و اندیشیده نیست، بلکه انعکاس رویکرد شرکت‌های فروشنده و سازنده کارت‌خوان در این شرکت‌هاست. رسم است که در شرکت‌های بزرگ از جانب شرکت برای مدیرعامل و مدیران، خودرو بیکان تدارک ببینند، هر یک از مدیران مذکور، آن را توهین به خود تلقی می‌کنند. همین قیاس در رابطه بین صنعت پرداخت و سایر صنایع برقرار است. پردازش پیام‌های پرداخت با استانداردها و قواعد ۴۰ سال پیش، آیا برخوردار نیست؟ نباید باشد؟ آیا می‌توان مشکلات پرداخت کشور را با آن حل کرد یا خودش مشکلی بر مشکلات قبلی می‌افزاید؟

اتاق عمل بیمارستانی خصوصی از صبح تا شب دایر است. هر عمل دارای هزینه‌های عمومی و هزینه‌های مختص همان بیمار است. هر یک از بیماران از خدمات بیمه تکمیلی شرکت بیمه‌ای بهره‌مند می‌شوند و مثلاً در یک روز ۲۰ عمل جراحی انجام می‌شود که سهم شرکت الف از بیماران، دو بیمار و سهم شرکت ب در آن روز پنج بیمار است. در پایان کار مسئولان بیمارستان برای تمامی شرکت‌های بیمه‌ای که در آن روز بیماری داشته‌اند، کل هزینه‌های عمومی اتاق عمل در آن روز را ارسال می‌کنند. این وضعیت حاصل یک کشمکش چندده‌ساله است. دیگر اینکه شرکت‌های بیمه زیادی موفق می‌شوند که به بهانه‌ای از پرداخت آن سر باز زنند و شرکت بیمه که نتواند سر باز زند، باید جور همه را بکشد. شرکت‌های بیمه آن قدر دیر با بیمارستان تسویه می‌کنند که وی ناگزیر از جبران به روشی است؛ چرا دست به چنین کاری زده می‌شود، علت آن وجود ایرادات و بحران در نظام پرداخت از سوی شرکت‌های بیمه به بیمارستان‌هاست.

نزد پزشک‌های عمومی اغلب می‌توان با دفترچه بیمه تأمین اجتماعی ویزیت شد، ولی پزشکان متخصص و به‌خصوص فوق تخصص دفترچه‌رانی می‌پذیرند؛ علت وجود اشکال در پرداخت‌های تأمین اجتماعی به پزشکان است؛ رفتارهایی که در شأن یک پزشک فوق تخصص نیست و از سوی کارکنان و نمایندگان‌های تأمین اجتماعی سر می‌زند. هنگامی که پرداخت به صورت دستی پردازش می‌شود، فضا برای اعمال سلیقه بسیار است و هنگامی که الکترونیکی می‌شود، این سیستم‌ها هستند که عاملیت می‌یابند و اوضاع بهبود قابل ملاحظه‌ای می‌یابد.

در پتروشیمی‌ها، مرسوم است که از نمایندگان فروش خود، هر چند ماه یک بار، یک دسته‌چک سفید تماماً امضا شده دریافت می‌کنند تا در موقع لازم برگه‌ای از آن نوشته به بانک برده و پول دریافت کنند. سرقت از گاوصندوقی که انبوه دسته‌چک‌های امضا شده در آن وجود دارد، امری نامحتمل است، ولی در صورتی که رخ دهد، مسیر زندگی چندین فرد برای همیشه تغییر خواهد کرد و انبوهی از افراد سال‌ها باید با دادگستری در کشمکش باشند.

پرداخت در وب‌سایت سازمان سنجش برای بسیاری رخدادی است که در سرتاسر عمر فرد یک بار رخ می‌دهد. حجم بسیاری از مسافران اسنپ و تپسی روزانه دو یا چند بار پرداخت انجام می‌دهند. پرداخت یک بار در عمر و روزی چند بار، هر دو به یک صفحه پرداخت هدایت شده و یک روال دارند؛ این اندازه از یکسانی و یک‌شکل بودن، خبر از ناهمگویی ریشه‌ای و بنیادین از امنیت و تجربه کاربری در صنعت پرداخت می‌دهد.

پرداخت الکترونیکی زاینده انقلاب اطلاعاتی (انقلاب سوم صنعتی) و ضمیمه‌ای توسعه‌یافته از مفهوم EDI (تبادل الکترونیکی داده‌ها) و تجارت الکترونیکی بود. از سال ۲۰۱۶ وارد عصر انقلاب چهارم صنعتی و تجارت دیجیتال شده‌ایم. بسیاری از چیزها اساساً دگرگون شده‌اند. غول‌های تجارت دیجیتال نظیر اسنپ، تپسی و دیجی کالا مهم‌ترین مشتریان صنعت پرداخت شده‌اند؛ این تحولات عظیم انعکاس آنچنانی در صنعت پرداخت نداشته و در پردازش پرداخت از پروتکل‌های مربوط به ابتدای دهه ۹۰ میلادی یعنی نزدیک به ۴۰ سال پیش استفاده می‌شود.

موارد بسیار زیاد است. ما در کشور در پردازش دستورات پرداخت و الکترونیکی کردن پرداخت به شدت مشکل داریم. سؤالی که بلافاصله پیش می‌آید آن است که برای رفع بحران‌های متعدد در زمینه پرداخت چه باید کرد؟ این سؤال گشوده است و پاسخی درخور باید بدان داد. پاسخ سراسر را نمی‌دانم؛ به جای پاسخ توضیحاتی ارائه کرده و در آینده نیز آن را دنبال خواهیم کرد.

مگر چند میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در صنعت پرداخت الکترونیکی کشور صورت نپذیرفته که اوضاع این چنین بد است؟ قدر یقین، قرار نیست چند میلیارد دلار دیگر

قلاب شدن لندتک‌ها در اقتصاد دستوری



مصطفی ثابتی

مشاور تحول
دیجیتال شرکت
تفاس

عصر تراکتس

یادداشت

۲۹

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و پنجم



لندتک‌ها یکی از مهم‌ترین انواع فین‌تک‌ها در کشور هستند که طی یکی دو سال گذشته رشد قابل توجهی داشته‌اند. در این یادداشت به بررسی شرایط لندتک در کشور و دلایل رشد آنها می‌پردازیم. لندتک، یکی از زیرشاخه‌های فین‌تک است که خدماتی را با هدف دسترسی ساده‌تر مردم به منابع مالی ارائه می‌دهد. در واقع روش‌های جدید تأمین مالی، مبتنی بر فناوری و پل ارتباطی میان سرمایه‌دار و وام‌گیرنده است. پلتفرم‌ها و راه‌حل‌های لندتک، راه‌های نوآورانه‌ای را برای ارزیابی اعتبار، اتوماسیون وام و پذیره‌نویسی، بهبود مدیریت ریسک، امکان تأیید سریع‌تر وام و ارائه تجربه وام‌گیری یکپارچه‌تر و راحت‌تر ارائه می‌دهند. این فناوری‌ها پتانسیل ایجاد انقلابی در مدل‌های سنتی وام‌دهی را با افزایش کارایی، کاهش هزینه‌ها و گسترش دسترسی به اعتبار برای افراد و مشاغل دارند. همان‌طور که از تعریف پیداست، انتظار داریم شاهد روش‌های نوآورانه در تأمین مالی و همچنین ارائه خدماتی با نرخ سود پایین‌تر و ارزان‌تر از نرخ‌های متداول بانکی باشیم.

فعالیت لندتک‌ها در شاخه‌های مختلفی از جمله وام‌دهی آنلاین، وام‌دهی فرد به فرد، جمع‌سپاری و... است. ارزش پیشنهادی اصلی مورد انتظار در این شاخه از فین‌تک حذف واسطه‌های تأمین مالی و کاهش بهای تمام‌شده پول از این طریق است. از سوی دیگر تلاش می‌کنند تا تجربه کاربری بهتر و شخصی‌سازی شده و فرایند اعتبارسنجی بهینه‌تر و مبتنی بر داده ارائه دهند، اما اجازه دهید نگاهی به بازار لندتک ایران داشته باشیم.

به صورت کلی موضوع اعتبارسنجی دقیق و بهینه با وجود اتفاقات مثبتی که طی سال‌های اخیر رخ داده، همچنان اصلی‌ترین چالش برای توسعه لندتک در ایران محسوب می‌شود. از سوی دیگر به دلیل موضوعات شرعی و عدم تطبیق با قوانین فعلی کشور تاکنون مدل وام‌دهی فرد به فرد در ایران توسعه نیافته و نمی‌توان نمونه موفق‌تری در این بخش را مشاهده کرد. جمع‌سپاری با توجه الزامات نهادهای مالی با محدودیت‌های قانونی همراه است و در واقع فرایند

دریافت تأییدیه برای ورود به پلتفرم‌های جمع‌سپاری آسان نیست. هرچند به دلیل نرخ بازگشت سرمایه جذاب به نسبت سپرده‌های بانکی، بیشتر به عنوان یک ابزار سرمایه‌گذاری مورد استفاده قرار می‌گیرد.

اما مهم‌ترین و محبوب‌ترین بخش بازار لندتک ایران را که به وام‌دهی آنلاین اختصاص دارد، می‌توان به دو بخش تقسیم کرد. لندتک‌های فعال به عنوان بازارگاه انواع تسهیلات و لندتک‌های متصل به ارائه‌دهندگان خدمات تجارت الکترونیک. این دسته رشد زیادی داشته‌اند اما چگونه؟ آیا فعالیت این بخش از لندتک‌ها باعث حذف واسطه‌های تأمین مالی و کاهش بهای تمام‌شده پول شده است؟ متأسفانه این چنین نیست.

اقتصاد بیمار و تورمی کشور هزینه تأمین مالی را به شدت افزایش داده است. بهای تمام‌شده پول برای بانک‌ها بیش از ۲۲ درصد است و از سوی دیگر اقتصاد دستوری و سیاست‌های بانک مرکزی، بانک‌ها را مجبور به ارائه تسهیلات با نرخ‌های مصوبی کرده که تفاوتی با بهای تمام‌شده پول ندارد. با این رویکرد بانک‌ها به دنبال روشی برای تأمین این کسری خواهند بود. این موضوع سبب شده تا دسترسی به تسهیلات برای مشتریان نهایی امکان‌پذیر نباشد و بانک‌ها ترجیح می‌دهند با روش‌هایی نسبت به دریافت سودهای بالاتر اقدام کنند. لندتک‌ها در واقع به ابزاری برای جبران این کسری تبدیل شده‌اند.

منابع بانک به سمت لندتک‌ها هدایت شده و لندتک‌ها با روش‌هایی نظیر دریافت کارمزد خدمات، تغییر در مدل محاسبه سود تسهیلات، ایجاد شبکه پذیرندگان و دریافت کارمزد بازاریابی از آنها و... نرخ‌های بالاتری را تأمین کرده و به بانک ارائه می‌دهند. البته در این میان علاوه بر نرخ مورد نظر بانک هزینه‌ها و سود لندتک نیز از کارمزدهای ناشی از این خدمات تأمین می‌شود. با این رویکرد نمی‌توان این موضوع را که تمامی این هزینه‌ها توسط مصرف‌کننده نهایی پرداخت می‌شود، انکار کرد. حتی در مدلی که کارمزد بازاریابی از پذیرندگان اخذ می‌شود، این هزینه به قیمت محصولات و خدمات اضافه می‌شود و نهایتاً تمامی این هزینه‌ها بر عهده مصرف‌کننده خواهد بود. به این ترتیب لندتک‌ها نه تنها به حذف واسطه‌ها و کاهش هزینه تأمین مالی کمک نکرده‌اند، بلکه خود به عنوان یک واسطه بر هزینه‌های تأمین مالی برای مصرف‌کننده نهایی افزوده‌اند.

اما این تنها روی سکه نیست؛ لندتک‌ها تأثیرات مثبتی نیز بر موضوع تأمین مالی و وام‌دهی داشته‌اند. با توجه به ساختار و فرایندهای سنتی و بوروکراتیک بانک‌ها، فرایند دریافت تسهیلات برای بسیاری از مردم امری محال بود. از سوی دیگر تسهیلات پرداختی در بخش‌هایی علاوه بر بازار هدف مورد استفاده قرار می‌گرفت که تأثیرات نامطلوبی بر اقتصاد کشور داشت. ورود لندتک‌ها به این بخش موجب شده تا فرایند دریافت تسهیلات، هرچند پرهزینه و گران‌قیمت برای تمامی متقاضیان امکان‌پذیر شود. از سوی دیگر با توجه به مصرف اعتبار در شبکه پذیرندگان، جهت‌دهی به اعتبارات در بخش‌های مختلف اقتصاد تسهیل شده است. نهایتاً می‌توان نتیجه گرفت هرچند حضور لندتک‌ها شرایط تأمین مالی را بهبود بخشیده، اما نتوانسته مشکلات اساسی این بخش را که وجود واسطه‌ها و هزینه بالای تأمین مالی بوده، برطرف کند. در صورت بهبود برخی قوانین می‌توان انتظار نقش آفرینی بیشتری را از لندتک‌ها در ارائه خدمات مالی داشت

بررسی احراز هویت دیجیتال در پرتو قوانین و مقررات ایران



سید مهدی
نبوی
وکیل
دادگستری

مهرتراکتس



۳۰

ASAEETARAARHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران



گسترش روزافزون و فراگیر ابزارهای مبتنی بر فناوری اطلاعات، ناگزیر تبعات منفی نیز به همراه دارد. یکی از مهم‌ترین نگرانی‌ها در به کارگیری فناوری‌های نوین ارتباطی، جعل هویت یا ارائه اطلاعات نادرست برای شناسایی اشخاص است. در نظام‌های سنتی، شناسایی و احراز هویت اشخاص به صورت چهره‌به‌چهره و مبتنی بر شواهدی عینی و مشهود انجام می‌شود و افراد با مراجعه به شعب و ارائه کارت شناسایی معتبر، خدمت مورد نیاز خود را دریافت می‌کنند. هرچند در روش‌های سنتی نیز ارائه مدارک جعلی و خلق هویت موهوم صورت می‌گیرد، اما ویژگی‌های خاص اینترنت نظیر گمنامی نسبی کاربران، فرامرز بودن و نبود شناخت کافی، حساسیت افراد را نسبت به احراز هویت دیجیتال بیشتر کرده است.

احراز هویت از این رو که برای اشخاص حقوق و تکالیفی را به همراه می‌آورد، اهمیت زیادی دارد. از منظر حقوقی، انعقاد قراردادها و اعمال حقوقی باید قابل انتساب به شخص باشد و در نظام کیفری نیز ارتکاب جرائمی مانند پول‌شویی و تأمین مالی تروریسم در بستر اینترنت با شناسایی شخص قابلیت تعقیب و رسیدگی مؤثر پیدا می‌کند. در نظام حقوقی ایران در قوانین و مقررات گوناگون به احراز هویت دیجیتال پرداخته شده است. ماده (۶۵۹) قانون آیین دادرسی کیفری مصوب ۱۳۹۲، بند (۱) جز (۴) بخشنامه برنامه‌بودجه سال ۱۴۰۱، دستورالعمل حدود و چگونگی ارائه غیرحضور خدمات پایه به ارباب رجوع در بانک‌ها و مؤسسات مالی اعتباری غیربانکی، دستورالعمل نحوه تحقیق و رسیدگی با استفاده از سامانه‌های ارتباط الکترونیک مصوب ۱۳۹۹، مصوبات شورای عالی فضای مجازی و مصوبات کارگروه تعامل‌پذیری دولت الکترونیکی کشور از این جمله‌اند.

ملاحظه مفاد قوانین و مقررات جاری نشان می‌دهد که نظام حقوقی ایران ضمن پذیرش سازوکارهای احراز هویت دیجیتال، سعی بر انتظام بخشی رویه‌های قابل اطمینان در این زمینه دارد. در حال حاضر احراز هویت اشخاص به دو روش کلی انجام می‌شود؛ یکی از این روش‌ها اتکا به داده‌ها و سامانه‌های مطمئن و رویه‌های ایمن است که ضوابط آنها در قانون تجارت الکترونیکی تعیین شده است. در این روش با تقاطع اطلاعات سامانه‌های گوناگون و اتصال آنها به یکدیگر، مانند اطلاعات هویتی سامانه ثبت احوال، انطباق

شماره موبایل با مشخصات مالک یا ابزارهای زیست‌سنجی (بیومتریک) و صحت‌سنجی، احراز هویت انجام می‌شود.

در روش دوم ضمن استفاده از سامانه‌های الکترونیک، احراز هویت صرفاً متکی بر داده نیست و از عوامل انسانی بیرونی نیز کمک گرفته می‌شود؛ نظیر احراز هویت اشخاص در دفاتر خدمات قضایی یا احراز هویت شخص زندانی توسط قاضی ناظر زندان برای حضور در محاکمه الکترونیک. آنچه از منظر حقوقی در روش‌های احراز هویت اهمیت دارد، صحت و تمامیت داده‌ها و قابلیت انتساب آنها به شخص معین است؛ بدین معنا که صدور داده‌ها از راه‌های ایمن انجام شده باشد و امکان خدشه به داده‌ها وجود نداشته باشد. در این صورت و با رعایت نکات فنی، احراز هویت دیجیتالی که از طریق داده‌های مطمئن و روش ایمن انجام شده، مورد قبول است. لازم به ذکر است در مواردی از جمله در امور بانکی، تشریفات خاصی تعیین شده تا ضریب اطمینان و انکارناپذیری احراز هویت دیجیتال را افزایش دهد.

در رویه قضایی نیز دادگاه‌ها علاوه بر اخذ نظر کارشناسان فنی، از قرائن و امارات دیگر نیز برای انتساب داده پیام به اشخاص و در نتیجه احراز هویت مرتکب بهره می‌برند. لازم به ذکر است که در صورت رعایت تشریفات و ضوابط قانونی اصل بر صحیح بودن احراز هویت دیجیتال است، اما شخص مدعی می‌تواند حسب مورد با انکار، ادعای جعل یا دسترسی غیرمجاز اشخاص به سامانه‌ها و اثبات ادعای خود، خلاف اصل را ثابت و استناد داده‌ها به خود را رد کرده و احراز هویت دیجیتال را باطل کند.

در نهایت اینکه نظام حقوقی ایران احراز هویت دیجیتال را در قوانین و مقررات مختلف مورد پذیرش قرار داده و در عمل نیز برگزاری دادگاه‌های الکترونیک، ارائه خدمات بانکی، قضایی و اداری و صدور آرا در محاکم با سامانه‌های گوناگون، همگی نشان از این پذیرش دارد. احراز هویت دیجیتال تابع ضوابط قانون تجارت الکترونیکی و حسب مورد ضوابط و مقررات اختصاصی است که با توجه به اهمیت موضوع و شرایط، توسط مرجع ذی صلاح قانونی وضع می‌شود. همچنین اصل بر صحیح بودن احراز هویت دیجیتالی است که وفق مقررات انجام شده است، مگر آنکه به طریق قانونی

دیگر خلاف آن ثابت شود



آنچه از منظر
حقوقی در
روش‌های احراز
هویت اهمیت دارد،
صحت و تمامیت
داده‌ها و قابلیت
انتساب آنها به
شخص معین
است؛ بدین معنا
که صدور داده‌ها از
راه‌های ایمن انجام
شده باشد و امکان
خدشه به داده‌ها
وجود نداشته باشد

در چهل و سومین دوره از جیتکس چه گذشت؟

به روال همیشه در بخش «گزارش‌ها»ی ماهنامه عصر تراکنش ابتدا مروری بر مهم‌ترین اخبار یک ماه گذشته صنعت فناوری‌های مالی کشور داشتیم. یکی از مهم‌ترین اتفاقاتی که در مهرماه ۱۴۰۲ شاهدش بودیم، با مشکل مواجه شدن فعالیت پرداخت‌یارها و کسب‌وکارهای اینترنتی به دلیل اختلالات سامانه‌های رسمی کشور بود که به دلیل مشکلات پیش آمده، شاپرک نیز اسامی پرداخت‌یارها را از فهرست رسمی خود حذف کرده بود. علاوه بر اخبار، در صفحات پیش رو، در گزارشی مفصل و وضعیت و مزیت‌های توسعه سوپراپلیکیشن‌ها در دنیا و ایران را می‌خوانید. همچنین گزارشی از جیتکس ۲۰۲۳ را به همراه گزارش تصویری از این رویداد می‌بینید. هوش مصنوعی محور اصلی بخش‌های مختلف جیتکس امسال بود و مقامات گوناگون امارات در گفت‌وگو با رسانه‌ها اعلام کرده‌اند که بنا دارند از ظرفیت‌های کشورشان برای پذیرایی از شعب مختلف استارت‌آپ‌های این حوزه به خوبی استفاده کنند و پذیرای سرمایه‌گذاران خطرپذیر خواهند بود.

گزارش‌ها

نگاهی به اخبار مهم مهرماه اکوسیستم اقتصاد دیجیتال و فین تک کشور

ماه اختلال سامانه ها و آسیب اقتصاد دیجیتال کشور



غزل یگانگی

مهرماه ۱۴۰۲ را شاید بتوان یکی از پرحاشیه‌ترین ماه‌های سال برای اقتصاد دیجیتال ایران دانست. در این ماه فعالیت دو عنصر اقتصاد دیجیتال یعنی پرداخت‌یارها و کسب‌وکارهای اینترنتی به دلیل اختلالات سامانه‌های رسمی کشور با مشکل مواجه شد. مقرر شده بود تفاهم‌نامه پرداخت‌یارها، به مجوز تبدیل و از طریق درگاه ملی مجوزها تمدید شود، اما این درگاه، با مشکلات استعلامی و... مواجه بود و شرکت‌های مذکور موفق به تمدید مجوزشان نشدند. شاپرک هم با آگاهی از ماجرا، اسامی پرداخت‌یارها را از فهرست رسمی خود حذف کرد. سامانه صدور اینماد نیز سایت دیگری بود که به بهانه به‌روزرسانی، حدود یک ماه با اختلال مواجه بود. البته تا این بازه را دو هفته‌ای اعلام و تأکید کرد که در این مدت تنها فرایند صدور اینماد تنها برای ۲۰۰ کسب‌وکار اختلال داشت، اما گفته‌های فعالان حوزه، از تعداد بیشتری حکایت داشت. در ادامه به این دو موضوع مهم و سایر اخبار این ماه پرداخته‌ایم.



سازمان ثبت احوال کشور از دسترس خارج شده بود، اما سازمان ثبت احوال کشور هک شدن این سایت را تکذیب می‌کرد. گروه هکری هم دیتاهای ثبت احوال را در کانال تلگرامی منتشر کرد. در این بین خبرگزاری تسنیم به نقل از مسئولان سازمان ثبت احوال اعلام کرد که این سازمان هک نشده است. البته با وجود تکذیب هک ثبت احوال، همچنان سایت از دسترس خارج بود. حدود ساعت دو بامداد سایت سازمان ثبت احوال کشور دوباره به شکل یک ماکت فریز شده در دسترس قرار گرفت.

هک سایت وزارت علوم



پس از سلسله حملات سایبری به تپسی، #۷۸۰* و شرکت‌های بیمه و سازمان ثبت احوال، اول مهر همزمان با بازگشایی مدارس، سایت وزارت علوم مورد حمله سایبری قرار گرفت. یک گروه هکری مسئولیت هک وزارت علوم را بر عهده گرفت و ادعا کرد که ۵۰۰ سرور، کامپیوتر، سایت و سامانه و ۲۰ هزار سند را در اختیار دارد. پس از اینکه صفحه اول سایت وزارت علوم و ۲۰ سامانه زیرمجموعه آن تغییر کرد،



سندباکس بانک مرکزی نیز از اول تیرماه به صورت رسمی رونمایی شد و بر اساس گزارش عملکرد این سندباکس که توسط مجری آن یعنی شرکت ملی انفورماتیک منتشر شد، از ۱۰ طرح دریافتی فقط دو طرح مورد پذیرش قرار گرفته‌اند. بیمه مرکزی نیز نهاد ناظر دیگری است که از چهارم تیرماه سال ۱۴۰۲ فعالیت خود را از طریق سایت مرتبط با کارگروه مدیریت یکپارچه و هماهنگی محیط آزمون وزارت اقتصاد و دارایی آغاز کرد. با گذشت چند ماه از صدور مجوز فعالیت سندباکس بیمه تاکنون خبر و گزارشی از عملکرد این سندباکس منتشر نشده است. مرکز توسعه تجارت الکترونیکی در ۲۵ مردادماه سال جاری از صدور مجوز یک‌ساله سندباکس وزارت صمت با تمرکز بر تجارت الکترونیکی خبر داد. تاکنون گزارشی از عملکرد این سندباکس منتشر نشده است. پنجمین سندباکس برای وزارت ارتباطات است. سازمان فناوری اطلاعات ایران در تاریخ ۲۱ شهریورماه از صدور مجوز این سندباکس برای انجام مأموریت‌های تنظیم‌گری سازمان فناوری اطلاعات خبر داد.

حمله سایبری به ثبت احوال و تکذیب آن

یک گروه هکری ادعا کرد که دیتاهای سازمان ثبت احوال ایران را هک و به اطلاعات ۱۳۰ میلیون ایرانی دست پیدا کرده است.

تغییر مدیرعامل داپ‌آپ



سجاد شفقی‌زاده جایگزین سیدمرتضی گلدان‌ساز و به سمت مدیرعاملی داپ‌آپ منصوب شد. او پیش از این مدیر پروژه سابق و مشاور مدیرعامل داپ‌آپ، فاندربلتر فرم لام‌تاکام و مشاور فنی سامانه‌های ارشیان بوده است.

۲۷ شهریور

انتشار وضعیت سندباکس‌های نهاد‌های ناظر

بررسی فعالیت سندباکس‌های ایران نشان می‌دهد که تاکنون طرحی از کسب‌وکارهای جدید و نوآور در سندباکس بانک مرکزی و بازار سرمایه به مرحله ثبت نهایی و اجرا نرسیده است. در ۱۱ خردادماه سال ۱۴۰۰ سندباکس بازار سرمایه رونمایی شد. بنابر اعلام مدیرعامل سابق مرکز مالی ایران به عنوان مجری محیط آزمون بازار سرمایه، طرح‌هایی در حوزه‌های رمزارزها و رپو، توکنایز کردن دارایی، اوراق مشتقه شاخصی، فروش مسکن متری وارد این سندباکس شدند، اما از آن برهه تاکنون آماری از تعداد و نتیجه منتشر نشده است.

۲۸ شهریور

مهرتراکتس



۳۲

ASAEETARAHOONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران

سایت از دسترس خارج و اطلاعات کارکنان این وزارتخانه منتشر شد.

رونمایی از سامانه کیف پول الکترونیک

یکم مهرماه در مراسم رونمایی از سامانه کیف پول الکترونیک، اعلام شد که از طریق اپلیکیشن شهروزاد گوشی‌های هوشمند جایگزین بلیت‌های مترو و «بی‌آرتی» می‌شود و کاربران می‌توانند با نصب اپلیکیشن «شهروزاد» بلیت‌های خود را شارژ و از طریق کیوارکد به ایستگاه‌های مترو و بی‌آرتی وارد شوند. قرار است در آینده فرهنگسراها، سینماها، تاکسی‌ها و اتوبوس‌های خصوصی نیز به فهرست خدمات اضافه شود.

تغییر اساسنامه فعالیت بانک‌ها

محمد رضا فرزین، رئیس کل بانک مرکزی اعلام کرد که بانک‌ها به زودی در قالب فعالیت‌های تخصصی اعم از تجاری، توسعه‌ای، قرض‌الحسنه، جامع و انواع دیگر بانک‌های تخصصی دسته‌بندی خواهند شد و اساسنامه آنها نیز در همین چهارچوب تغییر خواهد کرد. بر این اساس، هر بانکی نمی‌تواند هر فعالیتی داشته باشد و بانک‌های توسعه‌ای، تجاری و قرض‌الحسنه در حوزه فعالیت تخصصی تعریف شده باید فعال باشند و حتی تعدادی بانک جامع هم که وجود دارند، باید بر اساس عقود مشخص و تفکیک شده در هر یک از این حوزه‌ها فعال باشند. به گفته او، حوزه نظارت بانک مرکزی با برنامه و روش‌های اصلاحی مدون، پیگیر رفع ناترازی هاست و از طرف دیگر نیز مشکل کفایت سرمایه برخی بانک‌ها هم در دستور کار اصلاحی قرار دارد.

مصوبات مجلس برای نظام بانکی و متولی آن

نمایندگان مجلس در جلسه‌ای به بررسی مواد هفت و هشت لایحه برنامه هفتم توسعه پرداختند. در ابتدای این جلسه، تحقق تورم ۹/۵ درصدی، رشد نقدینگی ۳/۸ درصدی، کاهش سالانه ۲۰ درصد ناترازی بانک‌ها و نسبت کفایت سرمایه ۸ درصدی بانک‌ها به تصویب رسید و سازوکار افزایش سرمایه بانک‌ها و مؤسسات اعتباری نیز تصویب شد. بر این اساس بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی غیردولتی باید پس از ابلاغ بانک

مرکزی، برنامه افزایش سرمایه ابلاغی بانک مرکزی را به تصویب مجمع عمومی خود رسانده و فرایند قانونی افزایش سرمایه را آغاز کنند. تشکیل دو سامانه «املاک و مستغلات شبکه بانکی» و «سامانه سهام‌داری شبکه بانکی» یکی دیگر از مصوبات مجلس برای نظام بانکی بود. در این زمینه، بانک مرکزی باید یک ماه بعد از لازم‌الاجرا شدن این قانون، سامانه املاک و مستغلات شبکه بانکی را راه‌اندازی کند و بانک‌ها نیز باید اطلاعات مربوط به املاک خود را در سامانه املاک و مستغلات شبکه بانکی ثبت کنند. در موردی دیگر بانک مرکزی باید نسبت به ارزیابی کیفیت دارایی‌های بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی مبتنی بر اطلاعات ثبت شده در سامانه اقدام و پس از آن، هر دو سال یک بار، ارزیابی کیفیت دارایی‌ها را تکرار کند.

توسن تکنو برنده مناقصه خرید ۸۰ هزار دستگاه کارت خوان



مناقصه خرید ۸۰ هزار کارت خوان شرکت پرداخت الکترونیک سپهر، ۸ مرداد ۱۴۰۲ اعلام شد و پس از دریافت پیشنهادهای تأمین‌کنندگان مختلف توسط شرکت پرداخت الکترونیک سپهر، شرکت توسن تکنو به عنوان برنده این مناقصه معرفی شد. بر اساس این قرارداد، پایانه پرداخت الکترونیک هوشمند TECHNO P3 برای ورود به بازار پذیرندگان شرکت پرداخت الکترونیک سپهر تولید و عرضه خواهد شد. این قرارداد، بزرگ‌ترین قرارداد سال ۱۴۰۲ در حوزه تأمین کارت‌خوان‌های اندرویدی است.

طراحی چهارچوب کنترل‌های امنیتی سامانه‌های اطلاعاتی بانکی

شرکت کاشف از طراحی پروژه‌ای به نام «چهارچوب کنترل‌های امنیتی سازمانی و سامانه‌های اطلاعاتی بانکی» خبر داد. هدف این پروژه سامان‌دهی حوزه امنیت اطلاعات بانک‌ها و مؤسسات اعتباری است. اتوماسیون فرایندهای کسب‌وکاری از

یک سو و افزایش میزان حملات به زیرساخت‌های حیاتی کشور، به خصوص بانک‌ها و مؤسسات اعتباری از سوی دیگر، اهمیت توجه نظام بانکی به حوزه امنیت اطلاعات را بیش از پیش نمایان کرده است. از سوی دیگر، چالش‌هایی مانند تعدد نهادهای تنظیم‌گر، تحریم، کمبود نیروهای متخصص در حوزه امنیت اطلاعات، مهاجرت نیروی انسانی، ناکارآمدی سیستم حقوق و دستمزد، وابستگی به پیمانکاران، مشکلات ساختاری، فرهنگ سازمانی و نیز تخصیص ندادن بودجه و منابع کافی به حوزه امنیت اطلاعات از مهم‌ترین مواردی است که بانک‌ها و مؤسسات اعتباری همواره با آن مواجه هستند.

انحلال مؤسسه اعتباری توسعه



در نتیجه مجمع عمومی فوق‌العاده مؤسسه اعتباری «توسعه»، این مؤسسه مطابق با مصوبات شورای عالی هماهنگی مالی منحل شد. در همین راستا مدیر نظارت بر بانک‌ها و مؤسسات اعتباری بانک مرکزی از طی کردن روند قانونی جهت اتخاذ تصمیم برای انحلال یا ادغام سه مؤسسه مالی و یک بانک خبر داد و اعلام کرد یک برنامه دوساله برای بازسازی هفت یا هشت بانک و مؤسسه اعتباری که صورت‌های مالی‌شان ناتراز است، ابلاغ شده است.

انتقادات کارشناسی به 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 در حد پیشنهاد باقی‌ماندن طرح تجمیع کارت‌های بانکی، 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. یکی از انتقادات به تجمیع کارت‌ها در کارت

عمر تراکتس

دیدبان

۳۳

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و پنجم

ملی؛ به خصوص کارت بانکی این است که کارت‌های هوشمند ملی فقط یک تراشه الکترونیکی دارند و این تراشه‌ها از استانداردهای ضروری برای حوزه پرداخت و بانکی برخوردار نیستند و الزامات و پروتکل‌های ارتباطی و فنی این تراشه‌ها نیز به هیچ‌وجه سازگاری لازم با سخت‌افزارها و شبکه پذیرندگی کارت‌های بانکی در کشور را ندارند. ضعف زیرساخت‌های پذیرش کارت‌ها در ایران نیز یکی دیگر از انتقادهای کارشناسان نسبت به تجمیع کارت‌های بانکی در کارت ملی است. به اعتقاد آنها، بسیاری از دستگاه‌های کارت‌خوان در کشور قادر نیستند کارت‌های سیستم جاوا را بخوانند و به همین خاطر باید کل دستگاه‌های کارت‌خوان تغییر کند یا تعداد زیادی ایجاد شود که همه اینها هزینه‌بردار است؛ بنابراین در حالی که کارشناسان بهترین گزینه برای تجمیع کارت‌های بانکی را تجمیع در یک کارت، نه کارت ملی مشروط به ایجاد زیرساخت‌های لازم و متولی واحد می‌دانند، بانک مرکزی به سمت اجرای تجمیع کارت‌های بانکی در کارت ملی رفته که با انتقادات زیادی اعم از نبود زیرساخت فنی، تهدیدی برای نظام بانکی و پرداخت و نداشتن رویکرد شفاف و واحد مواجه شده است.

ممنوعیت شبیه‌سازی عملیات خرید در کیوسک‌های غیرنقدی

ضوابط بهره‌برداری از دستگاه‌های خودپرداز اختصاصی و دستگاه‌های خودپرداز غیرنقدی در نظام پرداخت کشور به شبکه بانکی ابلاغ شد. طبق این ضوابط، بانک‌ها و مؤسسات اعتباری از تعریف کارت پیش‌فرض روی خودپردازهای غیرنقدی و فروش، اجاره یا واگذاری دستگاه خودپرداز اختصاصی و خودپرداز غیرنقدی منع شده‌اند. همچنین، نظارت مؤسسه اعتباری بر این دو دستگاه باید به گونه‌ای باشد که شبیه‌سازی عملیات خرید در آنها غیرممکن شود. زین پس مؤسسه اعتباری مجاز است دستگاه خودپرداز غیرنقدی را صرفاً در مکان شعب، باجه‌های خود و شرکت‌های فناوری تابعه خود یا در اماکنی که مورد بهره‌برداری عمومی است، نصب کند. در واقع آنها از اجاره یا واگذاری دستگاه خودپرداز اختصاصی و خودپرداز غیرنقدی به سایر اشخاص اعم از حقیقی و حقوقی منع شده‌اند.

اجرای طرح کهربا

طبق اعلام مدیر اداره نظارت بر نظام‌های

پرداخت بانک مرکزی در دهم مهرماه، طرح کارت هوشمند همراه بانکی (کهربا) که به «تراکنش‌های حضوری بدون کارت» معروف است، با هدف ارتقای استانداردهای امنیتی شبکه پرداخت کشور تا دو ماه آینده آماده خدمت‌رسانی به مردم خواهد بود. در حال حاضر ۹ بانک در شبکه بانکی کشور تمام تغییرات لازم برای اجرای پروژه کهربا را عملیاتی کرده‌اند. همچنین از تعداد ۱۲ شرکت پرداخت هشت شرکت این ظرفیت‌ها را فعال کرده‌اند. تاکنون حدود ۷۰ هزار پایانه فروشگاهی ظرفیت انجام تراکنش‌های غیرتماسی از طریق برنامه‌های موبایل را دارند و دو برنامه هوشمند تلفن همراه هم فعال‌سازی شده و آماده ارائه خدمت به مردم هستند. قرار است با ۳۰ تا ۴۰ درصد ظرفیت شبکه پذیرندگی کشور یعنی بیش از ۲/۵ میلیون پایانه فروشگاهی این خدمت به مردم ارائه شود.

ارائه خدمات بانکداری مبتنی بر بلاکچین

هدلینگ فناوری و نوآوری بانک صادرات ایران (صاد)، با رویکرد ایجاد تحول دیجیتال در اکوسیستم بانک صادرات و به منظور توسعه همکاری در راستای خدمات نوین بانکداری مبتنی بر فناوری بلاکچین و شرکت یکتا ققنوس پارس (ققنوس) به‌عنوان یکی از شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات مالی دیجیتال روی شبکه بلاکچین، تفاهم‌نامه همکاری امضا کردند. این دو مجموعه در این باره گفته‌اند؛ این تفاهم‌نامه تأثیرات مثبتی روی مولدسازی اموال راکد بانک در راستای تطابق با سیاست‌های بانک مرکزی، ایجاد سهولت بیشتر برای مدیریت ثروت مردم و دسترسی کسب‌وکارها به روش‌های نوین تأمین مالی، توسعه خدمات نوین بانکی و... خواهد داشت.

اصلاح دستورالعمل پذیرش شرکت‌های دانش‌بنیان در فرابورس



مجید عشقی، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار از اصلاح دستورالعمل پذیرش

شرکت‌های دانش‌بنیان در فرابورس خبر داد. به گفته مجید عشقی در خصوص دستورالعمل پذیرش شرکت‌های دانش‌بنیان، پس از اینکه فعالان و متخصصان بازار سرمایه نظرات خود را در خصوص دستورالعمل و اصلاحات اعلام کنند، نظرات در هیئت‌مدیره جمع‌بندی و تصویب خواهد شد. طبق صحبت‌های او، بازار شرکت‌های دانش‌بنیان که شامل دو بازار رشد و دانش‌بنیان است، در دستورالعمل پذیرش فرابورس تعریف شده و امیدواریم تا پایان مهرماه مصوبه هم تأیید شود و شاهد راه‌اندازی بازار دانش‌بنیان‌ها باشیم.

حذف پرداخت‌یارها از فهرست رسمی شاپرک



تفاهم‌نامه پرداخت‌یاری مدتی است که به مجوز تبدیل شده و این یعنی مقرر شده با متولی‌گری بانک مرکزی این مجوزها از طریق درگاه ملی مجوزها تمدید شود. در همین راستا شاپرک در ابلاغیه‌ای به پرداخت‌یارها درباره حذف اسامی آنها هشدار داده و تأکید کرده که این شرکت‌ها مجوز خود را از بستر درگاه ملی مجوزها تمدید کنند. بررسی‌های میدانی نشان می‌دهد که سامانه مشکلاتی اساسی اعم از استعلام هویتی، استعلام مالیاتی و... داشته و پرداخت‌یارها موفق به تمدید مجوز خود در مدت مقرر نشده‌اند. جیبیت، زرین‌پال، زیبال و وندار نمونه‌ای از پرداخت‌یارهای اصلی صنعت پرداخت هستند که به دلیل مشکلات و اختلالات سامانه موفق به تمدید قرارداد یا همان مجوز جدید خود نشده‌اند. پرداخت‌یارها، موضوع را با بانک مرکزی در میان گذشته‌اند، اما ابلاغیه اجرا شده و آنها به سایر نهادها ارجاع داده شده‌اند و نام آنها از فهرست رسمی شاپرک حذف شده است.

به روزرسانی سامانه اینماد

مدتی است که کاربران سامانه اینماد با مشکلات جدی در دریافت اینماد مواجه شده‌اند. تتا علت این اختلالات را

مهر تراکنش



۳۴

ASAEETARAARHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران

راه اندازی سامانه جدید اینماد عنوان و اعلام کرده است. پروژه بازنویسی این سامانه به عنوان یکی از مهم ترین اقدامات مرکز تباطی سال های اخیر با هدف تسهیل و تسریع امور برای کاربران و کسب و کارهای اینترنتی و با توجه به بازخوردهای دریافتی از بخش خصوصی انجام شده و ۲۰۰ کسب و کار را با مشکل مواجه کرده است.

برگزاری جلسه سندباکس بانک مرکزی



نوزدهمین جلسه کمیته محیط آزمون تنظیم گری بانک مرکزی به منظور بررسی نهایی و تهیه مستند تصمیم در خصوص طرح های حاضر در سندباکس، به ریاست مدیرعامل شرکت ملی انفورماتیک برگزار شد. در این جلسه اعضا ضمن استماع گزارش فرایندهای عملیاتی و شاخص های عملکردی طرح های حاضر در این محیط آزمون، در خصوص مستند تصمیم طرح های مورد نظر به بحث و تبادل نظر پرداختند.

افزایش ۶۴ درصدی تعداد تراکنش های مغایرتی

گزارش شاپرک از شهريور ۱۴۰۲ منتشر شد. بر اساس این گزارش، اعداد تراکنش های ناتمام این ماه نسبت به مردادماه ۶۳/۷۲ درصد افزایش و تعداد کل تراکنش ها ۱/۷۹ درصد رشد داشته است. همچنین نسبت تراکنش های ناتمام به کل تراکنش های موفق در این ماه نسبت به ماه گذشته ۰/۰۶۹ بیشتر شده است.

تغییر مدیرعامل فینووا



فرشید اردوانی با حکم مسعود وکیلی نیا،

مدیرعامل هلدینگ ارتباط فردا به سمت مدیرعاملی شرکت فینووا منصوب شد.

تصویب سه مصوبه برای تثبیت گام های هوشمندسازی

در جلسه شورای اجرایی فناوری اطلاعات مورخ ۱۷ مهر سه مصوبه در خصوص ممنوعیت اخذ اسنادی که سرویس آنلاین استعلامی دارند، فراهم کردن زیرساخت ارائه خدمات به ایرانیان خارج از کشور و تکمیل خدمات دستگاه ها در پنجره ملی خدمات دولت هوشمند به تصویب اعضا رسید. رضا باقری اصل، معاون امور دولت، مجلس و استان های وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات نیز در همین رابطه در شبکه های اجتماعی نوشت: «امروز سه مصوبه مهم برای تثبیت گام های هوشمندسازی داشتیم؛ نخست فاز دوم پنجره ملی دولت هوشمند. دوم، خدمات پرکاربرد و مشارکت الکترونیکی و سوم، ۲۰ پروژه پیشران دولت هوشمند. با همراهی اعضای شورا این مصوبات کمک زیادی به هوشمندسازی دولت خواهد کرد.»

۲۰۰ کسب و کار موفق به دریافت اینماد نشدند

حدود یک ماه است که فعالان اقتصاد دیجیتال و حوزه پرداخت یاری از اختلال و خطاهای سامانه اینماد و کسب و کارهایی که نتوانستند مجوز اجباری اینماد به تبع آن درگاه پرداخت دریافت کنند، می گویند. طبق این شنیده ها، برخی از متقاضیان نتوانستند وارد سامانه شوند و برخی هم با مشکلات ثبت نام مواجه شدند و مواردی هم بودند که درخواست شان برای تمدید با خطا مواجه می شد. مرکز توسعه تجارت الکترونیکی پیرامون حواشی صدور اینماد، یک نشست خبری ترتیب داد. رئیس مرکز تتا در این نشست تأکید کرد که اختلالات دوهفته ای به دلیل به روزرسانی سامانه و تبدیل داده ها رخ داده و در این مدت ۲۰۰ کسب و کار با مشکل دریافت اینماد روبه رو شدند. آن طور که گفته شد، از ابتدای پیاده سازی سامانه به روز شده تاکنون ۲۳۰۰ اینماد صادر شده است. به اعلام مرکز توسعه تجارت الکترونیکی، از زمان پیاده سازی سامانه جدید، ۲۳ هزار اینماد صادر شده است.

به روزرسانی فهرست مصادیق محتوای مجرمانه

جلسه کارگروه تعیین محتوای مجرمانه

به ریاست حجت الاسلام والمسلمین موحدی، دادستان کل کشور و با حضور تمامی اعضا تشکیل و فهرست مصادیق محتوای مجرمانه جرائم قمار و شرط بندی به روزرسانی شد.

زین پس هرگونه قمار، شرط بندی یا بخت آزمایی در فضای مجازی؛ در اختیار قرار دادن حساب بانکی، ابزار پذیرش، درگاه پرداخت الکترونیکی یا ابزار پرداخت الکترونیکی برای ارتکاب اعمال مجرمانه؛ عدم اطلاع رسانی هر یک از ارائه دهندگان خدمات ارتباطی یا خدمات پرداخت یا عملیات بانکداری الکترونیکی از قبیل بانک ها و کارورهای مخابراتی به مراجع قضایی در خصوص فعالیت های مجرمانه در صورت اطلاع داشتن، جرم محسوب می شود.

آرش لرستانی؛ مدیرعامل جدید آپسان



با تصویب هیئت مدیره شرکت آپسان، آرش لرستانی به عنوان مدیرعامل شرکت آپسان منصوب و جایگزین احمد افتخاری شد.

او پیش از این معاونت بخش های نرم افزار، طراحی، نوآوری، محصول، عملیات و فناوری اطلاعات در شرکت به پرداخت ملت را بر عهده داشته و عضویت در هیئت مدیره شرکت توسعه خدمات الکترونیکی آدونیس و شرکت مهندسی سیستم پاس ارغوانی و نایب رئیسی هیئت مدیره شرکت فرابوم را در سوابق خود دارد.

مهدی ملکی مدیرعامل فینوتک شد

طی حکمی از سمت مسعود وکیلی نیا، مدیرعامل هلدینگ ارتباط فردا، مهدی ملکی به سمت مدیرعاملی شرکت فینوتک منصوب شد. مهدی ملکی تجارب مدیریتی موفق در حوزه های بانک، بیمه و صنعت فین تک را در کارنامه کاری خود دارد. پیش از او سعید قدوسی نژاد عهده دار این سمت بود.

عصر تراکنش

دیدبان

۳۵

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم شماره هفتاد و پنجم

یادداشت هایی از رضا قربانی، میثم سلیمانی
رضا جمیلی و ایمان جلیلی از چهل و سومین نمایشگاه جیتکس

روایت هایی از بزرگ ترین رویداد فناوری آسیا

جیتکس ۲۰۲۳ از ۲۴ تا ۲۸ مهرماه در مرکز تجارت جهانی دبی برگزار شد؛ نمایشگاهی که چهل و سومین دوره خود را پشت سر گذاشت و ما در این دوره از جیتکس شاهد حضور پررنگ ایرانیان در شهر دبی بودیم و دوره‌هایی نیز توسط فعالان کسب و کاری ایرانی در حاشیه این رویداد برگزار شد؛ از گردهمایی فعالان فناوری و نوآوری صندوق نوآوری و شکوفایی گرفته تا رویداد ایرانیان و پرشین تک سامیت. به نظر می‌رسد این دوره‌هایی ها شروع راهی برای ساختن کامیونیتی و حلقه ارتباطی فعالان کسب و کارهای فارسی زبان مبتنی بر فناوری در منطقه باشد. جیتکس امسال با ۴۱ سالن بزرگ میزبان بیش از شش هزار غرفه از ۱۷۰ کشور دنیا بود و چیزی حدود ۱۸۰ هزار نفر طی پنج روز از آن بازدید کرده‌اند. یکی از مهم ترین محورهای اصلی این نمایشگاه هوش مصنوعی بود و کنفرانس ها با ۲۱ محور اصلی و ۱۵۰۰ سخنران از ۸۰ کشور برگزار شده است. یکی از موضوعات جالب در این دوره از برگزاری جیتکس این بود که بخش هایی مستقل برای فین تک و بلاکچین وجود داشت. تیم رسانه‌ای راه کار نیز با حمایت گروه شرکت های کهکشان، تاپین و جی اس اس هر روز مهم ترین تحولات این رویداد جهانی را با ما در میان گذاشت. در ادامه این مطلب، یادداشت هایی را از رضا قربانی، مؤسس کارخانه نوآوری رسانه راه کار؛ میثم سلیمانی، سردبیر کارنگ و راه پرداخت؛ رضا جمیلی، مدیر توسعه کسب و کار کارخانه نوآوری رسانه راه کار و ایمان جلیلی، سردبیر استودیو راه کار می‌خوانید که مشاهدات خود را از پنج روز برگزاری جیتکس بر ایمان نوشته‌اند.



مهرتراکتس



۳۶

ASAEETAAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

جدی گرفته نمی‌شود و ناراحت کننده تر این است که گویی اساساً جایی به نام ایران وجود ندارد! عجیب است که برخلاف همه آن تلاش هایی که در ایران به طور خاص و خاورمیانه و شمال آفریقا به طور عام انجام می‌شود انگار اراده رسانه‌های جریان اصلی آمریکایی بر ندیدن است. آمریکایی ها با ولع عجیبی خودشان را می‌بینند؛ خودشان را می‌پرستند و ستایش می‌کنند. اروپا و بریتانیا را هم به صورت حداقلی می‌بینند ولی خاورمیانه و شمال آفریقا را نمی‌بینند؛ از نظر آنها انگار فناوری و نوآوری ارتباطی به این منطقه از جهان ندارد.

کسی اگر رسانه‌های آمریکایی را دنبال کند در تنها مواردی که نام خاورمیانه و شمال آفریقا را می‌شنود در جنگ و خونریزی است. در درگیری هایی که رخ می‌دهد نام این منطقه به کرات شنیده می‌شود. خبرهای مثبت و توسعه مربوط است به آمریکا و اندکی اروپا و در نهایت خاورمیانه و شمال آفریقا در آمارها خاکستری هستند و جایی به نام ایران اساساً وجود ندارد!

این یک طرف ماجرا؛ طرف دیگر این است که اراده‌ای هم در داخل ایران وجود دارد که تا حد ممکن دست ایران و ایرانی را از حضور در میادین جهانی کوتاه کند. انقدر در میدان های بین المللی حضور نداشته‌ایم که به مرور ادب و آداب حضور در مناسبات اقتصادی جهان را فراموش کرده‌ایم. این موضوعی به غایت نگران کننده است؛ با این زاویه دید است که حضور مدیران دولتی و غیردولتی را در رویدادی مانند جیتکس مفید می‌دانم؛ حداقل فایده این است که در محیطی قرار می‌گیرند که فعالان اقتصادی منطقه در آن حضور دارند. هرچند که حتی همین رویداد هم قرار نیست توسط رسانه‌های جریان اصلی آمریکایی دیده شود و حتی اگر در همین رویداد هم بتوان جریان ساز بود باز قرار نیست دیده شویم. بماند



رضا قربانی
مؤسس کارخانه نوآوری رسانه راه کار

جایی به نام ایران وجود ندارد!

وبسایت تک کرانچ یکی از وبسایت های پرمخاطب در حوزه فناوری و نوآوری است. این وبسایت آمریکایی درباره مهم ترین روندها و رویدادهای حوزه مرتبط با کسب و کارهای فناوری و استارت‌آپ‌ها به صورت پیوسته محتوا منتشر می‌کند. خودش هم رویدادهایی دارد و زیرمجموعه‌هایی برای معرفی کسب و کارهای فعال در حوزه اقتصاد نوآوری. اگر کلمه جیتکس را در وبسایت تک کرانچ جست‌وجو کنید به ۲ نتیجه می‌رسید؛ یکی اش مربوط به حدود ۱۰ سال پیش است و دیگری مربوط به چند سال قبل. اگر رویداد MWC بارسلونا را جست‌وجو کنید، به ۵۵۰ نتیجه می‌رسید و اگر رویداد CES لاس وگاس را جست‌وجو کنید، به نزدیک ۴ هزار نتیجه می‌رسید. این اختلاف توجه از کجا می‌آید؟

در سال های گذشته بارها و بارها گزارش های متعددی را درباره روندهای کسب و کاری خوانده‌ام؛ در این گزارش ها چیزی که به چشم می‌خورد این است که گویی اساساً منطقه‌ای به نام خاورمیانه و شمال آفریقا

که ایرانیان و فارسی‌زبان‌ها در همین رویداد هم جریان‌ساز نیستند. امسال و در حاشیه رویداد اتفاق‌های خوبی رخ داد که یکی از کامل‌ترین آنها رویداد پرشین تک‌سامیت بود. این رویدادها و به طور خاص رویداد پرشین فرصت خوبی برای تبادل نظر و البته شبکه‌سازی بودند. تصور می‌کنم بین فارسی‌زبان‌ها شبکه‌سازی قدرتمندی انجام نشده است. متأسفانه اساس شبکه‌سازی‌های خارج از ایران با اهداف سیاسی انجام می‌شود و کم‌تر نقش تسهیل‌گر اقتصادی را دارند.

با توجه به تغییراتی که در اقتصاد امارات در حال رخ دادن است و رشد و توسعه کسب‌وکارهای مبتنی بر فناوری و احتمالاً جا ماندن بخش سنتی از این اقتصاد روبه‌رشد، شاید تعامل اثربخش فعالان فناوری و نوآوری در داخل ایران با سرمایه‌گذاران و صاحبان کسب‌وکارها در جایی مانند امارات زمینه توسعه همکاری‌های بیشتر اقتصادی را فراهم کند.

قاعدتاً تحریم‌ها و فشارهای اقتصادی ناجوانمردانه بر ایرانیان کار را سخت و پیچیده می‌کند و موضوع شبکه‌سازی اقتصادی به آسانی دیگر کشورها و ملیت‌ها نیست؛ با این وجود این راهی است که باید با قدرت ادامه داد. اقتصاد در خودمانده ایران برای توسعه در این شرایط سخت لازم است ارتباط اثربخشی را با فعالان اقتصادی خارج از ایران داشته باشد و فعالان اقتصادی خارج از ایران هم برای به‌روزماندن لازم است خودشان را به منابع انسانی داخل ایران متصل کنند. امیدوارم این تعامل در نهایت هم برای سرمایه‌گذاران و هم برای کسب‌وکارهای داخل ایران نتایج مثبت داشته باشد.

ما قرار نیست دیده شویم و رسانه‌های جریان اصلی نیز ۱۰۰ واحد تلاش ما را هم به اندازه یک واحد انعکاس نمی‌دهند؛ پس این خودمان هستیم که باید رسانه خودمان باشیم و انعکاس موفقیت‌های هرچند کوچک مان.



رضا جمیلی
مدیر توسعه کسب‌وکار راه‌کار

چرا تئوری پدرم درباره جیتکس جواب نمی‌دهد؟!

دبی عاشق بزرگترین هاست. تجسم یک هوس و جاه‌طلبی گل‌درشت و بعضاً توی ذوق‌زن که هر چیزی را بزرگ و بزرگ‌تر می‌خواهد. هر چیزی که فکرش را بکنید. از ماشین‌های خیلی بزرگ که خیابان‌های خیلی بزرگ و عربض (تا حدی که عملاً همه خیابان‌های این شهر را می‌توان اتوبان نامید!) را قرق کرده‌اند تا برج‌ها و هتل‌ها و پارک‌ها و آکواریوم‌ها و البته نمایشگاه‌های بزرگ. دبی، دولت‌شهری است که گویی در بسیاری امور و چیزها، حسرت دیر چهره‌شدن و بخشی از تاریخ امور و پدیده‌ها نبودن را با حجم و اندازه داشته‌هایش تسکین داده است. داستان یک خطی جیتکس را می‌توان با همین عینک دید و گفت یکی دیگر از

تلاش‌های این شهر است برای حیرت‌زده کردن همه آنها که مشتاق فناوری هستند با این تگ‌لاین ساده: بزرگ‌ترین نمایشگاه فناوری دنیا. اما بیابید عینک‌های دیگری هم به چشم بزنیم و جیتکس را از چشم افراد و دسته‌های دیگری هم ببینیم.

تئوری شکست خورده پدرم درباره دبی!

پدرم سال‌ها در دبی کار و تجارت کرده است. همیشه وقتی از دستاوردها و پیشرفت‌ها و ساختمان‌های آن‌چنانی این شهر صحبت می‌کرد آخرش تکمله‌ای داشت برای دل‌داری دادن به خودش و احتمالاً ما که آب از لب‌ولوچه‌مان سرازیر شده بود. پدرم ته همه حرف‌هایش می‌گفت همه این چیزهایی که دبی به آن رسیده مصنوعی و یک‌شبه و با پول بوده و یک روزی همه را یک‌باره از دست می‌دهد. یک روزی که پدرم فکر می‌کرد با رفتن اروپایی‌هایی و آمریکایی‌ها از این شهر یا تمام شدن پول نفت و گاز فرا خواهد رسید. برای بسیاری از ایرانی‌هایی که با نگاهی بدبینانه به دستاوردهای تکنولوژی‌یک این شهر نگاه می‌کنند تکمله پدرم هنوز کارساز است و کاربرد دارد. مثل بسیاری آدم‌های زخم‌خورده حوزه فناوری ایران که وقتی درباره جیتکس از آنها سؤال می‌پرسیدم معتقد بودند که همه چیز نمایش است و توخالی. یک نمایش که آنها اعتقاد داشتند شرکت‌های اروپایی و البته چینی و هندی به دلیل شیرین بودن منافع اقتصادی‌اش به آن تن داده‌اند و اتفاقاً نقش‌شان را هم خیلی خوب بازی می‌کنند. این دسته اما هر سال جمعیتش بیشتر آب می‌رود و بر تعداد کسانی که با وجود همه جنبه‌های نمایشی و بزرگ‌نمایی‌های بیش از حد جیتکس اعتقاد پیدا می‌کنند که دبی با این نمایشگاه دارد جایگاه قابل‌قبولی در آینده فناوری برای خود دست‌وپا می‌کند، افزوده می‌شود. اما این همه رابطه ما ایرانی‌ها با جیتکس نیست. دسته‌های دیگری هم هستند که نگاه متفاوتی به معادله فناوری و دبی دارند.

یک دسته کم‌اهمیت اما اعصاب‌خردکن

اگر از دسته سرخورده‌ها و غرزن‌هایی که با پیش کشیدن مقایسه ایران و اکوسیستم فناوری‌اش با آنچه در دبی و جیتکس می‌بینند شروع به خودزنی از بیخ و بن می‌کنند بگذریم، جدی‌ترین و مهم‌ترین دسته حاضر در جیتکس، ایرانی‌هایی هستند که می‌خواهند ببینند آنها چه می‌توانند از این نمایش بزرگ نصیب خود یا کسب‌وکارشان کنند. این دسته در نگاه اول خیلی شبیه دسته‌ای است که معتقدند باید از دبی و دستاوردهای فناورانه‌اش الگو گرفت و با همان شعارهای همیشگی تأکید دارند می‌توانند با فیلترکردن جنبه‌های منفی و نمایشی سیاست‌گذاری‌های دبی و تمرکز بر اندک جنبه‌های مثبت آن باد در کشتی فناوری در داخل کشور بیندازند.

دسته دولتی‌ها و شبه‌دولتی‌های دوزیست و البته فرصت‌طلب‌های بخش خصوصی را می‌گویم که هنوز با توسل جستن به تئوری پدرم فکر می‌کنند دستاوردهای فناورانه دبی اگرچه ماندگار نیستند اما می‌توانیم از آن‌ها درس و دانش و الگو بگیریم! یک ملغمه عجیب و متناقض که شاید خودشان هم بدانند که چیزی که می‌گویند بی‌سروته است اما به هر حال مدیر دولتی و شبه‌دولتی‌اند و به ناچار باید چیزی بگویند تا مأموریت‌های فرامرزی را حلال کنند! بگذریم... تا همین جا هم این دسته را زیادی جدی گرفته‌ام!

جیتکس ۲۰۲۳ و حضور پررنگ یک دسته خاص از ایرانی‌ها

اما برسیم سر دسته‌ای از ایرانی‌های حاضر در جیتکس که باید بیشتر به آنها توجه کرد. ایرانی‌هایی که میل و سودا یا توان مهاجرت و رفتن به خیلی دورترها را ندارند اما می‌خواهند کاملاً هم از بازی فناوری در مقیاس جهانی بیرون نیفتند. آنها که بین دبی و ترکیه برای راه‌اندازی



ایمان جلیلی
سردبیر استودیو راه کار

جیتکس یا جایتکس؟

هنوز بین علما اختلاف هست که جایتکس درست است یا جیتکس. البته که اگر سری به نمایشگاه زده باشید و روی صندلی یکی از پنل‌های بی‌شمار جانبی نشسته باشید، یا به بهانه بیشتر سردرآوردن از آنچه در دنیای پر سرعت فناوری در حال رخ دادن است با یکی از صاحبان غرفه، معاشرت کرده باشید، می‌دانید که کلمه درست «جایتکس» است. مشکل از جایی شروع می‌شود که می‌فهمید، اینجا هم مثل بسیاری از موارد مشابه دیگر تلفظ صحیح عنوان نمایشگاه ممکن است از نگاه مخاطب ایرانی، شما را در دسته تازه به دوران رسیده‌های «جیتکس» ندیده دسته‌بندی کند. اگر مثل من برای بار اول گذارتان به نمایشگاه افتاده باشد، متوجه می‌شوید که فوج ایرانی‌های اعزامی به نمایشگاه سایه هم‌دیگر را با تیر می‌زنند.

این درعین حالی است که همه کنجکاوند بدانند گروه کناری، برای چه، با خرج که و با چه خروجی به دبی آمده و برخواهد گشت. و همه این‌ها در شرایطی رخ می‌دهد که آنها که به هر دلیلی فرصت بازدید از جیتکس را از دست داده‌اند یا علاقه‌ای به آمدن نداشته‌اند در شبکه‌های اجتماعی مشغول قضاوت و عمدتاً نقد مسافری دبی هستند. و شما مدام حین دید و بازدیدها و دوره‌های ایرانی‌ها در حاشیه نمایشگاه (که اتفاقاً هر شب و هر روز به بهانه‌های مختلف در ایام نمایشگاه در دبی برپا می‌شود) حس می‌کنید رفتار عادی ندارید. مدام از خودتان می‌پرسید آیا درست است که من الان اینجا باشم، پای صحبت فلان سخنران بنشینم، خودم در پنل رویداد فلان صحبت کنم، انگلیسی حرف بزنم یا فارسی؟ عکس بگیرم یا نگیرم؟ پست بگذارم یا نگذارم؟ منشمن کنم یا نکنم؟ جواب کامنت بدهم یا مثل همیشه سکوت کنم؟

اصلاً چنین شرایطی به شدت مستعد خارج شدن اوضاع از شرایط نرمال است. دقیقاً شبیه آنچه که ما معمولاً هر روز در کسب و کارمان گرفتار می‌شویم. شما به عنوان مدیرعامل یا یکی از مدیران ارشد شرکت، ماموریتی به عهده گرفته‌اید که قاعدتاً بر اساس چشم‌انداز کوتاه‌مدت یا بلندمدت هیئت‌مدیره تعیین شده. اما از روزی که روی صندلی می‌نشینید باید نگران «قضاوت» سایرین باشید. اگر مدیر باتجربه‌ای باشید، می‌دانید که توصیه به ندیدن، نشنیدن و بی‌توجهی به اینگونه قضاوت‌ها مربوط به کتاب‌های موفقیت و جملات قصار امثال سایمون سینک است. سوابق بلاهایی که سرتان آمده، به شما می‌گوید که آن توصیه‌ها در شرایطی کار می‌کنند که سیستم تعریف شده‌ای برای رشد کیفی وجود داشته باشد.

برای ما اما داستان متفاوت است. چه در زندگی عادی روزمره در کشوری که هر روز غافلگیری جدیدی برایمان در نظر می‌گیرد، چه در کسب و کاری که برای مدیرانش تداوم و ماندگاری به فاکتورهایی بستگی دارد که به مخیله امثال جناب سایمون سینک هم نمی‌رسد. زمانی که ما به جای جنگیدن برای کیفیت بهتر، داریم برای بقا می‌جنگیم، هر حاشیه و اتفاق جانبی می‌تواند شرایط عادی را به هم بزند. ماجرای جیتکس هم همین است. شما با هر فلسفه و منطقی

یک دفتر بین‌المللی، سرانجام به این نتیجه رسیده‌اند که اکوسیستم فناوری دبی جای مناسب‌تری است. برای این دسته جیتکس هم یک ادله محکم برای تصمیمی است که گرفته‌اند و هم یک موقعیت برای اینکه فرصت‌ها و امکان‌های پیش‌روی‌شان را بیشتر بچورند و چاره و طرح بهتری بیندیشند. در جیتکس ۲۰۲۳ این دسته از ایرانی‌های دنیای کسب و کار بیشتر از همه به چشم می‌آمدند و خیلی پروپییمان در هفته‌ای که جیتکس جریان داشت در گوشه و کنار این شهر دیده می‌شدند. از رویدادها و مهمانی‌های جمع‌وجور و خصوصی گرفته تا رویدادهای بزرگ‌تری که جماعت فناوری ایرانی در آن چند روز برگزار کردند. پرسش اساسی آنها از خود و از یکدیگر هم این بود که ما در دبی و در حرکت پرسرعت و نمایش بزرگ‌اش در عرصه فناوری، چه کاری می‌توانیم بکنیم. یا اینکه کسب و کارهای حاضر در ایران‌شان کجای این معادله خواهد بود و راه‌انداختن کسب و کار جدید یا نسخه‌های تازه‌ای از خدمات و محصولاتشان با نام و نشان تازه در اکوسیستم دبی چه الزامات و چه موانع و البته چه آینده‌ای خواهد داشت.

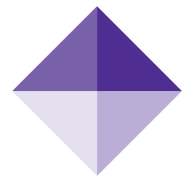
این دسته معقول‌ترین نگاه را به دبی و اکوسیستم فناوری آن دارد. دسته‌ای که نه مرعوب جلوه‌ها و زرق‌وبرق موردعلاقه سیاست‌گذاران فناوری در دبی است و نه مانند پدر من نگاه بدبینانه و از بالا به پایین به آینده همه‌چیز از جمله فناوری در این شهر دارد. شهری که با سرمایه‌گذاری‌های عظیم (که گاه به پول پاشی نزدیک می‌شود) توجه بسیاری از شرکت‌ها و نخبگان فناوری را جلب کرده و برای برخی حوزه‌های آن مانند هوش مصنوعی و متاورس و بلاکچین نقشه‌راه تدوین کرده تا سرآمد منطقه یا آنطور که خودشان ادعا می‌کنند دنیا شوند. این دسته از ایرانی‌ها این روزها به درستی می‌گویند ما چه نصیبی از این سرمایه‌ها و تغییرات خواهیم برد. فارغ از اینکه درصدی از آن نمایش و جلوه‌گری و بزرگ‌نمایی باشد باز چیزی که پا در زمین واقعیت دارد عددهایش به دلار خیلی خیلی بزرگ است و نباید به آنها بی‌تفاوت بود و میدان فناوری دبی را در بست به هندی‌ها و چینی‌ها و حتی ترک‌ها واگذار کرد!

من برای این دسته بیشترین احترام و توجه را قائلم. من هم فکر می‌کنم در کنار تمام زور زدن‌ها و دست‌وپایی که به حق برای سامان دادن به اکوسیستم فناوری داخل کشور می‌زنیم باید با یک حرکت درست اکوسیستمی برای سهم بردن از تغییراتی که دبی با سرمایه‌گذاری‌های خیلی بزرگ می‌خواهد در عرصه فناوری رقم بزند هوس و جاه‌طلبی داشته باشیم. حالا اینکه نتیجه این سرمایه‌گذاری‌ها و نمایش چقدر واقعی خواهد بود باید بیشتر مسئله دولتمردان دبی باشد تا اکوسیستم کسب و کاری داخل ایران!

ممنوعیت آیفون را باور کنیم یا الگوبرداری از جیتکس؟

عمیقاً باور دارم نه هم‌فکران پدرم و نه دسته دولتی‌ها که برای الگوبرداری و آموختن به دبی می‌روند (یکی نیست به این دسته بگوید الگوبرداری پیشکش، شما زحمت بکشید فقط واردات آیفون که یکی از گجت‌های مهم اکوسیستم‌های فناوری در هر جای دنیاست را آزاد کنید) و نه واسطه‌ها و دلال‌هایی که این روزها با اسم رمز فناوری و جیتکس می‌خواهند یک بار دیگر از بازار ملک و ثبت شرکت سود بیشتری کسب کنند، چیزی به اکوسیستم داخلی کشور اضافه نخواهند کرد. اما شاید بشود امیدوار بود آنها که به دلایل واضحی که همه از آن آگاهیم می‌خواهند یک زیست‌هیبرید کسب و کاری با محوریت بازار ایران داشته باشند که نیم‌نگاهی به بازار بین‌الملل هم در آن اهمیت دارد هم شانس زیادی در دبی و آوردگاه‌هایی مانند جیتکس خواهند داشت و هم آورده بیشتری برای اکوسیستم فناوری کشور. دسته‌ای که نمی‌خواهد تماماً از ایران و اکوسیستم فناوری آن دل بکند اما هنوز باور و رویا دارد که شاید بتواند کاری بزرگ‌تر از سقف آن چیزی

که در اکوسیستم داخلی نصیبش شده را پیش ببرد. تا چه شود...



که برای بازدید از نمایشگاه رفته باشید، یا حتی تصمیم به ماندن و رفتن گرفته باشید تحت قضاوت اطرافیان خواهید بود. شدت این قضاوت‌ها گاه به حدی می‌رسد که اصلاً پادتان می‌رود علت اصلی تصمیمی که گرفتید چه بوده است. مثل بسیاری از مدیران عاملی که بعد از چند ماه می‌فهمند که به جای حرکت در راستای اهداف و چشم‌اندازهای شرکت، به جای کار واقعی کردن، دارند حواشی را کنترل می‌کنند و راه‌های گسترش شایعات و اخباری را می‌گیرند که ممکن است منجر به بروز سوتفاهم و قضاوت‌های غلط باشد. و ما از این یادداشت نتیجه می‌گیریم که...

اگر از من بپرسید دستاورد بازدید از جیتکس ۲۰۲۳ چه بوده، می‌گویم «اینکه فهمیدم ما ایرانی‌ها کار نمی‌کنیم» ما همه، کار واقعی کردن یادمان رفته است. ما دیگر آدم‌های معمولی نیستیم و متاسفانه این مسئله لزوماً به جغرافیای جایی که زندگی می‌کنیم هم ارتباطی ندارد. انگار یک تغییر ژنتیکی در وجود همه‌مان رخ داده و نتیجه‌اش شده اینکه ما نتوانیم یا بنا بر مصلحت در راستای حفظ بقا نخواهیم آنچه را که می‌دانیم درست است انجام دهیم. برای همین، وقتی گذارمان به جایی مثل بزرگ‌ترین نمایشگاه ارائه دستاوردهای فناوری دنیا می‌افتد، حتی می‌ترسیم به جای جیتکس، کلمه درست‌تر «جایتکس» را استفاده کنیم. شاید برای همین ژن پیشرفته غیرعادی بودن باشد که حتی وقتی در میهمانی‌ها و دورهمی‌های ایرانی‌ها در دبی شرکت می‌کنید غذاها هم یک مزه ثابت می‌دهند.



میثم سلیمانی
سردبیر کارنگ و راه پرداخت

آینده رابطه بانک‌ها و فین‌تک‌ها چگونه رقم خواهد خورد؟

موضوع فین‌تک یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های امسال جیتکس و اکسپند نورث استار بود و نکته جالب توجه این بود که به‌مانند اتفاقی که در سایر روندهای فناوری در این دوره از جیتکس رخ داده بود، در فین‌تک نیز موضوع کاربردپذیری نقش اول را بازی می‌کرد. در بین شرکت‌های فین‌تکی شما بیش از هر چیز راهکار مشاهده می‌کردید. حتی شرکت‌های کوچک پرداختی که در این رویداد شرکت کرده بودند نیز اصلی‌ترین مؤلفه‌ها و قابلیت خود را روی ایزاری شاید دم‌دستی و آن هم ارتباط جهانی در شبکه پرداخت قرار داده بودند و روی آن مانور می‌دادند؛ مؤلفه‌ای که هم‌اکنون برای شرکت‌های ایرانی در دسترس نیست.

در بخش فین‌تک و همین‌طور پتل‌ها و بررسی‌هایی که در جیتکس و اکسپند نورث استار ۲۰۲۳ صورت گرفت، اصلی‌ترین روندهای این حوزه به چند بخش تقسیم می‌شدند که به ترتیب در ادامه در خصوص آنها صحبت می‌کنیم. شاید یکی از عمده‌ترین موضوعاتی که در جیتکس امسال و

همچنین فین‌تک سرچ موردبررسی قرار گرفت، موضوع استفاده از هوش مصنوعی در فین‌تک بود. واقعیت آن است که هوش مصنوعی به‌تنهایی قابلیت اینکه تبدیل به یک صنعت شود را ندارد؛ بلکه هوش مصنوعی می‌تواند به کاربردپذیری صنایع دیگر کمک کند و یکی از اصلی‌ترین موضوعاتی که زیر پوست جیتکس جریان داشت، کاربرد هوش مصنوعی در فین‌تک و همچنین استراتژی‌های سرمایه‌گذاری روی هوش مصنوعی در فین‌تک بود.

احمد الزارونی، معاون و رئیس بخش فناوری اطلاعات شرکت سرمایه‌گذاری دبی در یکی از نشست‌های فین‌تک سرچ بیان کرد: «آخرین به‌روزرسانی‌های هوش مصنوعی مولد می‌تواند لحن صدا، متن و احساسات انسان‌ها را تشخیص دهد. من قبلاً نظیر این را ندیده بودم. هوش مصنوعی مولد یک ارزش افزوده بزرگ برای بخش بانکی خواهد بود. زیرا می‌تواند مشکلات را شناسایی کند و دقت ارائه خدمات پیشرفته را به مشتریان بهبود بخشد.»

بسیاری بر این باور هستند که هوش مصنوعی مولد می‌تواند رویکرد بانک‌ها و هم‌فین‌تک‌ها را تغییر دهد و این موضوع با توجه به علاقه مشتریان به شخصی‌سازی سرویس‌ها می‌تواند خود تبدیل به کاتالیزوری بزرگ در صنعت بانکی جهان شود و این کار با هوش مصنوعی قابلیت انجام دارد.

نکته دیگری که در بحث آینده فین‌تک‌ها بسیار مطرح است، موضوع چندوجهی شدن محصولاتی است که در این حوزه فعالیت می‌کنند. فین‌تک‌ها اگر قصد دارند به حیات خود ادامه دهند نیازمند آن هستند تا از پیله خود خارج شوند و بر مبنای نیاز مشتریان خود سرویس‌های متنوع ارائه دهند. در این نقطه است که قطعاً فین‌تک‌ها می‌توانند پس از موج اولیه‌ای که به راه انداختن برای خود یک نوع وجه تمایز با سرویس‌های سنتی ایجاد کنند.

واقعیت آن است که صنایع مالی به شدت در حال تغییر هستند و فین‌تک‌ها نیازمند آن هستند تا فضای خود را تغییر دهند و اگر می‌خواهند با مشتریان بزرگ‌تر همراه شوند باید بر مبنای فرهنگ‌سازمانی هر یک از آنها راهکار ارائه دهند.

نکته دیگری که در این رویداد در خصوص فین‌تک‌ها مطرح بود که به نظر می‌رسد می‌تواند آینده آنها را تحت تأثیر قرار دهد، ارتباط سازنده میان فین‌تک‌ها و بانک‌هاست. در نشست‌های متعددی در فین‌تک سرچ و همچنین جیتکس این موضوع به شدت نمایان بود. فین‌تک‌ها برای رشد خود به شدت نیازمند آن هستند که مشارکت جدی‌تری با بانک‌ها داشته باشند و از طرف بانک نیز فین‌تک‌ها می‌توانند دسترسی افراد به منابع گسترده بانک را افزایش دهند. در حال حاضر اهمیت بانک‌ها در دنیای امروز بیش از گذشته شده چرا که منابع بسیار زیادی در دسترس بانک‌ها قرار دارد و راهکاری که فین‌تک‌ها پیش روی آنها قرار می‌دهند، می‌تواند این منابع را به شکل بهینه به گردش درآورد.

نکته دیگری که در نشست‌های جیتکس مطرح شد، موضوع کاهش هزینه‌های انتقال پول بود. در حال حاضر رمیتنس‌ها انتقال پول را به خوبی انجام می‌دهند اما کارمزد آنها بسیار بالاست. راهکاری که در این رویداد مطرح شد استفاده از استیبل کوین‌ها در نقل و انتقال پول بود؛ چرا که استفاده از استیبل کوین‌ها می‌تواند کارمزد نقل و انتقال پول را به شدت کاهش دهد و گامی جدی برای آینده انتقال وجه بین‌المللی بردارد. نکته آخر اینکه در حال حاضر به نظر می‌رسد بسیاری از شرکت‌ها و نهادهای مالی به این باور رسیده‌اند که نقش بانک‌ها از واسطه‌گری تغییر کرده و در حال تبدیل شدن به بازیگران جدی بازارهای مالی هستند؛ بنابراین دیگر نمی‌توان نقش بانک‌ها را در عرصه جهانی به‌مانند گذشته دید و به نظر می‌رسد فین‌تک‌ها می‌توانند به موتور محرک بانک‌ها برای توسعه و نوآوری بدل شوند



همراهکنش



ASAEETARAHOONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



عمر تراکتس

گزارش

۴۱

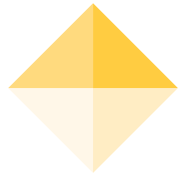
آبان ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و پنجم



نیلوفر نادری

مصرف تراکتس



۴۲

ASAE@TRAHONESH.IR

ماهانامه اختصاصی مدیران فناوری های مالی ایران



بررسی وضعیت و مزیت های توسعه سوپراپلیکیشن ها در دنیا و ایران

جهانی درگوشی

مصرف کنندگان امروزی برای پرداخت هزینه ها و مدیریت زندگی شان آماده استفاده از راه های جدید و نوآورانه هستند. در حال حاضر مصرف کنندگان برای انجام امور مالی و غیرمالی خود باید با مخلوطی چندپاره از پلتفرم ها، اپ ها، وبسایت ها و سایر کانال ها روبه رو شوند، اما سوپراپلیکیشن ها آمده اند تا این وضعیت را به کلی تغییر دهند. مصرف کنندگان در سراسر جهان، به ویژه به واسطه راحتی و امنیتی که سوپراپلیکیشن ها فراهم می کنند، به آنها گرایش پیدا کرده اند. ایجاد حس اعتماد، امنیت و حریم خصوصی در کنار ارائه خدمات مختلف، در ایجاد تمایل مصرف کنندگان به انتخاب و پذیرش سوپراپلیکیشن های جدید نقشی اساسی دارد. نیمی از افراد نسل هزاره راحت طلب و یک سوم شان در جست و جوی رفاه مالی هستند و پیش بینی می شود که این گروه تأثیرگذار در ایجاد تقاضا برای سوپراپلیکیشن ها در آینده نقش بسزایی داشته باشد. در حالی که مصرف کنندگان مدام اشتیاق بیشتری به ایده یک اپ برای همه کارها نشان می دهند، بار مسئولیت بر عهده ارائه دهندگان است تا علاوه بر توسعه تجربه های امن، آسان و بی دردسر مورد نظر مصرف کنندگان، به بسیاری از افراد مردد این انگیزه را بدهند که خودشان را از توده های از اپ های مستقل رها کنند و به سمت استفاده از یک اپلیکیشن برای تمامی امورشان بروند. وقتی به تاریخچه و خاستگاه شکل گیری سوپراپلیکیشن ها نگاهی می اندازیم، متوجه شرقی بودن اولین و پرمخاطب ترین آنها می شویم. برای مثال وی چت با ۱٫۲۶ میلیارد کاربر پرمخاطب ترین سوپراپلیکیشن دنیا به حساب می آید. در ایران نیز طی سال های اخیر شاهد رشد سوپراپلیکیشن های مختلفی بوده ایم که سعی دارند تجربه افراد را در استفاده از خدمات تغییر دهند. بررسی روند رشد سوپراپلیکیشن ها در ایران و جهان حاکی از افزایش استقبال مردم از آنهاست و برخی بر این باورند که در آینده نه چندان دور، سوپراپلیکیشن ها که خالق تجربه کاربری دلنشین تری هستند، جای اپلیکیشن های عادی را می گیرند. در این مطلب پس از مروری که بر گزارش مشترک پی پال و پیمنتس درباره سوپراپلیکیشن ها داشتیم، در گفت و گو با عاطفه فتحی، معاون توسعه کسب و کار شرکت سیمرغ تجارت؛ آرمان فرج زاده، مدیر ارشد اجرایی شرکت آپ و میثم ملاشریفی، معاون بازاریابی تیم مرکزی گروه اسنپ به فلسفه وجودی شکل گیری سوپراپلیکیشن ها و مزیت های استفاده از آنها پرداختیم.



◀ نگرانی‌هایی که مانع پذیرش سوپراپ‌ها می‌شوند

پی‌پال و بیمتس در گزارش مشترکی که در ژوئیه ۲۰۲۲ نوشته‌اند، از حرکت به سمت سوپراپلیکیشن‌ها و افزایش تقاضای مردم برای تجربه‌های پرداخت یکپارچه و فراگیر شدن ایده سوپراپلیکیشن برای مدیریت زندگی مدرن صحبت می‌کنند. این گزارش بر اساس نظرسنجی از ۹/۹۰۴ مصرف‌کننده در استرالیا، آلمان، بریتانیا و ایالات متحده در فاصله ۱۱ تا ۳۱ ژانویه تهیه شده و در آن از مصرف‌کنندگان پرسش‌هایی درباره ترجیح‌ها و نگرانی‌هایشان در خصوص استفاده از سوپراپلیکیشن‌ها به‌عنوان ابزاری برای مدیریت خرید، بانکداری و فعالیت‌های روزمره پرسیده شده است. در این گزارش این طور آمده که هرچند بیشتر مصرف‌کنندگان به سوپراپلیکیشن‌ها علاقه نشان می‌دهند و از مزایای استفاده از آنها مطلع هستند، اما احساسی دارند که مانع پذیرش صددرصدی سوپراپلیکیشن‌ها توسط آنها می‌شود و تقریباً نیمی از شرکت‌کنندگان مطمئن نیستند که آیا استفاده از سوپراپلیکیشن‌ها به ریسک افشای اطلاعات شخصی‌شان می‌آورد یا خیر؟

نتایج بررسی‌های این پژوهش نشان می‌دهد که هرچه میزان علاقه افراد به یک سوپراپلیکیشن بیشتر شود، آسودگی خاطر آنها به افشاشدن اطلاعات‌شان توسط آن نرم‌افزار نیز بیشتر می‌شود. در واقع ۷۰ درصد از شرکت‌کنندگان در این نظرسنجی، معتقد بودند که منافع ناشی از استفاده از سوپراپلیکیشن‌ها به ریسک افشای اطلاعات شخصی‌شان می‌آورد، در حالی که در بین افراد کمتر علاقه‌مند به سوپراپلیکیشن‌ها تنها یک‌پنجم معتقد بودند که منافع آنها به ریسکشان می‌آورد. در این پژوهش ۴۵ درصد از مصرف‌کنندگان در صورت استفاده از سوپراپلیکیشن‌ها «بسیار نگران» حک شدند بودند و ۳۸ درصد نگرانی‌هایی در این مورد داشتند که برای دسترسی به قابلیت‌های سوپراپلیکیشن باید چه مقدار داده به اشتراک بگذارند.

در واقع این طور می‌توان ادعا کرد که این نگرانی تقریباً همگانی است و درصد مصرف‌کنندگان آلمانی که این نگرانی را ابراز داشتند پنج درصد بیشتر از سایر گروه‌ها بود (خوب است اشاره کنیم که مصرف‌کنندگان در آلمان در مجموع بیش از همه نسبت به سوپراپلیکیشن‌ها بدبین هستند؛ داده‌های این گزارش نشان می‌دهد که فقط یک‌چهارم مصرف‌کنندگان آلمانی معتقدند استفاده از سوپراپلیکیشن‌ها به ریسک افشای اطلاعات شخصی‌شان می‌آورد).

مصرف‌کنندگانی که بیشترین علاقه را به استفاده از سوپراپلیکیشن‌ها دارند بیش از دیگران در مورد برآورده‌نشدن انتظارات‌شان ابراز نگرانی می‌کنند. درصد افراد «زیاد» یا «خیلی زیاد» علاقه‌مندی که نگران احتمال ارائه خدمات سطح پایین‌تر از سوی سوپراپلیکیشن هستند، ۱۰ درصد بیشتر از گروه «کم» یا «تا حدودی» علاقه‌مند است. درصد مصرف‌کنندگان بسیار علاقه‌مندی که نگران این مسئله هستند که اپ دسترسی به همه قابلیت‌های مورد نظرشان را برای آنها فراهم نکند، شش درصد بیشتر از مصرف‌کنندگان کمتر علاقه‌مند است.

۷۰ درصد شرکت‌کنندگان «بسیار علاقه‌مند به سوپراپلیکیشن‌ها» معتقد بودند منافع ناشی از استفاده از سوپراپلیکیشن‌ها به ریسک افشای اطلاعات شخصی می‌آورد.

طبق یافته‌های پژوهشگران اعتماد مرهم بالقوه‌ای برای نگرانی‌های مصرف‌کنندگان نسبت به امنیت است؛ در واقع منظور اعتماد به سازمان‌هایی است که سوپراپلیکیشن ارائه می‌دهند. از آنجایی که با متمرکز شدن بسیاری از کارها با سوپراپلیکیشن، در واقع

جدول ۱: نگرانی‌های ویژه سوپراپلیکیشن‌ها

درصد مصرف‌کنندگان «بسیار نگران» درباره دغدغه‌های استفاده از سوپراپلیکیشن‌ها



منبع: Pymnts.com و پی‌پال

N = ۷,۳۰۴; شرکت‌کنندگان علاقه‌مند به داشتن یک اپ با وبسایت آنلاین واحد

مصرف‌کنندگان کلیدهای دسترسی‌شان به اقتصاد به‌هم‌پیوسته را به‌سازمانی خارجی می‌دهند، اعتماد و اعتبار در ایجاد اطمینانی که مصرف‌کنندگان باید داشته باشند تا به یک سوپراپلیکیشن کاملاً متعهد شوند، حیاتی هستند.

در سطح جهانی، بانک‌ها طبقه‌ای از نهادها هستند که مصرف‌کنندگان بیشترین اعتماد را به آنها دارند. در این پژوهش ۵۳ درصد شرکت‌کنندگان به بانک‌ها در ارائه سوپراپلیکیشن اعتماد داشتند و ۳۰ درصد از شرکت‌کنندگان یک بانک خاص را به‌عنوان مورد اعتمادترین ارائه‌دهنده‌شان معرفی کردند. مصرف‌کنندگان بعد از بانک‌ها بلافاصله به سراغ شرکت‌های تجارت الکترونیک، شرکت‌های بزرگ فناوری یا شرکت‌های شبکه کارت نمی‌روند، بلکه پی‌پال را به‌عنوان مورد اعتمادترین معرفی می‌کنند. در این پژوهش ۴۳ درصد از شرکت‌کنندگان گفته‌اند به پی‌پال به‌عنوان ارائه‌دهنده سوپراپلیکیشن اعتماد می‌کنند و ۱۷ درصد شرکت‌کنندگان از این شرکت به‌عنوان مورد اعتمادترین نهاد در بین همه نهادها برای ارائه سوپراپلیکیشن نام بردند.

اعتماد به پی‌پال به‌ویژه در آلمان زیاد است؛ چراکه ۱۶ درصد آلمانی‌ها از پی‌پال به‌عنوان مورد اعتمادترین ارائه‌دهنده سوپراپلیکیشن نام می‌برند. استرالیایی‌ها بیش از سایر کشورها به بانک‌ها اعتماد دارند؛ ۳۷ درصد از آنها یک بانک را به‌عنوان مورد اعتمادترین ارائه‌دهنده معرفی کردند. هیچ‌کدام از کشورهای مورد مطالعه دولتی ندارند که مصرف‌کنندگان در ارائه سوپراپلیکیشن به آن اعتماد داشته باشند؛ در بین این کشورها بیشترین درصد اعتماد مصرف‌کنندگان به دولت‌شان در این زمینه دو درصد بود.

این پژوهش نشان می‌دهد که اعتبار کلی یک نهاد و اطمینانی که مصرف‌کنندگان به امنیت داده‌هایشان نزد ارائه‌دهنده دارند، تأثیرگذارترین عوامل بر اعتمادشان هستند. در سطح جهان، حدود ۶۰ درصد شرکت‌کنندگان از اعتبار کلی یا اطمینان در زمینه امنیت به‌عنوان مهم‌ترین ویژگی در ایجاد اعتماد نام بردند.

بعد از اعتبار و اطمینان در زمینه امنیت، توانایی سازمان در کاهش هزینه‌ها و ارائه دسترسی یکپارچه به طیفی از کالاها و خدمات مهم‌ترین عوامل در دستیابی به اعتماد هستند. شرکت‌کنندگانی که بیش از همه به بانک‌ها و دولت فدرال در ارائه سوپراپلیکیشن اعتماد دارند، بیش از همه به اعتبار ارائه‌دهنده بالقوه سوپراپلیکیشن در زمینه امنیت داده اهمیت می‌دهند.

این پژوهش نشان می‌دهد که اعتبار کلی یک نهاد و اطمینانی

ممبر تراکس

گزارش

۴۳

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و پنجم

جدول ۲: اعتماد به ارائه‌دهنده سوپرپ در کشورهای مختلف

درصد مصرف‌کنندگانی که به ارائه‌دهندگان سوپرپ اعتماد دارند برحسب کشور

کشور	ایالات متحده	بریتانیا	آلمان	استرالیا
بانک	۳۲ درصد	۲۳ درصد	۲۹ درصد	۳۷ درصد
پی‌پال	۱۳ درصد	۳۴ درصد	۱۶ درصد	۲۰ درصد
شرکت تجارت الکترونیک	۱۶ درصد	۸ درصد	۱۱ درصد	۶ درصد
شرکت بزرگ فناوری	۱۴ درصد	۱۱ درصد	۱۲ درصد	۱۳ درصد
سایر	۱۳ درصد	۱۱ درصد	۱۳ درصد	۱۲ درصد
شبکه کارت	۱۰ درصد	۱۰ درصد	۱۴ درصد	۸ درصد
دولت	۱ درصد	۲ درصد	۱ درصد	۲ درصد

منبع: Pymnts.com و پی‌پال

N = ۷,۳۰۴: شرکت‌کنندگان علاقه‌مند به داشتن یک اپ یا وب‌سایت آنلاین واحد ۳۰ درصد از شرکت‌کنندگان اعلام کردند که بیش از همه به یک بانک برای ارائه سوپرپ اعتماد دارند.

که مصرف‌کنندگان به امنیت داده‌هایشان نزد ارائه‌دهنده دارند، تأثیرگذارترین عوامل بر اعتمادشان هستند. در سطح جهان، حدود ۶۰ درصد شرکت‌کنندگان از اعتبار کلی یا اطمینان در زمینه امنیت به‌عنوان مهم‌ترین ویژگی در ایجاد اعتماد نام بردند.

بعد از اعتبار و اطمینان در زمینه امنیت، توانایی سازمان در کاهش هزینه‌ها و ارائه دسترسی یکپارچه به طیفی از کالاها و خدمات مهم‌ترین عوامل در دستیابی به اعتماد هستند. شرکت‌کنندگانی که بیش از همه به بانک‌ها و دولت فدرال در ارائه سوپرپ اعتماد دارند، بیش از همه به اعتبار ارائه‌دهنده بالقوه سوپرپ در زمینه امنیت داده اهمیت می‌دهند.

آینده پرداخت‌های سوپرپ

مصرف‌کنندگانی که برای تلفیق سوپرپلیکیشن با زندگی روزمره‌شان آماده‌اند، ممکن است این کار را از بازارها یا مراکز شهر شروع کنند. در همه دموگرافیک‌ها بیشترین استفاده‌های مد نظر افراد برای سوپرپلیکیشن جهت خریدهای مرتبط با خواربار، رستوران و سرگرمی است. در این پژوهش آمده است که این سه هم در میان مصرف‌کنندگان با علاقه زیاد به سوپرپلیکیشن و هم در میان مصرف‌کنندگان با علاقه میانه‌تر عملکرد بسیار خوبی دارند. بیشتر افراد بسیار علاقه‌مند به سوپرپلیکیشن‌ها از سوپرپلیکیشن در همه جنبه‌های زندگی‌شان استفاده می‌کنند، در حالی که خرید خواربار، خرید در رستوران و سرگرمی تنها سه جنبه‌ای از زندگی هستند که بیش از ۴۸ درصد افراد کمتر علاقه‌مند به سوپرپلیکیشن حاضرند از سوپرپلیکیشن برای آنها استفاده کنند.

این پژوهش نشان می‌دهد که برخی پرسوناها همبستگی زیادی با نوع نگاه مصرف‌کنندگان به تلفیق سوپرپلیکیشن با زندگی روزمره دارند. مشاهده شده که ۹۵ درصد افراد راحت‌طلب و ۴۹ درصد افراد در جست‌وجوی رفاه مالی حاضرند داده‌های مالی‌شان را با سوپرپلیکیشن یکپارچه کنند. علاوه بر این ۹۷ درصد راحت‌طلب‌ها علاقه‌مندند از طریق سوپرپلیکیشن ارتباطات دیجیتال ایجاد کنند تا پول پرداخت و دریافت کنند. حدود ۵۳ درصد از افراد در جست‌وجوی رفاه مالی نیز همین کار را می‌کنند. در مقایسه منطقه‌ای، مصرف‌کنندگان در ایالات متحده بیش از همه به تلفیق سوپرپلیکیشن با بخش‌های گوناگون زندگی تمایل دارند.

جدول ۳: محرک‌های اعتماد مصرف‌کنندگان به ارائه‌دهندگان سوپرپ

درصد مصرف‌کنندگانی که عوامل منتخب را بر اعتماد تأثیرگذار می‌دانند



- بیش از همه برای ارائه سوپرپ مورد اعتماد است
- مورد اعتماد است، اما بیش از همه برای ارائه سوپرپ مورد اعتماد

منبع: Pymnts.com و پی‌پال

N = ۷,۳۰۴: شرکت‌کنندگان علاقه‌مند به داشتن یک اپ یا وب‌سایت آنلاین واحد

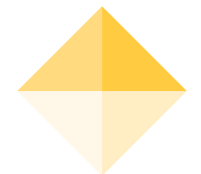
جدول ۴: بخش‌هایی از زندگی که مصرف‌کنندگان حاضرند سوپرپلیکیشن را با آن تلفیق کنند

درصد مصرف‌کنندگانی که حاضرند سوپرپلیکیشن را با جنبه‌های مختلفی از زندگی‌شان تلفیق کنند



منبع: Pymnts.com و پی‌پال

N = ۷,۳۰۴: شرکت‌کنندگان علاقه‌مند به داشتن یک اپ یا وب‌سایت آنلاین واحد ۹۷ درصد راحت‌طلب‌ها علاقه‌مندند از طریق سوپرپلیکیشن ارتباطات دیجیتال ایجاد کنند تا پول پرداخت و دریافت کنند.



عدم ضرورت تبدیل شدن همه اپلیکیشن‌ها به سوپراپلیکیشن

سپس در گفت‌وگویی که با فعالان این حوزه در کشور داشتیم، به وضعیت سوپراپلیکیشن‌ها در کشور و چالش‌هایی که دارند، پرداختند. به عقیده عاطفه فتحی، معاون توسعه کسب‌وکار سیمرغ تجارت، سوپراپلیکیشن یا به زبان فارسی نرم‌افزار جامع، به اپلیکیشنی گفته می‌شود که مانند یک چتر چندین خدمت را به صورت همزمان ارائه می‌دهد. به بیان دیگر سوپراپلیکیشن‌ها ارائه‌دهنده All In One Solution هستند. تعاریف استاندارد در این حوزه شامل اپلیکیشن‌هایی می‌شود که شامل گروه‌های مختلفی از خدمات مانند پیام‌رسان، فروشگاه، بازی و سرگرمی، خدمات مالی و امثالهم هستند و نیازهای روزمره کاربران خود را پوشش می‌دهند. با توجه به این تعریف اپلیکیشنی که در یک حوزه خاص، برای مثال صرفاً بانکی و مالی، خدمات متنوعی ارائه می‌دهد، یک سوپراپلیکیشن به حساب نمی‌آید. او درباره تاریخچه شکل‌گیری سوپراپلیکیشن‌ها در جهان می‌گوید: «در سال‌های اخیر، بسیاری از اپلیکیشن‌ها به سمت سوپراپلیکیشن شدن تغییر مسیر داده‌اند که بیانگر اهمیت وجود اپلیکیشن‌های جامع است. شروع این مسیر از کشورهای شرقی و با اپلیکیشن وی‌چت بوده که در سال ۲۰۱۸، یعنی هفت سال بعد از راه‌اندازی‌اش توانست به رکورد ۱٫۲ میلیارد کاربر فعال ماهیانه دست یابد. در ایران هم کم‌کم جای خالی سوپراپلیکیشن‌ها با نرم‌افزارهایی مانند آپ، تاپ، اسنپ، روبیکا و... پر شد. با توجه به اینکه بسیاری از خدمات پرداختی و سرویس‌ها به احراز هویت نیاز دارند، کاربران مایل‌اند تا با یک بار احراز هویت شدن و نصب یک اپلیکیشن، از سرویس‌های بیشتری استفاده کنند.»

او به نقل از گزارش گروه اسنپ در سال ۱۴۰۱، تعداد کل کاربران این سوپراپلیکیشن در سال ۱۴۰۱ را ۶۲ میلیون نفر اعلام کرده که چیزی نزدیک به ۷۲ درصد جمعیت کل کشور است. همچنین تعداد کاربران آن نسبت به سال قبل ۱۹٫۶ درصد رشد داشته است. علاوه بر این، او به نقل از گزارش کافه‌بازار در همین سال می‌گوید که تعداد برنامه‌های جدید منتشرشده در دسته امور مالی در سال ۱۴۰۱ کاهش یافته است. او در این باره توضیح می‌دهد: «این مسئله نشان‌دهنده این موضوع است که رقابت در دسته مالی بین بازیگران حاضر در بازار به صورت انحصاری درآمده و ورود به این صنعت و رقابت برای برنامه‌های جدید در این حوزه مشکل است و تعداد بازیگران جدید با گذشت زمان روند کاهشی داشته است. تعداد برنامه‌های نصب‌شده در دسته مالی در افراد طی یک سال گذشته روندی روبه‌کاهش داشته و افراد از استفاده از سه اپلیکیشن مالی به ۱٫۷۵ اپلیکیشن مالی تغییر عادت داده‌اند. این مسئله می‌تواند نشان‌دهنده استفاده کاربران از یک اپلیکیشن به جای چند اپلیکیشن یا استفاده از سوپراپلیکیشن‌ها در امور مالی باشد. عدد میانگین ۱٫۷۵ اپلیکیشن روی هر دستگاه می‌تواند نشان‌دهنده ترجیح کاربران برای استفاده از تعداد کمتری از اپلیکیشن‌ها باشد. این نتیجه را می‌توان به اپلیکیشن‌ها در سایر حوزه‌ها تسری داد؛ به گونه‌ای که علاوه بر اپلیکیشن‌های مالی، سایر نیازهای خود را به صورت یکپارچه از طریق یک اپلیکیشن مرتفع کنند. همچنین طبق آخرین آمار کافه‌بازار تعداد نصب اپلیکیشن آپ ۳۰ میلیون، تعداد نصب اپلیکیشن تاپ پنج میلیون و تعداد نصب اپلیکیشن دیجی‌پی دو میلیون است که این امر نشان‌دهنده استقبال مردم از سوپراپلیکیشن‌هاست.»

فتحی با اشاره به اهمیت توسعه سوپراپلیکیشن‌ها می‌گوید: «پاسخ به این سؤال را که چرا توسعه سوپراپلیکیشن‌ها و تبدیل اپلیکیشن‌ها به سوپراپلیکیشن مهم است، باید از دو جهت بررسی کرد؛ از دید کاربر و از دید کسب‌وکار. از دید کسب‌وکارها لزومی به سوپراپلیکیشن شدن وجود ندارد! اتخاذ این تصمیم و پایبندی به آن بستگی به مزیت رقابتی و چشم‌انداز شرکت دارد؛ ممکن است کسب‌وکاری انتخاب کند که در یک حوزه به صورت تخصصی فعالیت کند و تمامی منابع

خود را در راستای توسعه عمودی سرویس‌های خود استفاده کند، حتی ممکن است در آینده تصمیم خود را تغییر دهد. این در حالی است که پس از مدتی کسب‌وکاری با توجه به تعداد کاربران و تعاملی که با مشتری ایجاد کرده و همچنین سایر پتانسیل‌ها تصمیم بگیرد که به توسعه افقی سرویس‌های خود بپردازد. در نهایت سوپراپلیکیشن شدن یک التزام برای همه اپ‌ها نیست. گاهی مزیت رقابتی یک اپلیکیشن فناوری جدید آن است و نیازی نیست برای همه‌گیر شدن مسیر سوپراپلیکیشن شدن را پیش بگیرد و وارد اقیانوس قرمز شود. اگر کسب‌وکاری به درستی مسیر سوپراپلیکیشن شدن را انتخاب کند، از مزایایی نیز بهره‌مند خواهد شد که از جمله آنها می‌توان به افزایش اینگیجمنت مشتری به دلیل یکپارچگی خدمات و از طرفی کمک به افزایش یوزربیس متأثر از اثر شبکه‌ای (network effect)، توسعه کسب‌وکار به واسطه ایجاد پتانسیل برای Up Sell و Cross Sell، هم‌افزایی بین سرویس‌های مختلف، هم‌افزایی طرح‌های امتیازدهی مشتری و پروموشنال، دیتای یکپارچه و استفاده از آن در تحلیل کسب‌وکار خود و بازطراحی و طراحی محصولات و خدمات جدید، صرفه‌جویی در هزینه‌های شکل‌گیری و توسعه، موفقیت بیشتر در بازار بابت تبلیغات و سهولت در انتشار نسخه‌های جدید اشاره کرد. او توضیح می‌دهد که از دید کاربر، همه‌چیز به تجربه کاربری وابسته است و در حال حاضر رقابت بر سر تجربه کاربری است. حضور سوپراپلیکیشن‌ها به کاربر کمک می‌کند که نیازی به جابه‌جایی بین اپلیکیشن‌ها نداشته باشد و با در نظر گرفتن امکان پرداخت خودکار یا استفاده از اعتبار ماهانه، به پرداخت‌های مکرر نیاز نداشته باشد. در واقع مراحل خارج شدن از اپلیکیشن و پیدا کردن آیکون دیگر و وارد شدن (بسیاری از اوقات با پاسورد) و انتظار برای بارگذاری اپلیکیشن، با استفاده از سوپراپلیکیشن‌ها، حذف شده است. به‌طور کلی با استفاده از سوپراپلیکیشن‌ها، تجربه‌ای راحت، یکپارچه و همه‌جانبه در انتظار کاربر است.

معاون توسعه کسب‌وکار سیمرغ تجارت درباره آینده استقبال از سوپراپلیکیشن‌ها می‌گوید: «دلیل استقبال کاربران از سوپراپلیکیشن‌ها دسترسی سریع، یکپارچه‌سازی، یک دانلود و چند اپلیکیشن است و از طرفی برای تولیدکنندگان نرم‌افزارها هم مزایایی دارند. این دلایل پروسه تولید سوپراپلیکیشن‌ها را به معادله‌ای دوسر برد تبدیل کرده و باعث می‌شود اپلیکیشن‌های زیادی تمایل داشته باشند که به سوپراپلیکیشن تبدیل شوند. از طرفی نرخ دانلود تمام اپلیکیشن‌های ایرانی نیز بعد از تبدیل شدن به سوپراپلیکیشن بالاتر رفته و شاهد رشد نرخ مشارکت کاربران با آنها هستیم. با تمام مزیت‌هایی که به آنها اشاره شد، این تصمیم که آیا یک اپلیکیشن باید به یک سوپراپلیکیشن تبدیل شود یا خیر، به پارامترهای بسیاری بستگی دارد که چشم‌انداز کسب‌وکار، مزیت رقابتی و پایداری آن، سطح رقابت در محصولات و کسب‌وکارهای هم‌ردیف از آن جمله‌اند و تجویز نسخه‌ای واحد برای اپلیکیشن‌های موجود یا در حال توسعه بی‌معنی است.»

او به نقش طراحی محصول درست اشاره می‌کند و در این باره می‌گوید: «با فرض اینکه مسیر درست برای یک اپلیکیشن این باشد که به سمت سوپراپلیکیشن شدن حرکت کند، از مهم‌ترین اقدامات در راستای تسهیل این مسیر، طراحی محصول به گونه‌ای است که استفاده از آن برای عموم کاربران راحت و بی‌چالش باشد. همچنین بازنگری قانون‌گذاری در این حوزه از مواردی است که باید به آن توجه داشت؛ به گونه‌ای که هر یکپارچه‌سازی سرویس‌های مختلف که هر یک ممکن است قانون‌گذاری‌های متفاوتی داشته باشند، شاید برای توسعه‌دهنده و مالک کسب‌وکار چالش‌هایی را ایجاد کند. همچنین قانون‌گذاری‌ها باید در راستای

عاطفه فتحی، معاون توسعه کسب‌وکار سیمرغ تجارت

ممبر تراکتس

گزارش

۴۵

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و پنجم



شکست انحصار و قرار گرفتن یکسری سرویس‌ها در اختیار معدود شرکت‌ها باشد.»

فتی در ادامه توضیح می‌دهد که همکاری تمام بازیگران در اکوسیستم کمک قابل توجهی به این مسیر می‌کند. برای مثال بانک در جهت ارائه خدمات نوین بانکی همانند برداشت مستقیم می‌تواند تجربه کاربری استفاده از سوپر اپلیکیشن‌ها را برای کاربر بهینه کند تا کاربر بتواند از تمام خدمات به راحتی استفاده کرده یا با همکاری شرکت‌های ارائه‌دهنده اعتبار می‌توان اعتبار ماهیانه‌ای برای کاربران تعریف کرد تا کاربر پرداخت‌های خود را با اعتبار خود پرداخت کرده و در انتهای ماه اعتبار دریافتی را تسویه کند. فتی بر این باور است که فعالیت سوپر اپلیکیشن‌ها با چالش‌هایی نیز مواجه است که خاص جغرافیای ایران هم نیست و بیان می‌کند: «یکی از چالش‌های پیش روی سوپر اپلیکیشن‌ها می‌تواند تعدد سرویس‌ها و عدم راحتی کاربر در استفاده از آنها باشد. در واقع اپلیکیشن‌های تک‌کاربردی کاربری ساده‌تر و کاربر پسندتری دارند و سوپر اپلیکیشن‌ها برای کاربران گاه پیچیده و گیج‌کننده هستند، البته این معضل با به‌کارگیری روش‌های مختلف طراحی می‌تواند مرتفع شود. همچنین با موضوع امنیت اطلاعات نیز مواجهیم؛ با توجه به حجم و گستردگی دیتاهای موجود نزد سوپر اپلیکیشن‌ها در حوزه‌های مختلف، خوراک خوبی برای هکرها فراهم شده که باید از قبل به این موضوع فکر کرد و داده‌ها را از احتمال‌های این چنینی در امان نگه داشت. یکی دیگر از چالش‌های موجود به این برمی‌گردد که برخی سوپر اپلیکیشن‌ها اطلاعات مورد نیازشان را از متولی‌های مختلف می‌گیرند و یکپارچه کردن این اطلاعات و ارائه بدون تأخیر آنها وظیفه تولیدکنندگان اپلیکیشن‌هاست. همچنین می‌توان به انحصاری بودن یکسری سرویس‌ها نیز اشاره کرد که باعث ناقص شدن پرتفوی یکسری اپلیکیشن‌ها می‌شود.»

سوپر اپلیکیشن‌ها با مسئله آسیب‌پذیری شهرت‌شان نیز روبه‌رو هستند؛ به گونه‌ای که خللی در عملکرد هر یک از سرویس‌ها، اقبال از آن و تصویر برند آن را تحت الشعاع خود قرار می‌دهد. گاهی در شرایطی که API از متولی خاصی گرفته می‌شود، ممکن است درخواست کاربر بی‌جواب بماند. در این شرایط کاربر اپلیکیشن‌ها ناچار آمد می‌داند.

معاون توسعه کسب و کار سیمیر تجارت یک سنخ‌شناسی از سوپر اپلیکیشن‌ها ارائه می‌دهد و اظهار می‌کند: «در سنخ‌شناسی که می‌خواهم ارائه دهم با دو تیپ سوپر اپلیکیشن مواجه هستیم؛ اولین تیپ، اپلیکیشن‌های خدماتی و سرگرمی هستند که به آنها خدمات مالی و پرداختی اضافه شده و دومین تیپ، اپلیکیشن‌های پرداخت و مالی هستند که به تدریج به آنها خدمات متنوعی مانند سرویس‌های غیرمالی و سبک زندگی اضافه شده است. با مقایسه این دو رویکرد متوجه می‌شویم که هیچ اپلیکیشنی تا پیش از اینکه امکانات پرداختی و مالی را به پورتفوی سرویس‌های خود اضافه کند، امکان سوپر اپلیکیشن شدن ندارد. در ایران می‌توانیم به اسنپ اشاره کنیم؛ استارت‌آپی که ابتدا با خدمات لجستیک و تردد شهری آغاز به کار کرد و بعدتر با افزودن اسنپ‌پی امکان پرداخت و تراکنش مالی در سطح گسترده را به سبد محصول خود اضافه کرد. اسنپ یک نمونه جامع از اب‌هایی است که از خدمات به سمت حوزه مالی رفته و به سوپر اپلیکیشن تبدیل شده است. از سوی دیگر اپلیکیشن آپ را هم داریم که از خدمات پرداخت شروع کرده و بعدها فروش بیمه‌نامه، طرح ترافیک روزانه، بلیت هواپیما و... را به خدمات خود افزوده است.»

◀ رقابت سوپر اپلیکیشن‌ها در مشرق زمین

طبق آمار گارتتر ۵۰ درصد از افراد در جهان تمایل دارند که به جای استفاده

از اپلیکیشن‌های عادی از سوپر اپلیکیشن‌ها استفاده کنند. آرمان فرج‌زاده، مدیر ارشد اجرایی آپ در این باره بیان می‌کند: «آماري که گارتتر منتشر کرده، مربوط به کاربران شرق آسیاست؛ در حال حاضر استفاده از سوپر اپلیکیشن‌ها در چین، هند و کشورهای آسیای شرقی بسیار رایج شده، اما این فرهنگ در کشورهای اروپایی و آمریکا هنوز آن طور که باید جا نیفتاده؛ البته نمونه‌های بسیاری از حرکت برندها به سمت تجمیع سرویس‌ها داخل یک اپلیکیشن در این کشورها دیده می‌شود. در واقع باید به این نکته نیز اشاره کرد که تمایل داشتن به یک چیز و عادت کردن به استفاده از آن دو مفهوم مجزا هستند و اتفاقی که معمولاً در سوپر اپلیکیشن‌ها می‌افتد، ساختن عادت‌هایی برای استفاده از سرویس‌های جدید بر اساس یک مسیر بازگشتی کاربران به سرویس است. در حال حاضر سوپر اپلیکیشن‌هایی با تراکنش‌های میلیونی در ایران حضور دارند که نشان از اقبال کاربران و موفق بودن این مدل ارائه خدمات برای ایجاد عادت به استفاده از سرویس‌های متنوع در آنها دارد.»

به نظر او، سوپر اپلیکیشن‌ها به چند دلیل می‌توانند موفق‌تر از سرویس‌های غیرمتمرکز عمل کنند. از مهم‌ترین این موارد می‌توان به تسریع و بهبود تجربه کاربری از طریق تجمیع اطلاعات، بهره‌وری بیشتر در هزینه جذب، توسعه سریع‌تر و امکان تمرکز بیشتر بر نیازهای کاربران اشاره کرد.

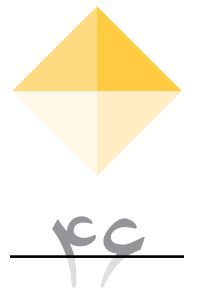
او با اشاره به روند افزایشی کاربران اینترنت در جهان درباره آینده احتمالی سوپر اپلیکیشن‌ها می‌گوید: «گسترده‌گی سطح دسترسی افراد به اینترنت و استفاده از گوشی‌های هوشمند یک بازار رقابتی بین شرکت‌ها برای توسعه سوپر اپلیکیشن‌ها ایجاد کرده است. نقش بسیار جدی سوپر اپلیکیشن‌ها در دنیای کنونی به اندازه‌ای است که یک اپلیکیشن برای حضور در بازار باید سرویس ویژه‌ای به کاربران ارائه دهد. در غیر این صورت توسط سوپر اپلیکیشن‌ها کنار زده خواهد شد.»

فرج‌زاده فلسفه وجودی سوپر اپلیکیشن‌ها را تسریع و بهبود تجربه کاربری می‌داند و توضیح می‌دهد که امروز شاهد این هستیم که سوپر اپلیکیشن‌ها با همه جنبه‌های زندگی روزمره انسان‌ها در هم تنیده شده‌اند و ممکن است روزی یک کاربر با سوپر اپلیکیشن‌ها شروع شده و به پایان برسد. این مفهوم باعث شده کاربران به جای استفاده از چندین اپلیکیشن و جابه‌جایی در دسترس‌ساز بین برنامه‌های متعدد، تمام نیازمندی خود را در قالب یک سوپر اپلیکیشن با سرویس‌های تجمیع شده دریافت کنند. به گفته او این مفهوم که به تازگی در ایران جا افتاده، مورد استقبال تعداد زیادی از افراد قرار گرفته و این امکان را برای سوپر اپلیکیشن‌های ایرانی که در ابتدای کار هستند، فراهم کرده که با ارائه خدمات متفاوت و سبد محصولات متنوع با یکدیگر رقابت کرده و کاربران خود را پیدا کنند.

فرج‌زاده درباره چالش‌های سوپر اپلیکیشن شدن در ایران می‌گوید: «چالش مهم سوپر اپلیکیشن‌ها در ایران شناخت تفاوت آنها با یک اپلیکیشن چندکاره است. یک سوپر اپلیکیشن به نیازهایی پاسخ می‌دهد که شاید قبل از آن نداشتیم و ما را از چیزهایی بی‌نیاز می‌کند که پیش‌تر ضروری نمی‌دانستیم. هر یک از سوپر اپلیکیشن‌ها برای رسیدن به نقطه‌ای که اکنون در آن قرار دارند، مسیرهای مختلفی را طی کرده و بالا و پایین‌های بسیاری را تجربه کرده‌اند. توانایی شناسایی به موقع نیازها، تبدیل تهدیدها به فرصت و توجه به نوآوری برای حفظ رشد از جمله موارد مهم در حل چالش‌های سوپر اپلیکیشن‌های ایرانی است.»

او با اشاره به اینکه خاستگاه اولیه سوپر اپلیکیشن‌ها در شرق بوده، اظهار می‌کند که رقابت زیادی برای راه‌اندازی سوپر اپلیکیشن‌ها در جهان آغاز شده، اما همواره شرکت‌های شرق و جنوب شرق آسیا از

مشرق‌راکش



ASRAETARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران



آرمان فرج‌زاده، مدیر ارشد اجرایی آپ

دیگران جلوتر هستند و با جمعیت ۶۰۰ میلیون نفری این منطقه از کره زمین، بستر رقابتی شدیدی را برای خود ایجاد کرده‌اند. مدیر ارشد اجرایی آپ در خاتمه درباره آینده سوپراپلیکیشن‌ها در ایران عنوان می‌کند: «همان‌طور که در گزارش گارتتر آمده، اقبال عمومی در سراسر جهان به سمت استفاده از سوپراپلیکیشن‌ها در حال افزایش است. علاوه بر این، در سال‌های گذشته شاهد توسعه سوپراپلیکیشن‌های خوبی در کشور بوده‌ایم که مورد استقبال کاربران هستند؛ بنابراین انتظار می‌رود در آینده به تعداد سوپراپلیکیشن‌ها در کشور اضافه شده و بازار رقابتی خوبی شکل بگیرد. در نتیجه این‌طور می‌توان گفت که آینده سوپراپلیکیشن‌ها در ایران روشن است.»

◀ مزیت‌های استفاده از سوپراپلیکیشن‌ها

سوپراپلیکیشن‌ها در حال تبدیل شدن به یک پدیده جهانی هستند و در سراسر دنیا سرویس‌های متنوعی مانند خدمات مبتنی بر پرداخت یا ابزارهای ارتباطی را در خود جای داده‌اند. سوپراپلیکیشن‌ها، با در اختیار داشتن ویژگی‌هایی که بخش قابل توجهی از زندگی شخصی و کاری را متأثر می‌کند، افراد را از استفاده از چند اپلیکیشن مختلف بی‌نیاز می‌کنند. میثم ملاشریفی، معاون بازاریابی تیم مرکزی گروه اسنپ با اشاره به این مسئله درباره مزیت‌های استفاده از سوپراپلیکیشن‌ها می‌گوید: «دسترسی آسان به سرویس‌های مختلف زیر یک چتر واحد یکی از مزیت‌های اصلی استفاده از سوپراپلیکیشن‌هاست. زمانی که یک اپلیکیشن به سوپراپلیکیشن تبدیل می‌شود، سبب محصولاتش نیز متنوع‌تر شده و خود را به حوزه خاصی محدود نمی‌کند و کمتر در معرض تهدیدهای بیرونی قرار می‌گیرد. دقیقاً همین مزیت است که موجب توسعه سرویس پزشکی و داروخانه در سوپراپلیکیشن اسنپ شده است. به عبارتی، سوپراپلیکیشن‌ها باعث پویایی کسب‌وکارها شده و به نیازهای مختلف کاربران از طریق جامعیت نهفته در نرم‌افزارشان پاسخ همه‌جانبه می‌دهند. یکی دیگر از مزیت‌های استفاده از سوپراپلیکیشن‌ها موضوع توانمندسازی بازار و ظرفیت‌های بی‌ظنیر رشد اقتصادی است. صرفه‌جویی در منابع نیز یکی دیگر از مزیت‌هاست. در واقع، سوپراپلیکیشن‌ها باعث کاهش ریسک در عرضه محصولاتشان می‌شود و هم‌افزایی خوبی ایجاد می‌کند. به عبارتی، منبعی ایجاد می‌شود که می‌توان از آن در زمینه ارائه خدمات مختلف در یک کسب‌وکار استفاده کرد. این کلان‌داده و هم‌افزایی به عرضه محصول جدید در زمان درست کمک کرده و عرضه محصولات جدید را تسهیل می‌کند. هوشمندتر شدن فرایند بازاریابی نیز یکی از مزیت‌های استفاده از این محصول است. سوپراپلیکیشن‌ها بر محور نیازهای پرتکرار کاربران بنا می‌شوند و الگوی توسعه آنها متناسب با خواست و نیاز بازار شکل می‌گیرد و یکی از علل محبوبیت و رشد آنها به شیوه توسعه کسب‌وکار و بازاریابی برمی‌گردد. مطالعه موردی رفتار فردی کاربران و گرایش‌های جمعی بر بستر سوپراپلیکیشن‌ها به صورت هم‌زمان امکان‌پذیر است. به‌عنوان مثال وقتی کاربری با تاکسی اینترنتی به فرودگاه می‌رود، این کاربر را می‌توان به‌عنوان کاربر بالقوه خدمات پرواز نیز در نظر گرفت.»

ملاشریفی با اشاره به تاریخچه شکل‌گیری سوپراپلیکیشن‌ها در جهان، درباره فلسفه وجودی شکل‌گیری آنها می‌گوید: «اولین بار مفهوم سوپراپلیکیشن در سال ۲۰۱۰ در چین شکل گرفت و رونق آن چند دلیل داشت؛ یکی اینکه در این سال گوگل در چین از دسترس خارج شد و دیگر اینکه

پیشرفت اینترنت در چین با موبایل تجربه شد. به دلیل تولید انبوه و بازار گسترده چین، تعداد قابل توجهی از افراد موبایل داشتند و استفاده از اپلیکیشن‌ها نیز فراگیر شد. دلیل دیگر این بود که بازار شرق آسیا و چین، بازار همسانی است و محصولی ساده نیاز بازار را برطرف می‌کرد. سوپراپلیکیشن‌ها در واقع پلتفرم‌هایی هستند که سرویس‌های متنوعی ارائه می‌دهند. در کشورهای مختلف شالوده اصلی که سوپراپلیکیشن‌ها روی آن پیاده می‌شوند، متفاوت است. به‌عنوان مثال علی‌پی روی امور مالی و وی‌چت روی مسنجر پایه‌ریزی شده است. اولین سرویس فراگیر شده تقویت می‌شود و به مرور سرویس‌های دیگر به آن اضافه می‌شوند. اساس سوپراپلیکیشن‌هایی مانند اسنپ، Gojek و Grab سرویس حمل‌ونقل است و با توجه به نیاز کاربران خدمات دیگر به آنها اضافه شده‌اند. خوشبختانه در کشورمان نیز شاهد موفقیت اپلیکیشن‌هایی هستیم که خدمات خود را سال‌به‌سال گسترش می‌دهند و وجود این رقبا قطعاً برای کل اکوسیستم مفید است.»

به گفته معاون بازاریابی تیم مرکزی گروه اسنپ، همیشه موانعی وجود دارد که حرکت روبه‌جلو را دشوار می‌کنند، اما رؤیاهای بزرگ و نگهداشت ارزش‌ها و دانش ساخته‌شده از طریق تجربه باعث حفظ انگیزه می‌شود. رشد یک سوپراپلیکیشن دشواری‌های خاص خود را دارد و نیازمند شناخت بازارهای مختلف و دانش و تجربه‌ای متفاوت است. حتماً باید بازار را زیر نظر داشت و روزانه درصدد یافتن راهکارهایی برای رفع مشکلات برآمد. در شرایطی که فضای اکوسیستم مساعد باشد، با توجه به مزایایی که سوپراپلیکیشن‌ها برای کاربران و صاحبان کسب‌وکار دارند، آینده قطعی اپلیکیشن‌ها در ایران در مسیر سوپراپلیکیشن شدن خواهد بود.

◀ کلام آخر

اولین سوپراپلیکیشن‌ها در مشرق‌زمین و کشورهایمانند چین و هند خلق شدند و طولی نکشید که کاربران خود را پیدا کردند. در ایران نیز اپلیکیشن‌هایی نظیر اسنپ، آپ، تاپ و... مورد استقبال قرار گرفته و توانستند با تجمیع چند سرویس در یک اپلیکیشن، نیازهای کاربران را به صورت یکجا برطرف کنند. صرفه‌جویی در منابع، کاهش ریسک در عرضه محصولات، هم‌افزایی، خلق تجربه کاربری بهتر و آسان‌تر از جمله مزیت‌هایی هستند که موجب افزایش تمایل افراد و شرکت‌های نرم‌افزاری برای استفاده حداکثری از این محصول می‌شود. در نتیجه این‌طور می‌توان گفت که طولی نمی‌کشد که شاهد رشد روزافزون سوپراپلیکیشن‌ها در ایران و جهان خواهیم بود، البته این در صورتی است که فضا به گونه‌ای نباشد که انحصارگرایی موجب ناتوانی یکسری شرکت‌ها برای ورود به این عرصه و رقابت با سایر بازیگران موجود در بازار شود. پژوهش مشترک پی‌پال و بیمنتس درباره سوپراپلیکیشن‌ها نشان می‌دهد که مصرف‌کنندگان در سراسر جهان، به‌ویژه به واسطه راحتی و امنیتی که سوپراپلیکیشن‌ها می‌توانند برایشان فراهم کنند، به آنها گرایش پیدا کرده‌اند و ایجاد حس اعتماد، امنیت و حریم خصوصی در کنار ارائه سوپراپلیکیشن‌ها در ایجاد تمایل در مصرف‌کنندگان به انتخاب و پذیرش سوپراپلیکیشن‌های جدید نقشی اساسی دارد. در نتیجه اگر می‌خواهیم به فکر توسعه سوپراپلیکیشن‌های داخلی باشیم، باید به عناصری مانند اعتماد و امنیت توجه دوچندان داشته باشیم تا با رفع نگرانی کاربران درباره افشای اطلاعاتشان، به استفاده حداکثری آنها از این نرم‌افزارها و توسعه‌شان کمک کنیم. ◆



میثم ملاشریفی، معاون بازاریابی تیم مرکزی گروه اسنپ

استودیو راهکار



روایت‌هایی از کسب‌وکارها

بانک تجارت، پرداخت
الکترونیک سپهر، کیپا
اوامپی فینکس
و همراه کارت

«پرداخت الکترونیک سپهر»، «کیپا»، «اوامپی فینکس» و «همراه کارت» چهار کسب‌وکاری هستند که در بخش باشگاه این شماره از عصر تراکنش با مدیران آنها در باره اقدامات اخیرشان و برنامه‌های توسعه‌ای که دارند، گفت‌وگو کردیم. علاوه بر این، روایتی از زندگی شخصی و حرفه‌ای فرهاد اینالویی را می‌خوانید؛ فردی که مسیر شغلی‌اش از کارخانه خودروسازی سایپا دیزل شروع و به شبکه بانکی کشور ختم شده و به گفته خودش نقش مهمی در توسعه بانک پارسیان و دیجیتالی کردن بانک ایران زمین داشته است. در گفت‌وگوی ماه این شماره نیز به سراغ هادی اخلاقی، مدیرعامل بانک تجارت رفتیم و به عملکرد دو ساله او در این بانک و تغییر و تحولاتی که در این مدت ایجاد شده، پرداختیم. بانک تجارت که سالیان متمادی بر مشتریان بزرگ و سازمانی تمرکز داشت، بر آن شده همزمان با ارائه خدمت به مشتریان سازمانی، نیازهای خرد آنها را نیز شناسایی و پوشش دهد؛ در حقیقت اخلاقی سعی دارد با ارائه خدمات جدید و نوآورانه، گروه‌های متنوعی از مشتریان بانک را در کانون توجه قرار دهد.

باشگاه

هادی اخلاقی، مدیرعامل بانک تجارت درباره بقای سازمان ها و همگام شدن با موج تغییرات می گوید

پذیرش نوآوری گریزناپذیر است



مینا حاجی
سر دبیر

عصر تراکتس



ASAE-TARAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



عکس: حامد خورشیدی



بانک تجارت یکی از بانک‌های مهم و استراتژیک کشور است که در تمام ۷۲ سال فعالیتش بر حوزه کسب و کارها متمرکز و در واقع یک بانک B2B بوده است؛ اما از سال گذشته این بانک در حوزه B2C نیز ورود کرده؛ موضوعی که بسیاری بر این عقیده هستند که با شروع کار هادی اخلاقی، به‌عنوان مدیرعامل این بانک و ترکیب مدیران ارشدی که او در این بانک گرد هم آورده، ترکیب طلایی‌ای برای بانک تجارت بعد از سال هاست و احتمالاً باید شاهد پیشگام شدن بانک تجارت در بسیاری از حوزه‌های نوآورانه باشیم. در واقع بانک تجارت که سالیان متمادی بر مشتریان بزرگ و سازمانی تمرکز داشت، بر آن شده همزمان با ارائه خدمات به مشتریان سازمانی، نیازهای خرد رانیز شناسایی و پوشش دهد؛ در حقیقت اخلاقی با ترکیب جدید مدیرانش در هیئت‌مدیره و شرکت‌های تابعه، سعی دارد با ارائه خدمات جدید و نوآورانه، گروه‌های متنوعی از مشتریان بانک را در کانون توجه قرار دهد. او که معتقد است زمین بازی در این صنعت تغییر کرده و اگر نتوانند همگام با تحولات پیش بروند، محکوم به فنا می‌شوند، بزرگ‌ترین چالش خود را تغییر چهارچوب ذهنی همکارانش نسبت به مسائل جدید و نوآوری‌ها ذکر می‌کند و بر این باور است که تنها راه بقای هر سازمان، از جمله بانک تجارت، استقبال از نوآوری و پذیرش آن خواهد بود. در گفت‌وگویی که با هادی اخلاقی، مدیرعامل بانک تجارت داشتیم، به عملکرد دوساله او در این بانک و تغییر و تحولاتی که در این مدت ایجاد شده، پرداختیم. همچنین برنامه‌هایی را که بانک تجارت در حوزه‌های فناورانه و نوآورانه دارد، جویا شدیم. در ادامه گزارشی از این گفت‌وگو را می‌خوانید.

تحکیم بانکداری شرکتی و حرکت به سمت بانکداری جامع

هادی اخلاقی، دوسالی است که در سمت مدیرعاملی بانک تجارت فعالیت می‌کند. او درباره وضعیت کنونی، برنامه‌های گذشته و آتی بانک تجارت توضیح می‌دهد که طی این دو سال صورت‌های مالی بانک و آمار و ارقام موجود، جهت‌گیری و عملکرد جدیدشان را به‌خوبی نشان می‌دهد: «هر صحبتی که مطرح می‌کنم، مبتنی بر صورت‌های مالی بانک است؛ چراکه معتقد هستم جهت‌گیری ما باید در مقام عمل نمود یابد و این ادعا را به اثبات رساند که در مسیری درست قدم برداشته‌ایم.»

بانک تجارت، از زمان ادغام تاکنون، بیش از ۴۳ سال قدمت دارد و قبل از آن نیز به‌عنوان بانک بازرگانی فعالیت می‌کرد؛ یعنی تقریباً ۷۲ سال از زمان تشکیل این بانک می‌گذرد. به عقیده اخلاقی، بسیاری از ظرفیت‌های فرایندی و نرم‌افزاری این بانک بر زیرساخت‌هایی استوار هستند که از ۷۳ سال قبل تاکنون به تدریج شکل گرفته و اکنون، مدیران بانک تجارت، به اصلاح و ارتقای آنها یا طراحی جایگزین مناسب می‌پردازند. اخلاقی با بیان اینکه برای بررسی عملکرد این بانک ۷۳ ساله، طی دو سال گذشته باید ابتدا گروه مشتریان و مخاطبان و طیف خدمات آن مورد بررسی قرار می‌گرفت، می‌گوید: «بانک در دو سال گذشته، ۱۳۵۵ شعبه داشت و تمام خدمات خود را مبتنی بر شعب ارائه می‌داد. اینجا یک بانک جامع است که گروه‌های مختلفی از مشتریان را تحت پوشش خدمات متنوع درمی‌آورد. یک گروه از مشتریان ما کسب و کارهای بزرگ هستند که به نام شرکتی (Corporate) خوانده می‌شوند و با گردش مالی و زیرمجموعه‌های گسترده، در حوزه کسب و کاری بازنجیره ارزش مشخصی فعالیت می‌کنند. یکی دیگر از گروه‌های مشتریان ما را مخاطبان حقوقی تشکیل می‌دهند که مشتریان تجاری خوانده می‌شوند و عموماً فعالیت‌های بین‌المللی دارند. بخش سوم، کسب و کارهای کوچکی هستند که ۵ الی ۱۰ نفر پرسنل دارند یا صاحبان اصناف و حرف مختلف به‌شمار می‌روند و ماهیت فعالیت آنها از جنس «کاسبی» است. بخش آخر مشتریان بانک را اشخاص حقیقی تشکیل می‌دهند که بانکداری خرد را مطالبه می‌کنند.»

بانک تجارت در تمام سال‌های فعالیت خود همواره کسب و کارها را مخاطب قرار داده و تمرکز خود را بر شرکت‌های بزرگ گذاشته است؛ در واقع یک بانک B2B بوده و به گفته اخلاقی نیز مرور صورت‌های مالی این بانک نشان می‌دهد که قریب به ۶۰ درصد از حجم عملکرد بانک تجارت را مشتریان حقوقی تشکیل می‌دادند. او با بیان این موضوع می‌گوید: «آن سرطیف هم مشتریان حقیقی و خرد هستند که با وجود تعداد بسیار زیاد ایشان حدود ۴۰ درصد از حجم رابطه با بانک را شامل می‌شوند؛ در حالی که از یک بانک با ۱۳۵۵ شعبه انتظار متفاوتی وجود دارد و قاعدتاً آمار مشتریان خرد باید پررنگ‌تر و بزرگ‌تر باشد. تا دو سال قبل، عمده فعالیت‌های بانک تجارت در تعداد محدودی از شعب متمرکز بود. من متوجه شدم کمتر از ۲۰۰ شعبه ما بخش عمده فعالیت‌های بانک را بر عهده دارند و ۱۱۰۰ شعبه، یعنی بیش از ۹۰ درصد شعب، می‌بایست فعالیت بیشتری داشته و حجم کسب و کار خود را در جغرافیای محل فعالیت خود گسترش دهند. محصولاتی که ما به گروه مخاطبان ارائه می‌دادیم، تنوع مناسبی نداشت. مشتریان بزرگ همواره محصول سفارشی و ویژه خود را مطالبه می‌کنند؛ برای هر کدام از مشتریان باید محصول (Customize) خودشان را ارائه دهیم؛ ولی هرچه به سمت لایه‌های پایین‌تر می‌رویم، خدمات انبوه و همگانی مدنظر قرار می‌گیرد. تنوع محصولات بانک تا دو سال قبل همواره برای مشتریان بزرگ تنظیم شده بود؛ از ال سی و ال جی یا همان ضمانت‌نامه گرفته تا دیگر خدمات اعتباری که در بازار سرمایه تحت عنوان «انتشار اوراق» یا فعالیت‌های مشابه شناخته می‌شوند. در زمینه بانکداری تجاری و خرد، تنوع محصولات بانک محدود بود؛ زیرا عمده توجه خود را بر آن بخشی گذاشته بودیم که DNA بانک بر آن سوار است.»

بانکداری شخصی؛ در کانون توجه

اخلاقی، اولویت خود را از زمان مدیرعاملی بانک تجارت بر گسترش و توسعه خدمات متنوع برای تمام گروه‌های مشتریان ذکر می‌کند. به عقیده او، تمرکز بر مشتریان بزرگ، آنها را با «ریسک تمرکز» مواجه می‌ساخت. اخلاقی در توضیح این موضوع می‌گوید: «وقتی تعداد مشتریان اصلی بانک فقط ۱۹۶ عدد باشد و همه آنها در کمتر از ۱۰۰ شعبه ما خدمت بگیرند، ریسک‌های متعددی پیش روی بانک قرار می‌گیرد. در نتیجه برای هدف‌گذاری گروه‌های مختلف مشتریان به تعریف محصولات جدید نیاز داشتیم. در سال ۱۴۰۰، بانکداری شخصی را که تا به حال مورد غفلت واقع شده بود، با شکل دادن به یک معاونت جدید، در کانون توجه قرار دادیم. قبلاً یک معاونت کسب و کار داشتیم که اکنون فعال‌تر شده و یک معاونت بانکداری شخصی نیز در کنار آن قرار گرفته تا برنامه‌های جدیدی را آغاز کنند. شناسایی و سازمان‌دهی نیاز مشتریان خرد و تولید محصولات مناسب جزء اهداف ماست که در دو سال گذشته تا حد زیادی موفق بود. بسته‌های ارزش کارنو مختص کارکنان شرکت‌ها، بسته اکو و ام با تنوع قابل توجه در محصولات اعتباری برای پوشش نیازهای تأمین مالی دسته‌های وسیع‌تری از مشتریان، BNPL و مساعده سازمانی و ارائه خدمات تمام دیجیتال در حوزه‌های تسهیلات، اعتبار، افتتاح حساب و خدمات کارت از دستاوردهای به‌دست‌آمده در بازه زمانی یک سال از تمرکز بر حوزه بانکداری شخصی است.»

شکل‌گیری محصولات بانکداری خرد و جذب مشتریان جدید در دو سال گذشته، به معنای چشم‌پوشی و غفلت از مشتریان قدیمی نبوده است. اخلاقی با بیان این موضوع، توضیح می‌دهد که با تنوع بخشی به محصولات و خدمات جدید، جلب رضایت مشتریان دائم را

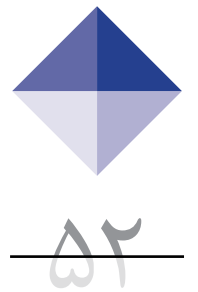
عصر تراکتس

گفت‌وگویی
ماه

۵۱

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و پنجم



جزء اهداف خود قرار داده‌اند و دپارتمان‌های جدیدی هم برای مشتریان صنفی و مشتریان شخصی شکل داده‌اند: «ایجاد این خطوط کسب‌وکار به ایجاد زنجیره‌ای از خلق ارزش در گروه‌های مشتریان بانک تجارت منجر شده است؛ به نحوی که اکنون، امکان و آمادگی آن را داریم تا روابط استراتژیک خود با مشتریان شرکتی را به لایه مشتریان حقیقی متصل و محصولات پیچیده‌تری تولید کنیم که عایدی آن همزمان برای مشتریان حقیقی و حقوقی بانک خواهد بود.»

مهاجرت به کربن‌کنینگ جدید؛ یکی از مهم‌ترین دستاوردهای بانک تجارت

پاسخ‌دادن به نیازهای متنوع گروه‌های مختلف به ایجاد ظرفیت‌های جدید نیاز دارد. او با بیان این موضوع به مهاجرت کربن جدید بانک که از پایان سال ۱۴۰۱ شروع شده، اشاره می‌کند و می‌گوید: «یکی از بزرگ‌ترین دغدغه‌هایی که از بدو ورود با آن مواجه شدم، این بود که بانک تجارت در راستای حرکت به سمت بانکداری متمرکز، از سایر بازیگران نظام بانکی فاصله‌ای چشم‌گیر گرفته بود و با قابلیت‌های داخلی خودش می‌خواست این ضعف را پوشش دهد. قرار بود سیستم‌های جزیره‌ای در این بانک کنار هم قرار گیرند تا پاسخگوی نیاز مشتریان باشند. یکی از نیازهایی که سالیان سال مورد بحث بود، ولی هرگز در عمل برآورده نمی‌شد، انتخاب کربن‌کنینگ جدید و سرمایه‌گذاری روی آن بود. ما این کار را با وجود تمام اختلاف‌نظرها به انجام رساندیم و در کوتاه‌ترین زمان ممکن بررسی‌های انجام‌شده را جمع‌بندی و تصمیم گرفتیم. بالاخره محصول شرکت خدمات انفورماتیک را که قبلاً انتخاب و تست شده بود، به اینجا آوردیم. تا به حال برای اجرایی کردن این سیستم اتفاق نظر بین اعضای بانک شکل نگرفته بود و پروژه پیشرفت مناسبی نداشت، ولی ما بالاخره سیستم بانکداری متمرکز خود را با نام «منظومه» در بانک تجارت پیاده کردیم. به نظر من بزرگ‌ترین کاری که در حوزه نرم‌افزاری می‌توانست برای بانک تجارت اتفاق بیفتد، همین بود. ما قبلاً یک سیستم دوسوئچچه داشتیم که از دو شرکت «ایران‌ارقام» و «داده‌پردازی» خدمت می‌گرفتیم. آن دو شرکت تمام سعی خود را به خرج می‌دادند که بهترین خدمات را ارائه دهند، ولی ما نمی‌توانستیم بین آن اجزا تجانس برقرار کنیم و دائماً با مشکلاتی مواجه بودیم. بالاخره با متمرکز شدن بر شرکت خدمات و گزین اختصاصی که دو سال ونیم روی آن کار شده و برای این بانک سفارشی شده بود؛ مهاجرت را شروع کردیم.»

بعد از تست‌های اولیه، مهاجرت به کربن جدید از پایان سال ۱۴۰۱ شروع شده و تا پایان مهرماه ۱۴۰۲ تمام سپرده‌های بانک روی کربن جدید نصب می‌شود. اخلاقی در این خصوص توضیح می‌دهد: «کربلی ما عمری طولانی داشت و همکاران از آن راضی بودند، اما نیازهای فنی روز ما را پاسخ نمی‌داد. تا امروز حدود ۸۶ درصد مهاجرت تکمیل شده و ۱۴ درصد باقی مانده که این ۱۴ درصد مربوط به حساب‌های جاری است و به‌زودی به اتمام می‌رسد. سیستم‌های مربوط به سوئیچ ما؛ اعم از ساتنا و پایا و دیگر ابزارها همگی به کربن جدید منتقل شده و به ثبات رسیده‌اند. در پایان سال ۱۴۰۰ سیستم‌های ما ۹۰ درصد تراکنش موفق داشتند، ولی اکنون ۹۹/۹۸ درصد تراکنش موفق داریم و سیستم کاملاً پایدار است. به این ترتیب عملیات مهاجرت تقریباً تکمیل شده و باقی‌مانده حساب‌های جدید در حال انتقال است که تا انتهای آبان‌ماه به پایان می‌رسد.»

به عقیده اخلاقی، این مهاجرت یکی از مهم‌ترین دستاوردهای بانک تجارت در سال گذشته به‌شمار می‌رود، خاصه آنکه با وجود ۲۵ میلیون مشتری، بدون سروصدا و دغدغه و بدون اختلال در خدمات بانک اتفاق افتاده است: «این دستاورد را همکاران خوب ما رقم زدند، اما در کنار آن می‌بایست اتفاقات جدیدی رقم می‌خورد. سیستم بانکی ما دو بخش دارد؛ یکی بخش سپرده و دیگری خدمات! در زمینه خدمات ال‌سی و ال‌جی

نیز به سمت تمرکز و نوسازی رفته‌ایم و امیدواریم تا پایان آذرماه ۱۴۰۲ نوسازی این دو بخش نیز با اتکا به سیستم جدید تکمیل شود. این موضوع نیز برای ما توفیق بزرگی به‌شمار می‌رود. قرار بوده سیستم‌های اعتبار و تسهیلات رانیز تا پایان سال ۱۴۰۳ در کربن جدید مستقر کنیم، اما با تغییر برنامه، امیدوار شده‌ایم که تا پایان سال ۱۴۰۲ همه آنها به کربن جدید انتقال یابند. در طول سالیان خدمت در بانک‌های مختلف، اولین بار است که عملکرد ما از برنامه جلو افتاده و امیدواریم تمام فعالیت‌ها، به‌جز فعالیت‌های ارزی، روی کربن جدید سوار شود.»

او ادامه می‌دهد: «برنامه آتی بانک تجارت نیز حرکت به سمت سیستم‌های تأمین مالی زنجیره تأمین یا SCF خواهد بود. امیدواریم تا پایان سال ۱۴۰۲، حداقل ۱۰ محصول در بخش‌های مختلف این حوزه ارائه دهیم؛ از بخش کشاورزی گرفته تا صنعت پتروشیمی، خودروسازی، قطعه‌سازی، فولاد و حتی در زمینه معادن! در بخش اصناف نیز ابزارهای جدیدی ارائه می‌دهیم و امیدواریم تا پایان سال، ۱۰ درصد از پورتنفوی خدمات مان متکی بر همین حوزه و همین ابزارهای جدید باشد. تأمین مالی زنجیره تأمین در حجم بزرگ در بانکداری شرکتی به مشتریان ارائه شده و بر پایه آن انواع محصولات متناسب با نیازهای بخش‌های متنوع بازار توسعه یافته و معرفی شده است. در این زمینه می‌توان از دارو پرداخت، صنعت یار، مزرعه‌یار، طلای سرخ و تی‌بی‌پلاس نام برد که در مجموعه‌های بانکداری تجاری و اصناف توسعه یافته و با هدف تأمین مالی در زنجیره تأمین به‌منظور بهبود شرایط کسب‌وکار برای مشتریان است.»

فراهم‌بودن ابزارها برای پاسخ به نیاز مشتریان خرد

اخلاقی معتقد است بانک تجارت تاکنون توجه کافی به بازارهای بخش C یا بانکداری شخصی نشان نداده و قطعاً بدون ساختار چابک نمی‌توان نیازهای روه‌به‌تحول بازار را به‌موقع پاسخ داد. او می‌گوید: «تشکیل معاونت بانکداری شخصی یا همان Retail Banking با همین هدف صورت گرفت. امروز معاونت بانکداری شخصی، دپارتمان‌های گوناگونی از جمله مدیریت کانال‌های دیجیتال را در کنار واحد طراحی و توسعه محصولات خود شکل داده و از یکسری شرکت‌ها کمک خواسته که قرار است محصولات فناورانه مورد نیاز بانک را به‌عرصه تولید برسانند. امروز تمام ابزارها برای پاسخ به‌موقع به نیاز مشتریان خرد فراهم است؛ به‌عنوان مثال ابزار BNPL راه‌اندازی شده و «باجت» هم برای ارائه تسهیلات غیرحضوری پیش‌بینی شده است. افتتاح حساب بدون مراجعه به شعب می‌تواند مشتریان خرد را به سمت ما بیاورد. به‌زودی نیز «کالانو» به‌عنوان یک محصول اعتباری برای خرید لوازم خانگی و لوازم منزل به بازار می‌آید. محصولات سرمایه‌بان و وزیران نیز محصولات جدید ارائه‌شده در کانال شعبه هستند و ابزارهایی برای مدیریت ثروت اشخاص حقیقی به‌شمار می‌روند. بدین ترتیب، مشتری می‌تواند در مرحله اول منابع مالی خود را با کمک و راهنمایی متخصصان در



برنامه آتی
بانک تجارت نیز
حرکت به سمت
سیستم‌های تأمین
مالی زنجیره تأمین
یا SCF خواهد
بود. امیدواریم تا
پایان سال ۱۴۰۲،
حداقل ۱۰ محصول
در بخش‌های
مختلف این حوزه
ارائه دهیم؛ از بخش
کشاورزی گرفته تا
صنعت پتروشیمی،
خودروسازی،
قطعه‌سازی، فولاد
و حتی در زمینه
معادن



عصر تراکتس

گفت و گوی
ماه

۵۳

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و پنجم

رویدادی که به گفته اخلاقی، بانک تجارت با حمایت از آن در پی استفاده از فرصت‌هایی جدید بود: «به محض معرفی عنوان رویداد احساس کردم این رویداد فرصت خوبی برای بانک به‌شمار می‌رود تا با یک گروه مهم از مشتریان ارتباط برقرار کند؛ کارکنان برندهای معتبری که در همه‌جا حضور دارند! ما می‌خواستیم با تعامل کارفرمایان، به تولید و تعریف خدمت برای آنها بپردازیم، به نحوی که همکاران آنها از مزایای ویژه‌ای بهره‌مند شوند. به‌خصوص که بدانند این مزایا با مساعدت کارفرما در اختیارشان قرار گرفته است. این امر هم می‌تواند بازار گسترده‌ای باشد تا برند بانک تجارت را تقویت کند و در عین حال فرصتی برای توسعه ظرفیت‌های کنونی تجارت به حساب می‌آید و هم با هدف کمک به شرکت‌ها در بهبود رفاه مالی پرسنل‌شان و بهبود برند کارفرمایی‌شان مفید خواهد بود. بسته‌کارنو اولین قدم در این مسیر بود. یکی از ظرفیت‌های بالقوه ارزشمند برای ما همان «بانکداری خرد» یا بانکداری شخصی است و بسته‌ارزش کارنو با همین هدف توسعه پیدا کرده است. همین کارکنان برندهای برتر می‌توانند جمعیت قابل توجهی از مشتریان را برای بانک تجارت به وجود آورند.»

◀ هلدینگ فناوری؛ محرک تغییر و نوآوری

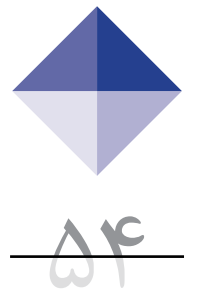
تقویت فعالیت‌های هلدینگ فناوری اطلاعات بانک تجارت موضوع دیگری است که اخلاقی درباره آن صحبت می‌کند و می‌گوید هیچ بانکی برای تولید تمام محصولات مورد نیاز خود از برون‌سپاری بی‌نیاز نخواهد بود و بانک تجارت نیز با تصمیمی درست، شرکت‌های پیرامون خود را تقویت و با ظرفیت‌سازی در دل آنها کاری می‌کرد که جوابگوی نیاز بانک باشند. او در این خصوص می‌گوید: «ما مجموعه هلدینگ فناوری خود را تقویت کردیم تا مجموعه‌ای یکدست از افراد حرفه‌ای در آنجا قرار گیرند و بعد هم شرکت‌های پیرامون آنها را که نیروهایشان جوابگوی نیاز ما نبودند، ارتقا دادیم تا با ترکیب هیئت‌مدیره حرفه‌ای‌تر، رو به توسعه بروند. در عین حال، شرکت‌هایی که می‌توانستند زنجیره محصولات مورد نیازمان را تکمیل کنند، به‌مرور ایجاد یا اصلاح کردیم تا تیم فنی جدیدی که به هیئت‌مدیره آنجا می‌رود، به شکلی همگن و یکپارچه عمل کند. بدین ترتیب، یک شرکت جدید با نام «داتا» برای فعالیت در حوزه دیتا به وجود آمد، شرکت «زفتا» در حوزه زیرساخت و امنیت فعالیت‌های خود را گسترده‌تر کرد، شرکت ایران‌کیش بر ارائه خدمات به اصناف و توسعه محصولات فناورانه در حوزه اصناف متمرکز و شرکت «سیمرغ تجارت» نیز قبلاً فعالیت داشت، ولی امروز این شرکت در مسیر شکوفایی قرار گرفته است. شرکت‌های «شایان» و

کانال شعبه در یک سبد دارایی مدیریت کند و نرخ بازده مناسبی را به دست آورد. در آینده نزدیک علاوه بر تکمیل این خدمات تلاش می‌کنیم تا این خدمات را در بستر دیجیتال عرضه کنیم تا دسترسی و سهولت استفاده بیشتری فراهم کنیم.»

شرکت‌هایی مثل سیمرغ تجارت برای خدمت‌رسانی در حوزه بانکداری شخصی شکل گرفته و تکنولوژی تجارت نیز قرار است تولیدکنندگان ابزارهای نو و فناورانه را کنار هم بیاورد تا آنها در تولید محصولات مورد نیاز بانک تجارت دلگرم شوند. اخلاقی با بیان این موضوع می‌گوید: «عمده این محصولات مربوط به بانکداری خرد خواهد بود. «کالانو» یک خدمت B2C و یک زنجیره واسط به‌شمار می‌رود. حلقه بعدی، SCF خواهد بود که پیوستاری از خدمات متنوع را بین کسب‌وکارهای مختلف برقرار می‌سازد. بدین ترتیب، مشتریان حقیقی بانک به مشتریان تجاری و شرکتی بانک اتصال می‌یابند. تولیدکنندگان لوازم خانگی از جمله گروه انتخاب و پاکشوما نیز در طرح «کالانو» در کنار بانک تجارت قرار گرفته‌اند. با چند گروه دیگر نیز در حال مذاکره هستیم و محدودیتی برای ورود مشتریان جدید نخواهیم داشت. ما برای توسعه و نوآوری در خدمات از تمام ظرفیت‌های موجود در اکوسیستم و شرکت‌های فعال در این زمینه استفاده می‌کنیم و در مرحله اول اجرای این استراتژی موفقیت خوبی حاصل شده است.»

◀ توجه به رفاه مالی کارکنان شرکت‌ها

هشتم شهر بورما رویداد برند کارفرمایی توسط کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار با حمایت بانک تجارت برگزار شد؛



«تکنوتجارت» و سایر مجموعه‌ها نیز به نحوی تجهیز شدند که پاسخگوی انتظارات بانک باشند. خدمات غیر حضوری جدیدی که بانک از طریق شرکت سیم‌رغ تجارت با عنوان «باجت» ارائه می‌دهد، همگی ماحصل تلاش جمعی بانک و مدیریت واحد هلدینگ است که سعی کرده اجزای مختلف را با یکدیگر هماهنگ سازد. تمام اتفاقاتی که در این مسیر افتاده، در جهت تولید خدمات و محصولات برای گروه‌های متنوع مشتریان بوده است. ما معتقدیم ظرفیت‌های سازمان می‌تواند جوابگوی مشتریان متنوع باشد و هر کدام را که نادیده بگیریم، به معنای تهدید بخشی از ظرفیت‌های موجود سازمان خواهد بود.»

کاهش تعداد شعب و بهبود اثربخشی عملیاتی در کانال فروش شعبه

مدیرعامل بانک تجارت معتقد است با ورود فناوری‌های نو و تحول دیجیتال، مراجعه به شعب باید فقط برای رفع نیازهای محدود و خاص باشد. او توضیح می‌دهد که در نظام بانکی شعبه‌هایی که تا به امروز محل ارائه تمام خدمات بودند، دیگر اهمیت خود را از دست داده‌اند، ولی باید تغییر ماهیت دهند: «شعب، امروز نیازی به ارائه خدمات دپروز نخواهد داشت. واقعیت را باید پذیرفت که محل ارائه خدمات و بازار پیشین ما تغییر کرده و بازیگران جدیدی به میدان آمده‌اند. بانک تجارت که زمانی بیش از ۲۰۰۰ شعبه داشت؛ امروز به ۱۳۵۰ شعبه رسیده و پیش‌بینی می‌کنیم طی پنج سال آینده این عدد به کمتر از ۱۰۰۰ شعبه برسد. شیوه گذشته ارائه خدمات تغییر کرده و به همین دلیل ظرفیت‌هایی که صرف حوزه‌های سنتی می‌شد، امروز متمرکز بر خدمات نوین خواهد بود. در گذشته؛ هر گونه طراحی، تولید و پشتیبانی ارائه خدمات، هرگز به شکل کنونی میسر نبود. امروز ۲۰۰۰ نفر نیروی انسانی در بانک مشغول ارائه خدمت غیر حضوری هستند، در حالی که در گذشته چنین شرایطی سابقه نداشت. تعداد قابل توجهی از شعب ما نمی‌توانند مشابه گذشته عمل کنند و به همین دلیل ناچار به تغییر شیوه فعالیت یا توقف فعالیت آنها برای استفاده از ظرفیت‌هایشان در نقاط دیگر خواهیم بود. در شرایط پیش رو قطعاً کاهش تعداد شعب همزمان با گسترش بهره‌برداری از سایر کانال‌های فروش و ارتباط با مشتری در بازار خدمات بانکی اتفاق می‌افتد.»

لزوم استقبال از نوآوری و پذیرش آن

اخلاقی بر این باور است که هر کسب و کاری اگر نتواند همگام با تحولات پیش برود، بی‌شک محکوم به فنا خواهد بود. او در توضیح این موضوع می‌گوید: «هر جا که مقاومت بیشتری در مقابل پذیرش تغییرات می‌بینم، عقب‌نشینی سال به سال آنها بیشتر و بیشتر می‌شود. ما ناگزیر از پذیرش نوآوری و خدمات دانش‌بنیان خواهیم بود. بدون توجه ویژه به این بخش، به تدریج درهای بازار به روی ما بسته می‌شود. تنها راه بقای هر سازمان، از جمله بانک تجارت، استقبال از نوآوری و پذیرش آن خواهد بود. بانک باید درهای خود را به روی تمام حوزه‌های فناوری بگشاید که آماده‌اند بازوی ما را بگیرند و به سمت بازارهای جدید و خلاق بپردازند. اکنون بازیگران متنوعی در حوزه دیجیتال فعالیت می‌کنند و آماده‌اند به ما بگویند که چطور می‌توانیم نقش خود را با ایده‌های آنها تلفیق کنیم و سهمی از بازارهای گوناگون بگیریم. من پیشنهادهای متعددی را دریافت و از بعضی از آنها استقبال کرده‌ام. در سال ۱۴۰۱، ما از لحاظ حجم عملیات در بازار سرمایه رتبه نخست را داشتیم؛ زیرا از هر بازیگری که در حوزه فناوری و استفاده از ابزارهای نو در بازار سرمایه قابلیت‌های مناسبی داشت، بهره بردیم؛ یا بخشی از سهام آنها را گرفتیم، یا با آنها سهام شریک شدیم تا اطمینان یابند با آنها کار می‌کنیم. عده‌ای هم حاضر به شراکت نبودند یا ترجیح می‌دادند در قالب‌های دیگری به ما ارائه محصول و خدمت دهند. با تکیه بر تمام این توانمندی‌ها بود که در سال گذشته رتبه نخست بازار سرمایه را به دست آوردیم.»

نپذیرفتن تغییرات و محکوم شدن به ترک بازار

اخلاقی در تمام سمینارها و نشست‌های بانک تجارت تأکید می‌کند که مفهوم بانکداری امروز، نه فقط با پنج سال قبل، بلکه حتی نسبت به دو سال قبل نیز تفاوت دارد و هر کس این را نپذیرد، قطعاً محکوم به ترک بازار خواهد بود. او می‌گوید: «هر کس نپذیرد، یا خودش از بازار بیرون می‌رود، یا از بازار بیرون خواهد افتاد. همواره به همکاران می‌گویم که تمام تمرکز خود را بر کسب و کارها بگذارند. بانکداری شخصی باید برای مشتریان خرد و شخصی ارزش آفرینی کند، اما این ارزش‌ها تعاریف جدیدی به خود گرفته‌اند. ما حساسیت و جدیت خاصی در این رابطه به خرج می‌دهیم. در جلسات کارشناسی بانکداری خرد شخصاً حضور می‌یابم و می‌خواهم همکاران بدانند چقدر به این مسئله باور دارم. دومین اولویت ما تا پایان سال جاری، ورود به تمام حوزه‌های کسب و کاری خواهد بود. من به تمام همکاران مأموریت داده‌ام که اگر شعبه و واحد شما بخواهد پایدار بماند، باید در بازار محلی خود به شدت فعال باشید. کار شما صرفاً در کار دیگران نمود می‌یابد. این طور نباشد که در شعبه بنشینید و نسبت به کسب و کارهای محلی بی‌تفاوت باشید. بگردید و ببینید که چه کاری برای آنها می‌توانید انجام دهید.»

تمرکز ما در شش ماهه دوم سال ۱۴۰۲ جست‌وجو در دل کسب و کارها است که ببینیم چه جایگاهی برای خودمان می‌یابیم تا بیش از پیش نقش پررنگی در بازار کسب و کارها داشته باشیم.»

زمین بازی عوض شده است

بزرگ‌ترین چالشی که مدیرعامل بانک تجارت به آن اشاره می‌کند که با آن روبه‌روست، تغییر چهارچوب ذهنی همکارانش نسبت به مسائل جدید و نوآوری‌ها است. او در این خصوص می‌گوید: «همکاران من باید بپذیرند که زمین بازی عوض شده است. ایجاد این درک جدید، بزرگ‌ترین چالش برای من به‌شمار می‌رود. همکاران باید بدانند که با شیوه گذشته نمی‌توانیم در این صنعت باقی بمانیم. چالش بعدی ما نیاز به تحول شتابان در فرایندها و تعاریف کسب و کار است. اگر چهارچوب‌های بیرونی و مقررات و ضوابط حاکم بر نظام بانکی ما حاضر به پذیرش تغییرات محیطی نشود، همچنان دچار عقب‌ماندگی خواهیم بود. ما مجبوریم تمام خدمات، فرایندها و ارزش‌هایی را که به مشتری ارائه می‌دهیم، ارتقا دهیم. نهاد‌های بیرونی که بر ما غالب هستند تا وقتی تحولات را نپذیرند، همواره با چالش متقاعدسازی مواجه خواهیم بود. آنها هم باید چهارچوب‌ها و ضوابط را متناسب با تحولات روز کنند تا بتوانیم به موقع پاسخگوی نیاز مشتریان باشیم. تغییر ذهنیت نهاد‌های حاکمیتی از بیرون و تغییر ذهنیت همکاران درونی یک مجموعه قدیمی، دو چالش بزرگ برای ما به‌شمار می‌رود؛ سایر چالش‌ها را به آسانی می‌توان برطرف کرد. مسیری که شروع کرده‌ایم با سرعت در حال ایجاد یک بانک مدرن است که تمام همکاران و شرکای تجاری در آن حداکثر تلاش‌شان را به کار بسته‌اند تا خلق ارزش داشته و تمایز ایجاد کنند.»



همکاران من
باید بپذیرند که
زمین بازی عوض
شده است. ایجاد
این درک جدید،
بزرگ‌ترین چالش
برای من به‌شمار
می‌رود. همکاران
باید بدانند که
با شیوه گذشته
نمی‌توانیم در
این صنعت باقی
بمانیم. چالش
بعدی ما نیاز به
تحول شتابان در
فرایندها و تعاریف
کسب و کار است



گفت و گو با حمزه آقابابایی، مدیرعامل شرکت پرداخت الکترونیک سپهر
در باره عملکرد یک ساله این شرکت و برنامه هایشان

ورود به عرصه نوآوری

شرکت پرداخت الکترونیک سپهر در خردادماه ۱۴۰۱ تغییر مدیریتی را تجربه کرد و حمزه آقابابایی اکنون بیش از یک سال است که سکان مدیریتی این شرکت را در دست دارد. با آمدن تیم مدیریتی جدید به این شرکت، تغییراتی در رویکرد سازمان ایجاد شد که شامل تلاش برای بهبود سودآوری، افزایش درآمدها و رشد تعداد و مبلغ تراکنش‌های شرکت بود. در گفت‌وگویی با حمزه آقابابایی، مدیرعامل شرکت پرداخت الکترونیک سپهر به بررسی عملکرد یک ساله این شرکت، چالش‌ها و همچنین برنامه‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدتی که دارند، پرداختیم. با توجه به جایگاه فعلی سپهر از منظر سهم بازار مبلغ تراکنش‌ها، مدیران این مجموعه در تلاش هستند تا سهم مبلغی خود را از شبکه پرداخت توسعه دهند و در آینده‌ای نه چندان دور جزء چند شرکت برتر قرار بگیرند. طبق صحبت‌های آقابابایی توسعه بازار، بهبود مستمر سودآوری، خلق محصولات و خدمات جدید و نوآورانه، سه هدف اصلی پرداخت الکترونیک سپهر تا پایان سال جاری هستند و در این راستا محصولاتی مانند BNPL، سرویس پرداخت‌های موردی و اعتباری، باشگاه مشتریان و پذیرندگان، پرداخت‌های اقساطی در قالب کارت اعتباری و... در آینده نزدیک به فهرست خدمات جدید این شرکت در دنیای صنعت پرداخت اضافه می‌شود. در ادامه مشروح گفت‌وگوی عصر تراکنش را با حمزه آقابابایی، مدیرعامل شرکت پرداخت الکترونیک سپهر می‌خوانید.



◀ برنامه‌های توسعه‌ای یک سال گذشته

حمزه آقابابایی، مدیرعامل پرداخت الکترونیک سپهر، برنامه‌های توسعه‌ای این شرکت را که از ابتدای سال جاری صورت گرفته، شامل چند فاز می‌داند. به گفته او، در فاز نخست تلاش شد با بهبود زیرساخت‌ها و سطح خدمت ارائه‌شده به مشتریان، اعتماد مشتریان را بازطراحی کنند: «با پایدار نگه داشتن سطح سرویس، می‌خواستیم مشتریان را به سمت اعتماد بیشتر سوق دهیم. در فاز بعدی به سمت توسعه بازار رفتیم تا سهم خود را ارتقا دهیم. اولین تمرکز ما بر تراکنش‌های اینترنتی

بود. ابزارهای ما در این زمینه شامل سه بخش می‌شود: ابزار پذیرش اینترنتی، موبایلی و کارت خوان. تا زمانی که مراحل تأمین مالی و افزایش سرمایه شرکت به نتیجه برسد، تمرکز خود را روی تراکنش‌های اینترنتی گذاشتیم. لازم به توضیح است که در این حوزه هم تعداد تراکنش‌ها و هم مبلغ آن برای ما دارای اهمیت است. از حیث مبلغ تراکنش‌های اینترنتی در یک سال گذشته بیشترین نرخ رشد صنعت به ما اختصاص داشت و در هر دو شاخص تعداد و مبلغ تراکنش‌ها جهش قابل توجهی داشتیم.»

آقابابایی با بیان اینکه اکنون‌های تراکنش اینترنتی را شناسایی و با آنها مذاکره کرده‌اند، می‌گوید: «اگر به صورت نقطه به نقطه، تیرماه سال گذشته را نسبت به امسال مقایسه کنیم؛ سهم مبلغ تراکنش‌های اینترنتی پرداخت الکترونیک سپهر از ۲/۷ درصد در تیرماه سال گذشته به ۱۱/۴۷ درصد در تیرماه ۱۴۰۲ رسیده که نزدیک به ۹ درصد رشد را در یک سال

نشان می‌دهد. این بالاترین نرخ رشد در میان شرکت‌های مشابه به حساب می‌آید.»

طبیعتاً رشد سهم بازار فقط با برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری صحیح اتفاق می‌افتد. طبق صحبت‌های او، سهام‌دار اصلی پرداخت الکترونیک سپهر، بانک صادرات است؛ پس مبلغ تراکنش را بیش از تعداد آن مد نظر قرار می‌دهند: «ما همسوس با منافع بانک صادرات پیش می‌رویم. بانک صادرات سومین رتبه پذیرندگی را با ۱۱/۶۵ درصد از مبلغ تراکنش‌های شاپرکی را به خود اختصاص می‌دهد. ما نیز مشابه بانک خودمان سعی داشتیم کانون‌های تراکنش را از حیث مبلغ مد نظر قرار دهیم.»

سومین فاز توسعه‌ای که شرکت پرداخت الکترونیک سپهر آن را دنبال می‌کند، به شبکه پذیرندگان کارت‌خوان مرتبط می‌شود. آقابابایی در این باره می‌گوید: «با نوسازی و بهسازی شبکه و ورود دستگاه‌های به‌روز و باکیفیت، به سمت گسترش پذیرندگان استانی رفتیم. هم‌اکنون ۳۵ دفتر و چهار باجه داریم، در حالی که سال گذشته این عدد شامل ۳۰ دفتر بدون باجه بود. آیین‌نامه حقوق و دستمزد پشتیبان‌ها را نیز بهبود بخشیدیم. یک بنچمارک از شرکت‌های مختلف داخلی و خارجی انجام دادیم و با توجه به خط‌مشی تیم پشتیبانی در استان‌های مختلف، آموزش‌های تخصصی برای ایشان را مد نظر قرار دادیم تا کیفیت پشتیبانی در کشور ارتقا پیدا کند.»

به گفته او، پرداخت الکترونیک سپهر جزء محدود پی‌اس‌پی‌هایی به شمار می‌رود که شبکه نمایندگی ندارد و تمام شبکه پشتیبانی و دفاتر را در مالکیت خود دارد: «بیش از ۷۰۰ نفر در دفاتر پرداخت الکترونیک سپهر مشغول به فعالیت هستند. تمرکز ما بر اثربخشی مبلغ تراکنش‌ها و ارتقای اثربخشی پایانه‌هاست؛ به همین دلیل از حیث اثربخشی مبلغ، رشد مناسبی را تجربه کرده‌ایم و اکنون از نظر سرانه مبلغ تراکنش کارت‌خوان در زمره شرکت‌های با اثربخشی مبلغ بالای یک هستیم.»

آقابابایی یکی دیگر از اقدامات مدیریت جدید این شرکت طی یک سال اخیر را مربوط به کارت‌خوان‌های اندرویدی دانسته و در این خصوص می‌گوید: «علاوه بر چهار عمل اصلی مرسوم در دستگاه‌های کارت‌خوان تلاش کردیم سرویس‌های ارزش افزوده را در قالب کارت‌خوان اندرویدی به مشتریان ارائه دهیم، زیرا اعتقاد داریم ابزار پذیرش کارت‌خوان اندرویدی در آینده ارزش افزوده‌های بسیاری را برای مشتریان خلق خواهد کرد. همین تلاش‌ها با تغییر بولتن شاپرک و حذف «تعداد تراکنش» از شاخص‌ها مصادف شد و تمرکز ما نیز روی مبالغ تراکنش‌ها افزایش یافت. در حال حاضر می‌خواهیم سهم مبلغی خود را از شبکه پرداخت توسعه دهیم تا جزء چند شرکت برتر پی‌اس‌پی کشور قرار بگیریم.»

◀ ارتقای جایگاه شرکت

پرداخت الکترونیک سپهر، در راستای ارتقای جایگاه خود در صنعت، برنامه‌ریزی خاصی را در دستور کار دارد که عمدتاً بر پایه رشد مبلغی استوار است. تحقق این اهداف برای دو بازه زمانی تا پایان سال جاری و پایان سال آینده با افق رشد چندپله‌ای برنامه‌ریزی شده است. آقابابایی سپس شرکت‌های پی‌اس‌پی کشور را در چهار بخش دسته‌بندی



بیش از ۷۰۰ نفر در دفاتر پرداخت الکترونیک سپهر مشغول به فعالیت هستند. تمرکز ما بر اثربخشی مبلغ تراکنش‌ها و ارتقای اثربخشی پایانه‌هاست؛ به همین دلیل از حیث اثربخشی مبلغ، رشد مناسبی را تجربه کرده‌ایم و اکنون از نظر سرانه مبلغ تراکنش کارت‌خوان در زمره شرکت‌های با اثربخشی مبلغ بالای یک هستیم

می‌کند و می‌گوید که دسته اول، دو شرکت برتر هستند که بین ۱۸ تا ۲۰ درصد از سهم بازار را به خود اختصاص داده‌اند؛ دسته دوم، سه شرکت دیگر هستند که بین ۱۰ تا ۱۱ درصد سهم بازار را در اختیار دارند. دسته سوم، شرکت‌هایی با سهم چهار تا هشت درصدی از بازار هستند و دسته چهارم همگی در گروه با کمتر از چهار درصد سهم بازار قرار می‌گیرند: «پرداخت الکترونیک سپهر در حال حاضر جزء دسته سوم قرار دارد. برنامه میان‌مدت شرکت این است که در گروه دوم که سهم ۱۰ تا ۱۱ درصدی از بازار را در اختیار دارند، قرار بگیرد که البته رقابت در آن گروه بسیار فشرده خواهد بود. برنامه بلندمدت شرکت پرداخت الکترونیک سپهر این است که وارد گروه‌هایی با سهم بیشتر از بازار قرار بگیرد.»

آقابابایی مقایسه‌ای از عملکرد پرداخت الکترونیک سپهر در تیرماه ۱۴۰۱ و تیرماه ۱۴۰۲ ارائه داده و می‌گوید: «طی یک سال اخیر در برخی شاخص‌ها دستاوردهای خوبی داشته‌ایم. از حیث سهم مبلغ تراکنش کل (که مهم‌ترین شاخص بولتن شاپرک است)، بیشترین نرخ رشد صنعت در بین شرکت‌های پرداخت مربوط به سپهر است که از سهم ۳/۱۶ درصدی با رشد ۱/۸۱ درصدی به سهم ۴/۹۷ درصدی رسیده‌ایم. از حیث سهم مبلغ تراکنش اینترنتی نیز شرکت ما بیشترین نرخ رشد را با ۸/۷۷ درصد افزایش نشان می‌دهد. همچنین سهم شرکت پرداخت الکترونیک سپهر از مبلغ تراکنش خرید ۱/۸۵ درصد افزایش داشته که این رقم بیشترین نرخ رشد محسوب می‌شود. از لحاظ سهم بازار ابزارهای اینترنتی تراکنش‌دار نیز رشد شرکت پرداخت الکترونیک سپهر ۱۰/۴۴ درصد شده که بیشترین نرخ رشدی به شمار می‌رود که در شرکت ما رقم خورده است. از حیث سهم مبلغ تراکنش کارت‌خوان، رتبه چهارم رشد صنعت را به خود اختصاص داده‌ایم. از لحاظ سهم کارت‌خوان فعال سیستمی و سهم کارت‌خوان‌های تراکنش‌دار نیز در رتبه چهارم قرار گرفته‌ایم.»

از جمله شاخص‌های مهمی که طی یک سال گذشته در کانون توجه پرداخت الکترونیک سپهر قرار گرفته «خطای پذیرندگی» است که پایداری سطح سرویس را نشان می‌دهد. به گفته آقابابایی، برنامه‌ریزی ویژه‌ای برای این شاخص انجام شده و توانسته‌اند در خردادماه سال جاری رتبه اول در این شاخص را کسب کنند: «پیش از این برنامه‌ریزی کرده بودیم که شرکت پاس را در شاخص «خطای پذیرندگی» در نیمه اول سال جاری به رتبه برتر برسانیم که تحقق این هدف‌گذاری در خردادماه سال جاری حاصل شد. از حیث سرانه مبلغ تراکنش‌های اینترنتی نیز با رشد ۴۹۸ درصدی به رتبه دوم دست پیدا کردیم. لازم به ذکر است در شاخص به حداقل رساندن کارت‌خوان‌های کم و فاقد تراکنش نیز رتبه سوم را به خود اختصاص داده‌ایم. البته برای این شاخص برنامه‌ریزی ویژه‌ای کرده‌ایم تا به رتبه اول یا دوم نزدیک شویم.»

◀ خلق بازارهای جدید با حفظ جایگاه کنونی

طبق صحبت‌های آقابابایی، نرخ رشد صنعت پرداخت در سال جاری نسبت به سنوات قبلی کاهش یافته و وقتی ارزش حقیقی تراکنش‌ها را نسبت به ارزش اسمی

مصرف تراکنش



۵۶

ASAE TAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران



نمونه می‌توان به بازطراحی نظام پرداخت مزد پشتیبانان در سراسر کشور با هدف مشارکت در منافع سازمان اشاره کرد. حفظ متخصصان از طریق اعطای تسهیلات بلندمدت و همچنین فراهم‌سازی امکان بهره‌مندی از تخصص نخبگان از طریق طرح سرباز فناوری به‌عنوان یک شرکت دانش‌بنیان از دیگر اقدامات شرکت در راستای ایجاد جذابیت سازمانی در کنار توجه به کیفیت زندگی کاری کارکنان نیز بوده است.»

مدیرعامل پرداخت الکترونیک سپهر، محدودیت‌های اینترنت در یک سال گذشته را نیز یکی دیگر از چالش‌های این شرکت عنوان کرده و می‌گوید: «محدودیت‌های اینترنت در سال گذشته و امسال دامنگیر شرکت‌های پرداخت نیز شده است. کندی‌های اینترنت در سال گذشته بر تعداد و مبلغ تراکنش‌ها سایه انداخت، اما در همین شرایط چالش برانگیز، شاهد دستاوردهای جدیدی در صنعت پرداخت کشور بودیم و آن هم تغییر نظام کارمزد بود که می‌توان آن را اتفاق مبارکی دانست.»

◀ ورود به عرصه نوآوری باز

یکی از شعارهای آقابابایی هنگام پیوستن به پرداخت الکترونیک سپهر، «ورود به عرصه نوآوری باز» بود. او درباره برنامه‌هایشان در حوزه فناوریانه و نوآورانه می‌گوید: «نوآوری باز، در سطح جهان تعاریف متعددی دارد. تلاش ما استفاده از ظرفیت شرکت‌های همکار یا همان 3rd party ها برای خلق راهکارهای جدید است. در این زمینه هنوز به موفقیت کامل دست پیدا نکرده‌ایم، ولی توانسته‌ایم از آن بهره‌های مناسبی ببریم. ارائه سرویس‌های جدید به جامعه مشتریان، مستلزم تغییر رویکرد شرکت پاس از دستگاه‌های سنتی به دستگاه‌های جدید و مبتنی بر اندروید بود. به اعتقاد ما، وقتی کیفیت و تنوع سرویس پذیرندگان افزایش یابد، نرخ چسبندگی یا Stickiness Ration مشتریان نیز بالا می‌رود. این کار را از طریق ورود دستگاه‌های جدید، تعریف سرویس و خدمات جدید روی درگاه پرداخت و به‌تازگی روی اپلیکیشن موبایل انجام دادیم. بخشی از اهداف ما در سال گذشته و امسال محقق شده است. اکنون می‌خواهیم نوآوری محصول و خدمات را در بسترهای جدید مد نظر قرار دهیم. محصولات نظیر BNPL، پرداخت‌های مودی و اعتباری، پرداخت‌های اقساطی در قالب کارت اعتباری و... از جمله محصولات آتی ما خواهد بود. برای تسریع در فرایند تأمین محصولات جدید؛ کمیته توسعه محصول با وارد کردن دستگاه‌های جدید، مشغول تعریف چند محصول جدید است.»

◀ بازطراحی و تولد اپلیکیشن پرداخت شرکت

طبق صحبت‌های آقابابایی، تعداد نصب اپلیکیشن پرداخت الکترونیک سپهر حدود ۲۰۰ هزار نفر است، ولی تعداد کاربران فعال آن، قابل توجه به نظر نمی‌رسد. او درباره این اپلیکیشن می‌گوید: «در بدو ورود به این شرکت برای تکمیل سبد محصولات، این اپلیکیشن را همچنان در سبد خدمات شرکت نگه داشتیم، ولی به مرور دریافتیم که رفتار خرید مردم رو به تغییر است. اگر به بولتن خرید شاپرک دقت کنید، می‌بینید نسبت تراکنش‌های اینترنتی به کارت‌خوان رو به افزایش است. بدین ترتیب برای این

آنها مقایسه کنید، روند نزولی را مشاهده می‌کنید. او در این باره می‌گوید: «مقایسه تراکنش‌های صنعت در تیرماه سال جاری نسبت به دوره مشابه سال قبل افزایش ۱۱/۷۲ درصدی و ۴۱/۴۴ درصدی در تعداد و مبلغ تراکنش‌ها را نشان می‌دهد. ارزش حقیقی مساوی با ارزش اسمی منهای تورم است که نرخ رشد امسال صنعت مشابه سنوات قبل نبوده است؛ بنابراین بررسی ارزش اسمی تراکنش‌ها در تیرماه سال جاری نسبت به دوره مشابه سال قبل، رشد ۴۱/۴۴ درصدی را نشان می‌دهد، اما این میزان با ارزش حقیقی (با احتساب نرخ تورم) به ۱/۵ درصد می‌رسد. روایت آماری شاپرک در شاخص تعداد و مبلغ تراکنش‌های ابزار پذیرش اینترنتی به ترتیب رشد ۲۴/۵۲ و ۸۷/۳۶ درصدی در تیرماه ۱۴۰۲ نسبت به ماه مشابه سال گذشته را نشان می‌دهد. همین منیع آماری از افزایش ۲/۳۱ و ۱۰/۹۵ درصدی در تعداد و مبلغ تراکنش‌ها با ابزار پذیرش موبایلی حکایت دارد. با استناد به آمارها می‌توان گفت که افزایش تعداد تراکنش‌ها به‌صورت اسمی، ناشی از رشد نرخ تورم بوده، زیرا رشد حقیقی تراکنش‌ها حتی به دو درصد هم نرسیده است.»

او توضیح می‌دهد که برای این کار برنامه مشخصی دارند و با الگوهای مبتنی بر OKR پیش می‌روند تا عمده سهم بازار خود را به بانک صادرات اختصاص دهند: «قطعاً بانک نیز از این تلاش‌ها استقبال می‌کند؛ همان‌طور که در یک سال اخیر نیز ما را مورد حمایت همه‌جانبه قرار داده است. چالش اولیه ما در این مسیر نیز حفظ سطح کیفیت سرویس‌ها خواهد بود.»

◀ چالش‌های یک سال اخیر سپهر

آقابابایی سپس درباره چالش‌های یک سال گذشته شرکت پرداخت الکترونیک سپهر صحبت می‌کند. به گفته او، یکی از چالش‌های آنها مربوط به تطبیق با رگولاتوری می‌شود: «در زمان ورود من، وضعیت این شرکت از حیث تطبیق با قوانین رگولاتوری چندان مطلوب نبود. در ممیزی‌های شاپرک، در آن زمان نمره‌های میانه پایین را به خود اختصاص داده بودیم، ولی امروز جزء سه شرکت اول از حیث ممیزی شاپرک به حساب می‌آییم. با برگزاری جلسات متعدد هفتگی تلاش کردیم تا خود را با الزامات شاپرک تطبیق دهیم. تمامی چک‌لیست‌های شاپرک را در حوزه‌های مختلف استخراج و برای آنها برنامه‌ریزی کردیم و KPI گذاشتیم. امروز از حیث شاخص تطبیق با قوانین شاپرک، توفیقات خوبی به دست آورده‌ایم.»

او به چالش جذب، حفظ و نگهداشت نیروی انسانی نیز اشاره کرده و می‌گوید که در سال جاری سعی داشتند نظام جبران خدمات بهتری را در شرکت پیاده‌سازی کنند و از استراتژی‌های مختلفی مثل 4P بهره بردند تا در حد امکان پرسنل استانی و نیز پرسنل ستادی احساس رضایت‌مندی بیشتری داشته باشند. آقابابایی در این باره می‌گوید: «توجه به ارتقای سطح معیشت و همچنین توانمندسازی نیروی انسانی از مسائل بسیار مهم و تأثیرگذار در تحقق اهداف سازمان بوده که اقدامات متعددی در این راستا اجرا شده که به‌عنوان

66

نوآوری باز، در سطح جهان تعاریف متعددی دارد. تلاش ما استفاده از ظرفیت شرکت‌های همکار یا همان 3rd party ها برای خلق راهکارهای جدید است. در این زمینه هنوز به موفقیت کامل دست پیدا نکرده‌ایم، ولی توانسته‌ایم از آن بهره‌های مناسبی ببریم

عصر تراکنش

کسب و کار

۵۷

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و پنجم

محصول، یک تیم ویژه را تشکیل دادیم و اکنون مشغول بازطراحی محصول هستیم؛ ری برندنینگ اپلیکیشن به اتمام رسیده؛ UX و UI جدید کامل شده و اکنون روی تعریف محصولات و خدمات جدید در حال کار هستیم. استراتژی ما دنباله‌روی از سایرین نخواهد بود؛ بلکه قصد داریم دو، سه خدمت جدید را به اپلیکیشن بیفزاییم؛ یکی از آنها مربوط به حوزه لندتک است و سایر محصولات و خدمات نیز در وقت مناسب رونمایی خواهد شد. یکسری نیچ مارکت‌ها را شناسایی و هدف گذاری کرده‌ایم.»

او نوید رونمایی از اپلیکیشن جدید را در ماه آینده با ظاهر و اسم جدید و با تجربه کاربری مطلوب‌تر می‌دهد: «به اعتقاد ما، اپلیکیشن موبایلی اگر فقط به عنوان یک محصول در سبد محصولات پی‌اس‌پی قرار گیرد، توفیق زیادی ندارد و بیش از آنکه درآمدزا باشد، هزینه‌ساز خواهد بود. تلاش ما ارائه سرویس‌های جدیدی است که هنوز در کشور مورد توجه قرار نگرفته‌اند.»

مدیرعامل پرداخت الکترونیک سپهر در پاسخ به این سؤال که آیا برای تبدیل این اپلیکیشن به یک نئوبانک هم برنامه‌ای دارند یا خیر، این‌طور توضیح می‌دهد: «پروژه نئوبانک صادرات در شرکت دیگری که یکی از زیرمجموعه‌های هلدینگ فناوری اطلاعات بانک صادرات به حساب می‌آید، دنبال می‌شود. ما نیز از ظرفیت‌های API آن محصول بهره خواهیم برد، ولی اپلیکیشن ما بر خدمات پرداخت متمرکز است و خدمات بانکی را مجموعه دیگری توسعه می‌دهد. در آینده نزدیک، ادغام سرویس‌های بانکی و پرداخت در بانک صادرات نویدبخش افق‌های جدیدی خواهد بود.» آقابابایی تأکید می‌کند که در ماه آینده شاهد رویش اپلیکیشن پاسینو با سرویسی پرکاربرد خواهیم بود که با اتصال به باشگاه مشتریان، توسعه چشم‌گیری در ارائه خدمات مطلوب اتفاق می‌افتد.

وضعیت پروژه کالبرگ الکترونیک

اوسپس با بیان اینکه کالبرگ الکترونیک یکی از پروژه‌های جذاب و نوآورانه برای بانک‌ها به نظر می‌رسد، از وضعیت طرح کالبرگ الکترونیک و ویژه پذیرندگان پرداخت الکترونیک سپهر می‌گوید: «این ایده از ابتدا به نظر من بسیار خوب بود؛ اینکه از طریق یارانه الکترونیک بتوان قدرت خرید ارقام اساسی را افزایش داد. صورت مسئله خیلی خوب به نظر می‌رسید، ولی دو ضعف داشت؛ یکی اینکه اطلاع‌رسانی باید به شکل بهتری اتفاق می‌افتاد؛ دوم آنکه ایده اصلی دستخوش تغییراتی شد. ما از روز اول درگیر این پروژه مهم بودیم. شرکت سپهر رشد خوبی را از حیث جذب پذیرندگان این حوزه تجربه کرد، ولی بعداً طرح اصلی به سمتی رفت که فقط جامعه خاصی از پذیرندگان را تحت پوشش شبکه بیاورد، در حالی که ما سهم زیادی از آن جامعه مشتریان نداشته‌ایم. اکنون بخشی از پذیرندگان به دستگاه‌های کارت‌خوان و زیرساخت کالبرگ الکترونیک ما متصل هستند و خدمت می‌گیرند. اگر دولت، برنامه توسعه این پروژه را داشته باشد، ما استقبال می‌کنیم.»

اصلاح نظام کارمزد؛ نفس تازه‌ای برای شرکت‌های پرداخت

به عقیده آقابابایی، اصلاح نظام کارمزد، تصمیم جسورانه

بانک مرکزی به شمار می‌رود: «لازم می‌دانم از مجموعه‌های حاکمیتی مثل بانک مرکزی و شرکت شاپرک تقدیر کنم که بای این تصمیم ایستادند و بعد از حدود یک دهه توقف، اصلاح نظام کارمزد را عملیاتی کردند. شرکت‌های پرداخت، به معنای واقعی در سراسری سقوط بودند. اگر صورت مالی شرکت‌های بورسی را مرور کنید، آبرفتن حاشیه سود و ناترازی بین هزینه و درآمد پی‌اس‌پی‌ها را به شکل مشهودی ملاحظه می‌کنید؛ به خصوص در سال‌هایی که با جهش ارزی مواجه شده‌ایم. تصمیم جدید شاپرک و بانک مرکزی، نفس تازه‌ای برای شرکت‌های پرداخت بود تا امیدوارتر از گذشته پیش بروند. ویژگی «خودترمیم‌بودن» که شکل گرفته، امیدواری خوبی به شرکت‌های پرداخت می‌دهد که می‌خواهند بین هزینه و درآمد هایشان تعادل ایجاد کنند. در حال حاضر پذیرندگان مجبور به پرداخت کارمزد هستند؛ پس سرویس‌هایی که قبلاً رایگان بود، اکنون مستلزم پرداخت کارمزد است. به همین دلیل، شرکت‌های پرداخت احساس مسئولیت بیشتری برای حفظ کیفیت خدمات خواهند کرد. بدین ترتیب، از یک سو تکلیف ما برای رقابتی کردن فضا مضاعف می‌شود. از سمت دیگر، مردم، خود را مکلف به پرداخت بخشی از هزینه خدماتی می‌دانند که با کیفیت مناسب به آنها ارائه شده است.» به اعتقاد او، این کارمزدها باید هر سال متناسب با نرخ تورم اصلاح شود: «عمده هزینه‌های یک شرکت پی‌اس‌پی با ارز پرداخت می‌شود و به همین دلیل، نوسانات ارزی بر صورت‌های مالی آنها سایه می‌اندازد. اگر روال اصلاح کارمزد مداوم و سالانه استمرار یابد، شرکت‌های پی‌اس‌پی می‌توانند تمرکز خود را بر ارتقای سطح خدمت و نوآوری بگذارند تا سرویس‌دهنده و سرویس‌گیرنده، هر دو منتفع شوند. صنعتی مثل تلکام نیز در سال‌های گذشته به خاطر عقب‌ماندن رگولیشن از نوسانات ارزی دچار استهلاک شد. شبکه پرداخت کشور نیز در آستانه استهلاک است؛ پس باید به فکر نوسازی شبکه و انطباق با استانداردهای امنیتی دنیا بود. البته تمام این کارها هزینه‌بر هستند. وقتی از PCI5 یا PCI6 سخن می‌گوییم؛ اولین چیزی که به ذهن می‌آید؛ به‌روزرسانی سیستم‌ها و افزایش هزینه برای ارائه خدمت بهتر خواهد بود. تمام این هزینه‌ها را شرکت‌های پی‌اس‌پی می‌پردازند.»

توسعه بازار، بهبود سودآوری و خلق خدمات جدید

تا پایان سال ۱۴۰۲، بیشترین تمرکز پرداخت الکترونیک سپهر ابتدا بر توسعه بازار خود و سپس بر بهبود سودآوری شرکت خواهد بود. آقابابایی در توضیح این موضوع می‌گوید: «برای ورود به بازارهای جدید، به دنبال توسعه محصولات جدیدی هستیم که روی نیچ مارکت‌ها سوار شوند.»

توسعه بازار، بهبود سودآوری، خلق محصول و خدمات جدید، سه هدف اصلی شرکت برای سال جاری هستند. در کنار آن، هدف غایی ما بهبود رضایت‌مندی مشتریان است که بانک صادرات و شبکه پذیرندگی را نیز دربر می‌گیرد. سپهر در مسیر توسعه با سرعت، جدیت و عقلانیت در حال حرکت است. ♦



به اعتقاد ما، اپلیکیشن موبایلی اگر فقط به عنوان یک محصول در سبد محصولات پی‌اس‌پی قرار گیرد، توفیق زیادی ندارد و بیش از آنکه درآمدزا باشد، هزینه‌ساز خواهد بود. تلاش ما ارائه سرویس‌های جدیدی است که هنوز در کشور مورد توجه قرار نگرفته‌اند

مصرف تراکتس



ASAE TARAHOONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران



رضا امیرزاده

عمر تراکتس

کسب و کار

۵۹

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و پنجم



گفت و گو با علیرضا شفیعی، مدیرعامل کیپا که می‌گوید به زودی از یک راهکار B2C رونمایی خواهند کرد

به دنبال سبک زندگی اعتباری هستیم

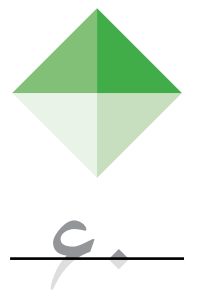
پول و اعتبار دو مفهوم قدیمی هستند که از گذشته تا امروز ارتباط نزدیکی با هم داشته و دارند. اعتباری که افراد به واسطه رفتارهای مالی خود به دست می‌آورند، هنوز هم بخش قابل توجهی از بازارهای مختلف را تشکیل داده و پایه و اساس قول و قرارهای بسیاری است. اگر در گذشته اعتبار افراد صرفاً نزد کسانی بود که آنها را می‌شناختند، در سال‌های اخیر و با پررنگ‌تر شدن فناوری دیجیتال این مفهوم نیز با تغییراتی همراه بوده و توانسته مرزهای محدودکننده گذشته را پشت سر بگذارد. امروز دیگر اعتبار افراد با سیستم‌های ثبت اطلاعات و یکپارچه شدن آنها در حال تبدیل شدن به سکه رایجی است که می‌توان آن را در بازارهای مختلف خرج کرد. در شرایطی که مهاجرت و اخذ پذیرش تحصیلی در کشورهای غربی از نظر بسیاری از افراد درست‌ترین انتخاب برای مسیر شغلی آینده بود، «علیرضا شفیعی» تصمیم به ماندن و راه‌اندازی شرکتی گرفت که امروز «کیپا» نام دارد و در زمینه لندنک در حوزه سلامت، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و... فعال است. در گفت‌وگویی که با شفیعی داشتیم، به مسیری که کیپا تا به امروز طی کرده، پرداخته‌ایم و درباره برنامه‌های توسعه‌ای که داشتند، پرسیدیم. گزارشی از این گفت‌وگو را می‌توانید در ادامه بخوانید.



◀ ورود به حوزه لندنک

مدیرعامل شرکت کیپا ابتدا درباره چگونگی ورودش به لندنک حوزه سلامت می‌گوید: «یکی از دوستانم در شرکتی فعال بود که ارزیابی صنعت‌های درمانی و خسارت بیمه‌های تکمیلی را انجام می‌داد. در این

شرکت بیمه‌های تکمیلی خدمات خود به‌ویژه در حوزه دندان پزشکی را به این شرکت واگذار کرده بودند. حدود سال‌های ۱۳۹۵-۱۳۹۴ بود که من به‌عنوان مدیر بازاریابی به این مجموعه پیوستم تا در توسعه شبکه مرکز دندان پزشکی و بیمه‌های طرف قرارداد به آنها کمک کنم. این نکته را باید مورد توجه قرار دهید که در صنعت بیمه، حوزه دندان پزشکی دارای ضریب خسارت بالایی است، چون معمولاً افراد از تمام ظرفیت



بیمه دندان پزشکی خود استفاده می‌کنند. همین موضوع باعث شده بیمه‌ها خیلی تمایل نداشته باشند که در بسته‌های بیمه تکمیلی خود پوشش‌های مطلوبی ارائه دهند.»

شفیعی در آن دوره به کمک دوستانش موفق می‌شود که دو اتفاق قابل توجه را در آن مجموعه رقم بزند. اولین مورد این بود که ضریب خسارت خدمات دندان پزشکی را از عدد ۱۸۰ درصد که کاملاً زیان‌ده است به عدد ۷۰ الی ۸۰ درصد رساند. بخش زیادی از آن ۱۸۰ درصد نتیجه تقلب بود، به این معنا که برای مثال یک نفر در یک مرکز دندان پزشکی یک سند را چندین بار می‌فرستاد و پول بیمه آن را دریافت می‌کرد.

او در این باره توضیح می‌دهد: «آن زمان هنوز سیستم‌های مکانیزه‌ای برای کنترل اسناد درمانی و جلوگیری از تخلف وجود نداشت. ما همزمان که در حال توسعه بازار بودیم یک زیرساخت در آن شرکت ثبت کردیم که از طریق آن خدمات ثبت و از چنین مسائلی جلوگیری می‌شد. این زیرساخت در راستای مقرون به صرفه شدن خدمات دندان پزشکی به بیمه‌ها کمک کرد.»

شفیعی درباره کار دیگری که در این مجموعه موفق به انجام آن شده بودند، ادامه می‌دهد: «همزمان ما یک طرح بیمه تک‌محصولی در حوزه دندان پزشکی را برای اولین بار به بیمه مرکزی بردیم. در بیمه مرکزی اگر شما به عنوان یک شرکت طرحی را ارائه دهید و بیمه مرکزی آن را تأیید کند، در یک بازه زمانی یک تا دو ساله، طرح ویژه آن شرکت است و سال‌های بعد سایر شرکت‌ها می‌توانند به آن ورود کنند. داستان ورود من به حوزه دندان پزشکی از اینجا شروع شد.»

ایده‌ای که از یک نیاز شکل گرفت

مدیرعامل کیپا در خصوص آنچه باعث شد ایده ارائه خدمات لندتکی در ذهنش شکل بگیرد، اظهار می‌کند: «یکی از مسئولیت‌های من به عنوان مدیر بازاریابی در آن شرکت، این بود که خدمات بیمه‌ای پوشش دندان پزشکی را به سازمان‌های مختلف معرفی کنم و کار فروش آن را انجام دهم. در آن زمان با نزدیک به ۱۰۰ سازمان دولتی جلسه گذاشتیم که شاید حدود ۹۰ درصد آنها در زمینه بیمه تکمیلی کارکنان‌شان، پوشش دندان پزشکی نداشتند. طی این جلسات بود که ایده خدمات اعتباری در حوزه دندان پزشکی در ذهن من شکل گرفت.»

به گفته او بیش از ۹۰ درصد این سازمان‌ها می‌گفتند که ما توان پرداخت حق بیمه برای پوشش خدمات دندان پزشکی را نداریم. علاوه بر بالا بودن حق بیمه ماهیانه که ضریب خسارت آن کنترل شده باشد، قانون دیگری هم شرکت‌های بیمه داشتند؛ مبنی بر اینکه ۸۰ درصد یک سازمان باید تحت پوشش یک بیمه قرار بگیرد تا بیمه بتواند یک محصول را ارائه دهد: «بسیاری از مدیران رفاهی این سازمان‌ها خواهان پوشش دندان پزشکی بودند، اما این درخواست را

داشتند که خدمات مورد نظر به جای آنکه در فضای بیمه‌ای ارائه شود، به شکل اقساطی باشد. با توجه به نیازی که وجود داشت ما این محصول را در آن شرکت معرفی کردیم، اما به دلایلی آن مجموعه دیگر علاقه‌مند نبود که این سرویس را ارائه دهد. شرکتی که در آن فعال بودم، ترجیح داد در همان حوزه قبلی خود باقی بماند. این ماجراها به خرداد ۱۳۹۶ برمی‌گردد. در نهایت من از آن مجموعه جدا شدم و شهریور ۱۳۹۶ ما کار خود را با برند گلو ریت شروع کردیم که بعداً به کیپا تغییر نام داد.»

شفیعی خاطر نشان می‌کند: «در گلو ریت با نگاه اقساطی به خدمات حوزه سلامت فعالیت می‌کردیم و برای آینده این فعالیت دو چشم‌انداز داشتیم؛ من همیشه برایم سؤال بود که چرا ما در ایران مسترکارت یا ویزاکارت نداریم، در حالی که در دنیا به

این موضوع علاقه‌مند هستند و از آن استفاده می‌کنند. در همین راستا به دنبال محقق کردن چنین ایده‌ای در داخل کشور بودیم. چشم‌انداز دوم ما این بود که سعی کردیم تمام تجربیات کنترل کیفیت خدمات پزشکی را رعایت کنیم؛ چرا که در این زمینه چالش‌هایی جدی داشتیم. برای ما اهمیت داشت که این خدمات با کیفیت ارائه شود تا بتواند مسیر رشد خود را به‌طور ارگانیک طی کند. به همین منظور رگولاتوری‌هایی مانند ارزیابی سندهای بیمه‌ای، تعرفه بیمه، بررسی پرونده و تخصص پزشک، ارزیابی اسناد درمانی و... را در کنار فروش خدمات اقساطی اضافه و حفظ کردیم.»

چالش‌های یک مسیر جدید

شفیعی درباره چالش‌هایی که در آغاز مسیر با آن مواجه بودند، می‌گوید: «پلتفرم ما سه وجه داشت؛ از یک سمت باید مراکز دندان پزشکی می‌آمدند پای کار و از سوی دیگر سازمان‌هایی باید با ما قرارداد منعقد می‌کردند که ریسک عدم بازپرداخت اقساط‌شان کنترل شده باشد؛ یک پلتفرم هم داشتیم که باید همه اینها در آن اتفاق می‌افتاد. ما تقریباً از شهریور ۱۳۹۶ شروع کردیم به اینکه پلتفرم خود را توسعه دهیم و این کار تا مرداد ۱۳۹۷ طول کشید. در این میان ما اقدام به تولید دستگاه کارت‌خوان کردیم و حتی به دنبال اخذ تأییدیه شاپرک هم رفتیم که در ادامه منصرف شدیم. دلیل این انتخاب عادت بود که افراد برای استفاده از کارت و دستگاه کارت‌خوان در انجام کارهایشان داشتند؛ اما از سویی این ابزار برای اسکیل کردن می‌توانست دشواری‌هایی را برای ما به

وجود بیاورد و همچنین هزینه تولید آن بالا بود.» در نهایت تصمیم بر این می‌شود که روی اپلیکیشن گوشی همراه متمرکز شوند. در مرداد ماه هنگامی که تیم می‌خواست پلتفرم را راه‌اندازی کند، پلتفرم توسط یک هکر هندی هک می‌شود و بخش زیادی از کدها و برنامه‌نویسی‌های انجام‌شده از دست می‌رود. مجدداً با صرف دو ماه کار فشرده سیستم برمی‌گردد و مهرماه ۱۳۹۷ کار مذاکره با مرکز دندان پزشکی و سازمان‌ها آغاز می‌شود.

او درباره این دوران توضیح می‌دهد: «شرکت ما تازه شکل گرفته و کار دشواری بود تا مراکز دندان پزشکی را قانع کنیم که قرار است پول‌شان را به صورت اقساطی به آنها بدهیم. ما در تهران و شیراز با حدود ۱۰۰ مرکز دندان پزشکی صحبت کردیم. در تهران که به صورت کامل پیشنهاد ما رد شد اما در شیراز سه مرکز دندان پزشکی قبول کردند که با ما همکاری کنند.»

از میان سازمان‌ها نیز یک ناحیه آموزش و پرورش استان فارس قبول می‌کند که این سرویس را برای کارکنانش فراهم کند. همه سازمان‌ها این نگرانی را داشتند که خدمات کیفیت خوبی نداشته باشند.

مدیرعامل کیپا درباره اینکه چرا کار خود را با مدل B2B آغاز کرده‌اند، می‌افزاید: «این مدل را برای پایین آوردن ریسک انتخاب کرده بودیم. زمانی



در گلو ریت
بانگاه اقساطی
به خدمات حوزه
سلامت فعالیت
می‌کردیم و برای
آینده این فعالیت
دو چشم‌انداز
داشتیم؛ من
همیشه برایم سؤال
بود که چرا ما در
ایران مسترکارت یا
ویزاکارت نداریم،
در حالی که در دنیا
به این موضوع
علاقه‌مند هستند
و از آن استفاده
می‌کنند. در همین
راستا به دنبال
محقق کردن چنین
ایده‌ای در داخل
کشور بودیم

کیپا در خصوص دلایلی که باعث شد این تغییر را به وجود آورند، می‌گوید: «ما با حوزه فروشگاه زنجیره‌ای شروع کردیم و به این نتیجه رسیدیم که بخش خرید اعتباری اقساطی مان را می‌توانیم خیلی بزرگ‌تر کنیم، ولی ما به قدری توانسته بودیم در دندان پزشکی خدمات خوبی ارائه دهیم که بسیاری از دندان پزشکی‌ها از ما به‌عنوان بیمه گلوریت یاد می‌کردند.»

او ادامه می‌دهد: «کیپا را از مخفف کیف پول اعتباری با الکترونیک ساختیم. با این ری‌برندینگ، با یک هویت، شروع به ارائه داستان و چشم‌انداز جدید خدمات اعتباری در همه رسته‌ها کردیم. در این بازه کار را با فروشگاه جامبو آغاز کردیم و پس از آن فروشگاه‌های زنجیره‌ای دیگری نیز به ما اضافه شدند و وارد حوزه پوشاک و... هم شدیم.»

لندتک و اعتمادسازی در جامعه

شفیعی با تأکید بر اینکه کیپا را با یک چشم‌انداز بلندمدت و بزرگ تعریف کردیم و آن هم خلق سبک زندگی اعتباری است، اضافه می‌کند: «نگاه ما صرفاً معطوف به خرید اعتباری نیست و اعتقاد داریم برای شکل گرفتن فضای اعتباری باید بتوانیم یک سبک زندگی اعتباری بسازیم. زمانی که ما به این فضا پا گذاشتیم بحث‌هایی مانند رتبه‌بندی، سوابق اعتباری و سوابق چک به این شکل وجود نداشت یا مصطلح نشده بود. ما نگاه‌مان این بود که اگر فردی روزی خواست برای مثال خانه‌اش را به کسی اجاره دهد، بتواند با گرفتن یک استعلام متوجه شود که آیا این فرد برای بازپرداخت اجاره معتبر است یا خیر.»

او باور دارد: «وقتی درباره سبک زندگی اعتباری صحبت می‌کنیم، پشت آن تعریف دیگری به نام سبک زندگی مبتنی بر اعتماد وجود دارد. در واقع ما داریم در دل این اعتبار نوعی اعتمادسازی می‌کنیم. در کشورهای دیگر بسیاری از کسب‌وکارها مبتنی بر این سبک زندگی اعتباری و سرمایه اجتماعی ساخته شده‌اند، ولی ما در ایران هنوز چنین چیزی نداریم.»

لندتک؛ راهکاری برای افزایش قدرت خرید مردم

علیرضا شفییعی، مدیرعامل کیپا درباره حضور این شرکت در حوزه ارائه خدمات خرید اقساطی در حوزه کالاهای دیجیتال و لوازم خانگی بیان می‌کند: «پس از دوران کرونا ما جهش خوبی در حجم مخاطب و شبکه فروشگاه‌های داشتیم و توانستیم خدمات خود را گسترش دهیم. همچنین سازمان‌های بیشتری به ما اضافه شدند. همه اینها به واسطه پایان کرونا نبود و تورم ناخواسته‌ای که اتفاق افتاد و کاهش قدرت خرید مردم یک محرک جدی برای کل صنعت لندتک شد. یکی از اتفاقات‌های دیگری که موازی آن افتاد، جلسات متعددی بود که با بانک‌ها داشتیم. پس از نامه بانک مرکزی مبنی بر منع لیزینگ‌ها از همکاری با لندتک‌ها، بانک‌ها به این فضا ورود کردند که این ورود باعث شد برخی حوزه‌های جدید که نیازمند تأمین مالی بودند باز شوند؛ برای مثال لوازم دیجیتال و لوازم خانگی از جمله این حوزه‌ها بودند.»

که ما کار را آغاز کردیم هنوز چیزی به نام چک صیادی و سفته به این معنا وجود نداشت و از دید خیلی‌ها فروش اقساطی به‌صورت صددرصد جزء مطالبات غیرقابل وصول به‌شمار می‌آمد. با توجه به اینکه شرکت ما تازه تأسیس بود و پشتوانه مالی قدرتمندی نداشت به‌دنبال راهی بودیم که کمترین ریسک را برایمان داشته باشد. این راه برای ما ورود به فضای سازمانی بود. همچنین ما به‌دنبال این بودیم که افراد بیشتری را درگیر این نوع خدمات کنیم که از این منظر هم رفتن سراغ سازمان‌ها انتخاب بهتری بود. در آن سال‌ها خدمات دندان پزشکی جزء حوزه‌های مورد علاقه مدیران رفاهی در سازمان‌ها بود؛ برای اینکه بتوانند آن را برجسته کنند. در نتیجه رفتن به سمت این فضا از جنبه‌های تقاضا، بازاریابی، سرعت بازاریابی و کنترل ریسک شرایط خوبی برای ما داشت.»

او ادامه می‌دهد: «ما برای افراد پرونده الکترونیک سلامت تشکیل می‌دادیم و خدمات آنها را ثبت و کنترل خسارت می‌کردیم. یکی دیگر از کارهایی که انجام می‌دادیم گارانتی کردن خدمات درمانی ارائه‌شده بود. مجموعه تجربه‌هایی که در این حوزه داشتیم در کنار فضای خدمات اقساطی و چشم‌اندازی که برای آن داشتیم باعث شد ما از آبان ۱۳۹۷ تا شهریور ۱۳۹۸ از سه مرکز دندان پزشکی به ۱۶۰ مرکز دندان پزشکی در سطح کشور برسیم که سرعت رشد بسیار بالایی با استقبال گسترده بود. همچنین تا شهریور ۱۳۹۸ نیز ۵۰ هزار نفر از خدمات دندان پزشکی اقساطی ما استفاده کرده بودند که آمار قابل توجهی بود. این رشد ادامه داشت تا با رخدادهای آبان ۱۳۹۸ روبه‌رو شدیم و پس از آن هم دوران کرونا آغاز شد.»

کرونا؛ بحرانی که به فرصت تبدیل شد

کرونا با وجود تلخی‌هایی که با خود داشت، اما به لحاظ کسب‌وکاری برآیند خوبی برای این مجموعه رقم زد و آنها را با یک چالش عجیب مواجه کرد. شفییعی ضمن بیان این صحبت‌ها خاطرنشان می‌کند: «تمرکز کسب‌وکار ما روی حوزه دندان پزشکی بود و به دلیل کرونا صددرصد مراکز دندان پزشکی بسته شدند. اما در عین حال چند اتفاق خوب هم افتاد؛ یکی از آنها این بود که فضای جامعه به سمت استفاده از خدمات دیجیتالی رفت. ما در این دوره به سمت حوزه‌هایی رفتیم که می‌شد خدمات اعتباری را در آن ارائه داد و مردم نیز در آن شرایط می‌توانستند از آن استفاده کنند. دومین حوزه‌ای که ما به سمت آن رفتیم فروشگاه‌های زنجیره‌ای بود. خودمان هم این پیش‌بینی را نداشتیم که این اندازه در این زمینه از خدمات ما استقبال شود.»

او تأکید می‌کند: «مذاکره برای ورود به این فضا را قبل از کرونا شروع کرده بودیم و همه‌گیری موجب تسریع آن شد. «جامبو» اولین فروشگاه‌ای بود که به ما برای فعال کردن امکان خرید اعتباری پاسخ مثبت داد. البته خود آنها هم احتمال بالایی برای موفقیت این پروژه در نظر نمی‌گرفتند و نگرانی‌هایی مانند تشکیل صف و... داشتند. ما در فروردین ۱۳۹۹ اولین کیف پول اعتباری بودیم که خرید اعتباری را روی فروشگاه جامبو فعال کردیم و استقبال از این حوزه با سرعت عجیب متوسط ۳۰ درصد در ماه رشد داشت. شاید یکی از دلایل رشد بالای این نوع خرید کردن فرایند ساده و سریعی بود که برای آن در نظر گرفته بودیم.»

ری‌برندینگ؛ از گلوریت به کیپا

مجموعه کیپا در ابتدای فعالیت با نام گلوریت آغاز به کار کرده بود، اما پس از مدتی تصمیم بر این شد که مسیر را با نام دیگری ادامه دهد. علیرضا شفییعی، مدیرعامل



وقتی درباره سبک زندگی اعتباری، صحبت می‌کنیم، پشت آن تعریف دیگری به نام سبک زندگی مبتنی بر اعتماد وجود دارد.

صحت می‌کنیم، پشت آن تعریف دیگری به نام سبک زندگی مبتنی بر اعتماد وجود دارد. در واقع ما داریم می‌کنیم. در کشورهای دیگر بسیاری از کسب‌وکارها مبتنی بر این سبک زندگی اجتماعی ساخته شده‌اند، ولی ما در ایران هنوز چنین چیزی نداریم



او ادامه می‌دهد: «ما با گروه‌های بزرگی مانند «انتخاب» و «پاکشوما» قرارداد منعقد کردیم و از سمت سازمانی هم کیپا یک گسترش جدی داشت و حدود ۴۰ الی ۵۰ سازمان و چند بانک به آن اضافه شدند و به یک جمعیت ۴۰۰، ۵۰۰ هزار نفره از مشتریان رسیدیم. حوزه فروشگاه‌های زنجیره‌ای و این نحوه از خرید آن قدر مطلوب بود که کم‌کم خود فروشگاه‌ها بودند که به سراغ ما می‌آمدند و این موضوع روند رشد کیپا را خیلی تسریع کرد.»

توسعه خدمات در حوزه لندتک

این فعال حوزه لندتک با این توضیح که ما یکسری گروه اقتصادی بزرگ و مجموعه‌های بانکی در کشور داریم که علاقه‌مند هستند حوزه فروش اقساطی را توسعه دهند، ادامه می‌دهد: «آنها به صورت سنتی این حوزه را داشته‌اند و قصد دارند آن را مکانیزه و بزرگ کنند و تجربیات جدیدی در این بخش داشته باشند. یکی از خدماتی که ما امروز در حال ارائه هستیم و فکر می‌کنم که مختص کیپاست و مجموعه ما در آن تجربیات ارزشمندی دارد، بخش زیرساخت است. امروز یکسری از گروه‌های اقتصادی بزرگ در کشور و یکسری از بانک‌ها، از کیپا یک زیرساخت خرید اعتباری گرفته‌اند که کل کسب‌وکار خرید اعتباری یا فروش اقساطی کالاهایشان را روی این زیرساخت سوار کرده‌اند. بانک‌ها، تولیدکنندگان، شرکت‌ها و صندوق‌های بزرگ ذی‌نفعانی هستند که از این سرویس استفاده می‌کنند.»

شفیعی اضافه می‌کند: «در فضای سازمانی یا فردی ما چند سرویس اصلی داریم؛ یکی از آنها بحث خدمات خرید اعتباری است که این بخش هم به صورت BNPL است که با اعتبار کوتاه‌مدت دو، سه‌ماهه وجود دارد و هم در قالب خرید اقساطی است که بسته به رسته‌ها و فروشگاه‌های مختلف، خدمات به صورت بلندمدت‌تر و بدون بهره ارائه می‌شود. یکسری خدمات مبتنی بر تسهیلات هم داریم که ما در این حوزه با بانک «مهر ایران» قرارداد داشتیم و با چند بانک دیگر نیز کار را آغاز کرده‌ایم که در آن شما می‌توانید تسهیلات بلندمدت بگیرید. در قالب خرید اعتباری اگر اعتبار میان تا ۵ تا ۱۰ میلیون باشد در حالت تسهیلاتی میان ۵۰ تا ۱۰۰ میلیون تومان خواهد بود که می‌توانید این تسهیلات را در اقساط ۱۲، ۲۴ و ۳۶ ماهه بسته به مکانیسم‌های ضمانتی مختلف برای خرید کالاهای سرمایه‌ای مانند لوازم خانگی، کالای دیجیتال و... استفاده کنید. در حوزه فروشگاه‌ها نیز ما خود را شریک آنها می‌دانیم و علاوه بر خدمات فروش اعتباری که طی آن به فروشگاه‌ها مشتری معرفی می‌کنیم، در حال تلاش هستیم تا علاوه بر راهکارهای افزایش فروش و توسعه ابزارهای مارکتینگ، یک توتال سولوشن ۳۶۰ درجه طراحی کنیم و در خدمت فروشگاه‌ها قرار دهیم تا نگاهمان تنها فروش اعتباری نباشد، بلکه نگاه رشد فروش و توسعه شبکه کسب‌وکار را هم داشته باشیم.»

ارائه راهکارهای لندتکی با مدل B2C

مدیرعامل کیپا ضمن اشاره به اینکه با توجه به سیاست‌های این مجموعه عمده مخاطبان آن در حال حاضر سازمانی هستند اعلام می‌کند که به‌زودی از راهکار B2C که در آن افراد هم بتوانند از این خدمات استفاده کنند، رونمایی خواهد شد. او در توضیح این طرح می‌گوید: «ما تجربیاتی در حوزه B2C داشته‌ایم و چند بار به صورت نمونه

محصولی را راه‌اندازی کرده و آن را مورد آزمایش قرار داده‌ایم. در نتیجه یک الگوریتم و مدل اعتبارسنجی داریم که بر اساس تجربیات گذشته فکر می‌کنیم امروز بهتر می‌توانیم در این حوزه آنالیز رفتار داشته باشیم و خدمات ارائه دهیم. اما باید توجه داشت در بسیاری از جاها بحث‌های ضمانتی خواسته پلتفرم نیست، بلکه برای مثال خواسته بانک طرف قرارداد پلتفرم است. احتمالاً ما حوزه B2C را با یکی از تضامین چک یا سفته بر اساس میزان تسهیلاتی که فرد می‌خواهد بگیرد شروع می‌کنیم.»

عوامل مؤثر بر رفتار کاربران در بازپرداخت اقساط

شفیعی در پاسخ به این سؤال که آیا نرخ نکول در رسته‌های مختلفی که در آن خدمات اعتباری ارائه می‌شود، متفاوت است، عنوان می‌کند: «داده‌های ما چنین چیزی را نشان نمی‌دهد که رسته‌های خدمت‌دهی در میزان نرخ نکول مؤثر باشند. اما شاید عواملی مانند سن، تحصیلات و شغل در این موضوع تأثیراتی داشته باشند. البته چون کاربران ما سازمانی و انتخاب شده هستند، شاید خیلی این داده‌ها دقیق نباشند. بر اساس داده‌های ما افراد در بازه سنی میان ۳۰ تا ۶۰ رفتار بهتری دارند. البته درباره افرادی که سن بیشتری دارند باید این موارد را در نظر گرفت که شاید فرد راحت نباشد که با سیستم‌های جدید کار کند یا اینکه این نرخ تابع این باشد که فرد فراموش می‌کند و... مؤلفه دیگری که در نرخ نکول مؤثر است میزان حقوق است. ما بر اساس آنالیز داده‌های خود متوجه شدیم که افراد با یک بازه‌ای از حقوق دریافتی رفتار خیلی بهتری دارند اما بازه‌های بالاتر و پایین‌تر از آن چنین نیستند.» براساس گفته‌های علیرضا شفیعی، در حوزه خدمات سلامت به صورت اعتباری که کیپا ارائه می‌دهد، بیشترین میزان خدمات در حوزه دندان پزشکی است و پس از آن بحث‌های زیبایی، فیزیوتراپی و سایر بخش‌های این حوزه قرار می‌گیرند.

چشم‌انداز کیپا برای آینده

او درباره برنامه‌های آتی این مجموعه می‌گوید: «در کیپا یک گام جدی در فضای خدمات سلامت برداشتیم و با دوسه بیمارستان از جمله «نور» قرارداد منعقد کرده‌ایم که بتوانیم خدمات چشم‌پزشکی را به صورت اعتباری ارائه دهیم. یک طرح ویژه هم داریم که با کمک صنعت بیمه تکمیلی درمان پیش می‌بریم که در صورت نهایی شدن از آن رونمایی خواهیم کرد. این طرح به نظرم یک تحول جدی در حوزه دریافت خدمات درمانی برای قشری است که تحت پوشش بیمه تکمیلی نیست. هنوز سهم عمده‌ای از جامعه ما تحت پوشش بیمه تکمیلی درمان نیستند یا اینکه پوشش آنها محدود است. ما حدود یک سال و نیم است که در کیپا در حال تلاش هستیم تا بتوانیم به قشری که می‌توانند اقساط را بازپرداخت کنند اما یک مشکل سلامتی برایشان پیش آمده، کمک کنیم تا سلامت‌شان را به دست بیاورند و پس از آن هزینه درمان را پرداخت کنند.»



در کیپا یک گام جدی در فضای خدمات سلامت برداشتیم و با دوسه بیمارستان از جمله «نور» قرارداد منعقد کرده‌ایم که بتوانیم خدمات چشم‌پزشکی را به صورت اعتباری ارائه دهیم. یک طرح ویژه هم داریم که با کمک صنعت بیمه تکمیلی درمان پیش می‌بریم که در صورت نهایی شدن از آن رونمایی خواهیم کرد. این طرح به نظرم یک تحول جدی در حوزه دریافت خدمات درمانی برای قشری است که تحت پوشش بیمه تکمیلی نیست



مهسا نجاتی



عصر تراکتس

گسپ و کار

۳۳

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و پنجم

در گفت و گو با سامان بیرقی، رئیس هیئت مدیره صرافی اوام پی فینکس درباره وضعیت رگولاتوری حوزه رمزارز در کشور مطرح شد

به مشارکت حاکمیت بخش خصوصی نیاز داریم

صرافی ارز دیجیتال اوام پی فینکس، اواخر سال ۱۳۹۹ فعالیت خود را شروع کرد و با اینکه دیرتر از سایر رقبای خود وارد این بازار شد، اما تاکنون مسیر رشد خوبی را طی کرده و همچنان به طور مصمم در این راستا قدم برمی دارد. صرافی ارز دیجیتال اوام پی فینکس بستری برای مبادلات انواع رمزارزهاست که خدماتی چون بازار آزمایشی (دمو) را برای کاربران خود فراهم کرده و دارای انواع بازارها به صورت ریالی و تتری است. در حال حاضر نیز بیش از ۱۰۰ متخصص در حوزه بلاکچین، آموزش، دیجیتال مارکتینگ و پشتیبانی در مجموعه اوام پی فینکس مشغول به فعالیت هستند و در تلاش اند تا سهم بازار خود را با وجود رقبای بزرگی که دارند، افزایش دهند. در گفت و گویی که با سامان بیرقی، رئیس هیئت مدیره و مؤسس این صرافی داشتیم، علاوه بر اینکه به فعالیتهای این شرکت پرداختیم، وضعیت رگولاتوری حوزه رمزارز در کشور را نیز بررسی کردیم. به گفته بیرقی، رقابت جزء برنامه های جدی آنهاست و در این زمینه نیز به طور مصمم پیش می روند. او بر این عقیده است که رگولاتوری این حوزه در کشور صرفاً به تعامل بین بخش خصوصی و حاکمیت بستگی دارد و لازم است تا فعالان این حوزه نقش صنفی پررنگ تری را بازی کنند. در ادامه گزارشی از این گفت و گورا می خوانید.



◀ دیر شروع کردیم، اما به سرعت پیش رفتیم

سامان بیرقی، رئیس هیئت مدیره اوام پی فینکس ابتدا درباره شروع کار این صرافی صحبت می کند. به گفته او، درست است که اوام پی فینکس دیرتر از رقبای خود شروع به کار کرده، اما توانسته سرعت رشد خوبی را در سال های فعالیتش تجربه کند. او می گوید: «از روزی که در اوام پی فینکس کار را شروع کردیم، تاکنون چند نکته

برای ما وجود داشته است. ما نسبت به سایر رقبای دیرتر این کار را شروع کردیم. به عنوان مثال همکاران ما در این حوزه از سال ۱۳۹۶ یا اواخر ۱۳۹۵ وارد این بازار شدند، ولی ما از پایان سال ۱۳۹۹ کار خود را شروع کردیم. اتفاقی که از روز اول تاکنون افتاده این است که ما به حوزه توسعه و زیرساخت توجه بسیار ویژه ای داشتیم. اگر بخواهیم گزارشی از اتفاقاتی که در سال های اخیر افتاده، بدهم این است که ما در بحث امنیت تمرکز زیادی داشتیم و نقاط ضعف و قوت خودمان را نسبت به مارکت و سایر رقبای و حداقل هایی که یک صرافی احتیاج دارد به عنوان یک پلتفرم مالی داشته باشد، بررسی و استانداردهای لازم را رعایت کردیم.»

طبق صحبت های بیرقی، اوامپی فینکس به مقوله امنیت توجه ویژه ای دارد و در این راستا تیم SOC مستقر و دائمی دارند: «در بحث امنیت می توانم بگویم که یک تیم پیشرو هستیم. تاکنون هم خوشبختانه برای صرافی ما اتفاقی نیفتاده است. اما متأسفانه امروزه در برخی صرافی های داخلی شاهد هک و نشست اطلاعات و بدتر از آن، هک در فضای دیتابیس صرافی ها هستیم که به راحتی می تواند ناامنی را برای کاربران ایجاد کند. ما به این موضوع اهمیت زیادی داده ایم و سعی داریم مسیر درستی را در زمینه امنیت طی کنیم. نکته دیگر، ساختار فنی خود صرافی است که ما در این زمینه نیز طی این سال ها سعی کرده ایم خود را به استانداردهای جهانی نزدیک کنیم. در حال حاضر در حال انجام پروژه میکروسرویس هستیم که به طور آبی نیاز کاربران را برطرف می کند. این محصول بسیار محصول پیچیده ای بوده و روی مقیاس های بالا در همه شرایط می تواند کمک کننده باشد. نزدیک به دو سال است که در حال کار روی این محصول هستیم و آپدیت های لازم را به صورت مداوم انجام می دهیم و با توجه به اینکه رگولاتوری مشخصی در این حوزه وجود ندارد، سعی داریم مواردی را که نیاز است، مدام اضافه کنیم.»

◀ هدف؛ ارائه خدمات بهتر

بیرقی با بیان اینکه رقابت جزء برنامه های جدی این صرافی در بازار است، می گوید: «در مسئله تعامل مالی که با کاربر وجود دارد، ما می توانستیم رویه سودآورتری را در پیش بگیریم، اما هزینه های بیشتری را متحمل شدیم تا بتوانیم خدمات بهتری را ارائه دهیم. درست است که ما رقابتی قدیمی تری داریم، اما نگاه ما این است که پیشی گرفتن از این دوستان کار سختی نیست. رقابت جزء برنامه های جدی ماست و ما در این زمینه به طور مصمم پیش می رویم. با این حال، متأسفانه در کامیونیتی ما هیچ گونه اتحاد و همبستگی بین شرکت های همکار وجود ندارد؛ از این رو حاکمیت نیز نمی تواند تصمیم درستی در این حوزه بگیرد. در این قسمت نیز ما از جهات مختلف در حال کمک به حاکمیت هستیم تا موضوع رگولاتوری و امنیت بیشتر برای صرافی ها فراهم شود. صرافی های خارجی جای امنی برای کاربران ایرانی نیستند و در تلاش هستیم تا با قانون گذاری درستی که می شود برای این حوزه در کشور اتفاق بیفتد، امنیت و اعتماد لازم برای صرافی های داخلی نیز فراهم شود.»

◀ ضرورت تعامل بخش خصوصی و حاکمیت

بیرقی سپس درباره وضعیت رگولاتوری حوزه رمزارز در کشور صحبت می کند. به عقیده او، بخشی از این نقطه خاکستری که آنها در سال های اخیر سپری می کنند، مربوط به سهل انگاری حاکمیت است، اما بخش عمده آن عدم همبستگی و عدم نگاه مشترک و خالی از منافع شخصی در انجمن های مختلف و این کامیونیتی است. او در توضیح این موضوع می گوید: «امروز، هر کسی به فکر کسب و کار خودش است و به این فکر نمی کند که این حوزه کودک نوپایی است که وارد ایران شده و چند سال است که دارد بدون شناسنامه زندگی می کند و ما هم برای آن تلاش خاصی نمی کنیم و منتظریم ببینیم که حاکمیت چه اقدامی برای آن انجام می دهد. پس به نظر من، همه چیز از خود ما شروع می شود و با توجه به تلاشی که خود من دارم، فکر می کنم حاکمیت مشتاق است که به آن کمک کنیم تا این حوزه به یک نظم و سامان دهی برسد. در نتیجه تعامل بین بخش خصوصی و حاکمیت باید در اکوسیستم رمزارز کشور نیز پررنگ تر شود.»

بیرقی بر این عقیده است که امروز، حاکمیت به رگولاتوری حوزه رمزارزها تمایل دارد و می خواهد که این حوزه به سروسامان برسد و ادامه می دهد: «اما انگشت ما مدام به سمت حاکمیت است. به نظر من، همان اندازه که به عنوان بخش خصوصی از حاکمیت انتظار داریم تکلیف مان روشن شود، از طرف دیگر در این کامیونیتی نیاز به اتحاد و یکپارچگی نیز وجود دارد. از انجمن صنفی گرفته تا انجمن فین تک و انجمن بلاکچین باید در این راستا اتحاد و هماهنگی داشته باشند. امروزه، حاکمیت آمادگی لازم را دارد که این حوزه را به سامان دهی برساند و به سرانجام رسیدنش به همت فعالان این حوزه برمی گردد.»

◀ در تلاش برای نگهداشت نیروی انسانی

رئیس هیئت مدیره اوامپی فینکس سپس درباره چالش هایی که از جنس نگهداشت نیروی انسانی دارند، صحبت می کند. او در این خصوص این طور توضیح می دهد: «در صرافی اوامپی فینکس، هر روز یک تیم بزرگ به توسعه آن فکر می کند (چه از لحاظ زیرساختی و چه از لحاظ امنیتی). اتفاق بدی که برای ما در این مدت افتاده، این است که تعداد بسیار زیادی از نیروهای حرفه ای ما به تازگی از ایران رفته اند. بسیاری از شرکت ها همچون ما با این مسئله

روبه رو هستند و از لحاظ جذب نیرو و منابع انسانی در ایران بحران وجود دارد. ما با همه تلاش هایمان در بخش نیروی انسانی باز هم نگاه راهی به آن داریم، نه نگاه قربانی شدن. ما به خاطر از دست دادن نیروهای قدیمی خود ناراحت می شویم و در تلاش هستیم که برای چنین مسائلی راه حل پیدا کنیم. به همین خاطر در تلاش هستیم تا امکانات بهتری را به کارکنان خود ارائه دهیم تا آنها فکر رفتن به ذهن شان خطور نکند. مسئله ای که در اوامپی فینکس جریان دارد این است که افراد احساس تعلق داشته باشند.» او به چالش های دیگری که در مدت فعالیت خود با آن روبرو شدند نیز اشاره می کند و می گوید: «اگر از طرف حاکمیتی بخواهم بگویم، زمانی درگاه ها را می بستند و در این زمینه صلبی رفتار می شد. این موضوع یکی از چالش ها و استرس هایی بود که داشتیم. بیشترین چالشی که در این مدت تجربه کردیم نیز به زمانی که وارد بازار شدیم، برمی گردد که سرعت رشد اطلاعات ما بسیار بالا بود و فکر نمی کردیم به این شکل پیش برویم، اما با توجه به اهدافی که برای اوامپی فینکس مشخص کرده بودیم، متوجه شدیم که این موضوع نیاز به انرژی، زمان و هزینه متفاوتی دارد. چالش هایی که تجربه کردیم بیشتر از جنس رشد بوده و به فکر این بودیم که چه کاری برای بهتر شدن باید انجام دهیم. البته چالش های درون سازمانی نیز داشتیم و به این می اندیشیدیم که چگونه نیروی کار بهتری را تربیت کنیم و مدیریت کردن این موضوع کار ساده ای نبود. همچنین از زمانی که تعداد نیروی کار ما بالا رفته، با چالش های گونه گون تری مواجه هستیم و تلاش می کنیم راه حل های بهتری را برایشان پیدا کنیم.»

◀ همه موافق رگولاتوری نیستند

بیرقی آینده روشنی را برای حوزه رمزارز کشور متصور است، اما می گوید: «با این حال نمی توانم بگویم که رگوله شدن این حوزه می تواند به همه فعالان کمک کند یا خیر؛ کما اینکه ممکن است همه فعالان نیز با این موضوع موافق نباشند. من به نوبه خود، تا به امروز هر کمکی را که می توانستم در این زمینه انجام دهم، انجام داده ام. من در انجمن فین تک و انجمن بلاکچین عضو هستم و جزء هیئت مؤسس انجمن بلاکچین خراسان نیز هستم و در تمام این انجمن ها سعی داریم به حاکمیت کمک کنیم. اما آن اتحاد لازم بین همه ما وجود ندارد. همه صرافی ها کار خودشان را انجام می دهند و به صورت صنفی به این حوزه نگاه نمی کنند. در حال حاضر، انجمن فین تک در این حوزه تلاش های زیادی را انجام می دهد. ما هم برای این اکوسیستم جوان باید تلاش های لازم را انجام دهیم.» او می گوید که نگاه شان به این حوزه بسیار امیدوارانه است: «ما به حواشی توجهی نمی کنیم و تمرکزمان صرفاً به سمت هدف و مقصودمان است و تأسفی که امروز داریم، علاوه بر نبود یک اتحاد در اکوسیستم رمزارز کشور، به از دست دادن نیروهای ماهر این حوزه و فرار مغزها نیز برمی گردد. امیدوارم به عنوان بخش خصوصی بتوانیم شرایطی را فراهم آوریم که با حمایت رگولاتور، از خروج نیروهای متخصص و نخبگان این حوزه جلوگیری کنیم.»



همراه کارت

غزل یگانگی



عکس: نسیم اقتصادی

محمد رشیدی، مدیرعامل جدید همراه کارت از استراتژی های پیش رو این شرکت می گوید

اولویت مان بهبود تجربه کاربری است

همراه کارت یکی از بازیگران اصلی حوزه پرداخت است که اخیراً تغییر مدیریتی را تجربه کرده و محمد رشیدی مدیرعاملی و نایب رئیسی آن را بر عهده گرفته است. اصلی ترین اولویت رشیدی در مسیر جدید همراه کارت بهبود تجربه کاربری است. آن طور که او می گوید، همراه کارت با ۲۱ میلیون نصب، قرار است همزمان با بهبود زیرساخت های خود، به بازارهای جدیدی وارد شود و از یک اپ پرداختی بودن فراتر رود و حتی به فرابورس وارد شود. در ادامه گزارشی از گفت و گوی عصر تراکنش را با محمد رشیدی، مدیرعامل جدید همراه کارت درباره برنامه های تیم مدیریتی جدید می خوانید.



عبور از بازارهای سوخته

با توجه به صحبت های محمد رشیدی، مدیرعامل جدید همراه کارت، این اپلیکیشن در سال های فعالیتش توانسته بدون هزینه مارکتینگ، کاربران زیادی از جمله کاربران آیفون را به خود جذب و با افزایش سهم بازار، به سرعت به یکی از بازیگران اصلی بازار تبدیل شود. او معتقد است با وجود رشد مستمر همراه کارت در بعضی بخش های اصلی و رسیدن شرکت به جایگاه دوم، خدمات همراه کارت با نیازهای بازار و مخاطب همسو نبوده و به مرور زمان روند رشد به وضعیتی معمول رسیده است: «در همین راستا در دوره جدید مدیریتی به دنبال ایجاد تغییر در هسته اصلی همراه کارت و افزایش سهم بازار جدی هستیم.» رشیدی، فروش شارژ و بسته اینترنت را بازارهای سوخته ای می داند که همراه کارت نمی خواهد بر آنها

متمرکز شود. او در این خصوص می گوید: «در خدمات معمول با سایر بازیگران اصلی وارد رقابت نمی شویم. در واقع سرمایه و منابع شرکت به بازارهای جدید اختصاص پیدا می کند و به زودی اخبار جدیدی از خدمات و بازارهای جدید همراه کارت با رویکرد پایداری و افزایش کیفیت سرویس ها منتشر می شود.»

همراه کارت در حال حاضر ۲۱ میلیون نصب دارد و بنا بر گفته های رشیدی، این موضوع یعنی در بازه های متفاوت ۲۱ میلیون نفر استفاده از همراه کارت را تجربه کرده اند. در همین راستا اولین اولویت همراه کارت بهبود تجربه کاربری به واسطه افزایش کیفیت زیرساخت هاست. او با بیان اینکه بانک آینده و شرکای تجاری همراه کارت، پشتوانه شرکت در مسیر همسوس شدن با وضعیت اقتصادی ایران هستند، می گوید: «به این واسطه سرویس هایی را با رویکردی نوآورانه طراحی کرده ایم تا هم تجربه کاربری خوبی را رقم بزنیم و هم پاسخگوی نیازهای مردم جامعه در سطوح گوناگون باشیم.» او معتقد است همراه کارت به واسطه تجربه کاربری بسیار خوبی که داشته، به جایگاه کنونی خود رسیده و به همین دلیل توسعه این موضوع برای همراه کارت اولویت درستی است: «تنوع سرویس در اکوسیستم فین تک ایران ظرفیت مشخصی دارد و نمی شود به افزایش ظرفیت آن اتکا کرد. لزوم توسعه پایدار؛ ایجاد بازارهای جدید و تجربه متفاوت در استفاده از خدمات است.»

عصر تراکنش

کسب و کار

۶۵

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و پنجم

◀ ورود به بورس و تلاش برای همسویی با شرایط اقتصادی

آن طور که رشیدی می‌گوید، یکی از چشم‌اندازهای همراه کارت ورود به بورس است: «ورود به بازار سرمایه، چالش‌ها و سختی‌هایی به همراه دارد و راهکار مقابله با آن پایداری کسب و کار است. این بدان معناست که شرکت علاوه بر رعایت الزامات بورس و فرابورس باید قابل پیش‌بینی و کم‌ریسک هم باشد و با تعدد دسته‌بندی خدمات بتواند از هر بخش خلق ارزش کند.» به تأکید او، به‌طور کلی فعالیت‌های همراه کارت به سمتی می‌رود که بتواند در شرایط ناپایدار اقتصادی ایران هم قابل پیش‌بینی باقی بماند.

◀ خدماتی برای جامعه‌ای با سواد دیجیتالی متفاوت

طبق گفته‌های مدیرعامل همراه کارت، حدود ۷۵ درصد از جامعه ایران که از فضای اینترنت استفاده می‌کنند و بخش مهمی از بدنه جامعه ایران را تشکیل می‌دهند، هدف ارائه خدمات گسترده مالی آنها خواهند بود. او می‌گوید که از آنجایی که این گروه بخش اصلی تشکیل‌دهنده بدنه اقتصاد دیجیتال است، همراه کارت برای ورود به این بخش برنامه‌ریزی کرده و می‌خواهد خدمات خود را با بدنه مخاطبان اقتصاد دیجیتال کشور همسو کند. رشیدی با تأکید بر اینکه همراه کارت برای رقابت با سایر بازیگران برنامه‌ای ندارد و نمی‌خواهد بازاری را از شرکتی با فعالیت مشابه بگیرد، تصریح می‌کند که همراه کارت با ایجاد نوآوری‌ها و خدماتی که به‌زودی در اختیار کاربران قرار می‌دهد، بازارهای جدیدی برای خود خواهد ساخت و بازیگر اصلی آن بازار خواهد شد: «در این مسیر قطعاً حرکت کاربران به سمت همراه کارت برای استفاده از خدمات جدید، سایر بازیگران اپلیکیشن‌های خدمات مالی را تحت تأثیر قرار خواهد داد.» از نگاه او، همراه کارت در بازار جدیدی که خودش می‌سازد رتبه اول را خواهد داشت و سهم بازاری متفاوت از اکنون، به دست می‌آورد.

◀ چالش‌های ایجاد نوآوری در چهارچوب رگولاتوری

از دیدگاه رشیدی یکی از چالش‌های شرکت‌های آمیخته به فناوری، نیروی انسانی متخصص و در گام بعدی رگولاتور است که می‌تواند موانعی جدی برای توسعه شرکت‌ها باشند. او در این خصوص می‌گوید: «چالش نیروی انسانی از آن دست چالش‌هایی است که به مرور زمان کم یا رفع نخواهد شد و اتفاقاً همراه کارت نیز با آن روبه‌روست. چالش دیگر برخورد رگولاتور با نوآوری است. رگولاتور به‌شدت سخت‌گیر و نوآوری بسیار سریع است. بخشی از نگرانی ما به این دلیل است که به ازای نوآوری‌های کسب و کارها قانون و مستنداتی وجود ندارد.» او صراحتاً درباره سیاست همراه کارت در برخورد با رگولاتور می‌گوید: «مبنای همراه کارت ساختن کسب و کار پایدار است، به همین دلیل در فضایی که برای رگولاتوری استاندارد است، به نوآوری می‌پردازیم.»

◀ اولویت ما نیاز کاربر است، نه منافع بانک

اصلاح نظام کارمزد بعد از بیش از یک دهه صورت گرفت و بر اساس آن قرار شد کارمزد کارت به کارت رقمی معادل ۷۲۰ تومان باشد، اما بر اساس تصمیمات رگولاتوری پرداخت‌سازها که اپلیکیشن‌های پرداختی هستند، از این رقم سهمی ندارند. در واقع با این استدلال که سرویس کارت به کارت، یک خدمت بانکی است، نه یک ارزش افزوده، کارمزد این بخش صفر در نظر گرفته شده است. رشیدی در پاسخ به سؤالی مبنی بر آسیب‌زا بودن این رویکرد برای پرداخت‌سازها و اینکه آیا ممکن است از ارائه این خدمت به دلیل نداشتن سهم کارمزد دست بکشند، توضیح می‌دهد: «بر اساس اصول هزینه-فایده، ملاک تصمیم ما برای ارائه سرویس، نیاز کاربران است. کارت به کارت برای اپلیکیشن‌های فین‌تکی به دلیل چسبندگی کاربر به اپ خدمت جذاب و برای بانک‌ها یک منبع درآمد است. امید داریم که ماجرا حل شود و ما نیز با توجه به حجم بالای کارت به کارت‌مان از تراکنش منتفع شویم. اما همراه کارت در این باره یک استراتژی مهم برای خود طراحی کرده است.»

مدیرعامل همراه کارت صراحتاً عنوان می‌کند که این شرکت برای رشد و توسعه بازار، برای کارمزد کارت به کارت برنامه‌ریزی نکرده و ترجیح می‌دهد از ارائه سرویس‌های جدید خود به درآمد دست پیدا کند: «اما با توجه به منافعی ناشی از عدم مراجعه کاربران به شعب بانک‌ها و همچنین هزینه‌گران نگهداری سرویس و کاربر و جذب مشتریان برای اپلیکیشن‌ها، منطقی است که پرداخت‌سازها از کارمزد سهم داشته باشند.» او صحبت‌هایش را این‌گونه ادامه می‌دهد: «در فرایندهای استفاده از خدمات در دنیا نیز مصرف‌کننده‌هایی

پرداخت‌کننده کارمزد است، اما در بازار ایران، به دلیل فرهنگ‌سازی‌های باقی‌مانده از گذشته، در برخی بخش‌های بازار مردم این خدمات را رایگان می‌دانند و فکر می‌کنم هزینه تغییر نمی‌تواند توسط اپلیکیشن‌ها پرداخت شود. اما امیدواریم با حمایت رگولاتور و تغییرات در نظام کارمزد، اصلاحات مفیدی رخ دهد.» او معتقد است تغییرات اخیر نظام کارمزد مثبت بوده و نیازمند گام‌های دیگری نیز هست. رشیدی در این خصوص می‌گوید: «هزینه‌ها هر سال به شکل فزاینده‌ای رشد کرده، اما درآمدهای ناشی از کارمزد افزایش پیدا نمی‌کند. بنا به شرایط اقتصادی جامعه میانگین مبلغی تراکنش رشد داشته، اما تعداد آنها افزایش نداشته و به همین دلیل انتخاب همراه کارت در این فضا حرکت به سمت نوآوری است.» رشیدی معتقد است گستره خدمات بازیگران اصلی بازار نشان می‌دهد که آنها به حدی باهوش هستند که در کنار سرویس کارت به کارت، از ارزش افزوده‌های خود درآمد کسب کنند.

◀ ضرورت حفظ داده‌های کاربران و بانک آینده

مدتی قبل اپ‌استورهای بین‌المللی، به کاربران درباره حذف اپلیکیشن همراه کارت، اعلان می‌فرستادند که همراه کارت بدافزاری نامن است و بهتر است از تلفن همراه شما حذف شود. رشیدی در پاسخ به سؤالی درباره استراتژی‌های شرکت برای ارتقای امنیت و شفاف‌سازی بیان می‌کند که در هیاهوهای این ماجرا و بررسی کارشناسان امنیت، مشخص شد همراه کارت یک بدافزار نیست: «استفاده از واژه بدافزار درباره این مسئله یک عبارت نادرست است. علت اصلی این هشدارها این بود که تعامل درستی درباره خدمات و دسترسی‌های اپلیکیشن با استور شکل نگرفته بود.» او در ادامه تصریح می‌کند: «بدافزار دانستن یک اپلیکیشن الزاماً به معنای خلاء امنیت در آن بستر نیست؛ چراکه بعضی از رقبا با ایجاد کمپین‌های مخرب اپلیکیشن‌ها را ریبورت و آن را مسدود می‌کنند.» به گفته رشیدی، داده‌های بانک آینده و اطلاعات کاربران از عواملی هستند که استفاده همراه کارت از الگوریتم‌های امنیتی زائد را به ضرورت و بخش کلیدی تبدیل کرده است.

رشیدی در بخش پایانی صحبت‌های خود بار دیگر تأکید می‌کند که مهم‌ترین تمرکز همراه کارت بهبود تجربه کاربری در تمام لایه‌هاست: «همراه کارت در سال‌های گذشته، در مسیر رشد خود با چالش‌هایی زیرساختی مواجه بود و مجبور به ایجاد تغییرات بنیادین در سیستم‌های خود شد و در برهه‌ای هم برای ارائه سرویس‌های جدید به پوست‌اندازی نیاز داشت. این شرایط برای برخی از کاربران مان تجربه کاربری نامناسبی را رقم زد، به‌عنوان مثال تأخیر یا عدم موفقیت کارت به کارت یا باگ‌های پارت‌های همراه کارت مستقیماً بر تجربه کاربری کاربران فعال همراه کارت اثر می‌گذاشت. مهم‌ترین تمرکز امروز ما بهبود و بازگشت تجربه کاربری در تمام لایه‌هاست.» او خطاب به کاربران اعلام می‌کند که تا پایان امسال منتظر یک تجربه کاربری خوب از همراه کارت باشند

همراه کارت



ASAEETARAHOONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران



گفت وگویی با فرهاد اینالویی درباره زندگی شخصی و حرفه‌ای اش و مسیری که تاکنون طی کرده

یک بانکدار دیجیتال

فرهاد اینالویی متولد خردادماه ۱۳۴۸ در اصفهان و دارای مدرک کارشناسی مهندسی کامپیوتر از دانشگاه صنعتی اصفهان، کارشناسی ارشد اقتصاد از دانشگاه علامه و دکترای حرفه‌ای اقتصاد کسب و کار از دانشگاه تهران است. فردی که مسیر شغلی اش از کارخانه خودروسازی سایپا دیزل شروع و به شبکه بانکی کشور ختم شده و به گفته خودش نقش مهمی در توسعه بانک پارسیان و دیجیتالی کردن بانک ایران زمین داشته است. او در تمام طول فعالیت حرفه‌ای اش معتقد بوده که در هیچ مجموعه‌ای نباید بیشتر از پنج سال حضور داشته باشد؛ چراکه به نظرش یک جا ماندن، کرختی می‌آورد و او آدمی است که می‌خواهد در مسیر یادگیری باقی بماند. آخرین سمت شغلی که اینالویی در صنعت بانکی کشور داشته نیز معاون فناوری اطلاعات بانک ایران زمین بوده که بعد از گذشت هفت سال فعالیت، در شهریورماه سال جاری از این سمت بیرون آمده تا بتواند فعالیت‌های جدید دیگری را تجربه کند. به اعتقاد اینالویی، مدیران باید یاد بگیرند که با کارمندان شان دور یک میز گرد بنشینند؛ کاری که او نامش را «تجربه میزگرد» گذاشته و بر این عقیده است که باید جسارت حرف زدن را در کارمندان یک مجموعه به وجود آورد. در ادامه روایت زندگی شخصی و حرفه‌ای او را می‌خوانید.



بزرگ شدن در کوی افسران

فرهاد اینالویی در اولین روز از خردادماه سال ۱۳۴۸ در خانواده‌ای نظامی در اصفهان به دنیا آمده و تا سه سالگی در این شهر زندگی کرده است: «سه ساله بودم که به دلیل شغل پدرم و لزوم جابه‌جایی اش به تهران، اصفهان را ترک کردیم و به همراه خانواده به تهران آمدم و تا به امروز که ۵۴ سال دارم، در تهران زندگی کرده‌ام. من در یادگان بزرگ شده‌ام و خانه‌مان در کوی نظامی‌ها و کوی افسران بود و مدت زمان زیادی از زندگی ام را در کنار نظامی‌ها بودم. پدرم به منظور مأموریت‌های زیادی که داشت، گهگاه عازم سفر می‌شد و به یاد دارم که وقتی نوجوان بودم، پدرم به جنگ رفته بود و ما در خانه تنها بودیم و هر وقت که دشمن موشک باران مان می‌کرد، با چه ترس و لرزی به پناهگاه‌ها پناه می‌بردیم تا وضعیت به حالت عادی برگردد. کودکی و نوجوانی من گرچه در فضاهای نظامی و حتی در روزگار جنگ سپری شد، اما خاطرات خوشی از آن دوران دارم و وقتی به آن روزها فکر می‌کنم، خنده روی لب‌هایم می‌نشیند.»

درس خوان و بازیگوش

به گفته اینالویی، او از همان زمان کودکی علاقه زیادی به یادگیری و کتاب‌خوانی داشته و در تمام مقاطع تحصیلی اش نیز شاگرد اول مدرسه و گاه منطقه بوده است: «ریاضی، تاریخ و ادبیات را دوست داشتم و شطرنج بازی می‌کردم و از آن دست دانش‌آموزهای درس خوانی بودم که معمولاً در مدرسه این معلم‌ها بودند که دوستم داشتند و بچه‌ها دل خوشی از من نداشتند، چراکه همیشه تمام حواسم به درس بود. تمام دوران تحصیل من در منطقه ۱۱ تهران سپری شد؛ منطقه‌ای که پر از مدارس، مراکز آموزشی و دانشگاه بود و به منطقه بچه‌درس خوان‌ها معروف بود. دوران دبستانم را در مدرسه قابوس پشت سر گذاشتم و برای دو مقطع بعدی به ترتیب به مدارس بامداد و خوارزمی رفتم. اینها مدارس دولتی و خوب آن زمان بودند و جزء مدارس تراز اول کشور بودند. در این سال‌ها بارها و بارها در مسابقات گوناگون منطقه‌ای و استانی شرکت می‌کردم و به یاد دارم که چند بار در زمینه شعر و ادبیات مقام آوردم. با این وجود، زمانه ما به گونه‌ای بود که بچه‌های درس خوان را به رشته ریاضی می‌فرستادند تا مهندس شوند و من هم همین کار را کردم و به توصیه دیگران و البته علاقه زیادی که به ریاضی داشتم، در دبیرستان رشته ریاضی را انتخاب کردم.»

کارشناسی مهندسی کامپیوتر

او در سال ۱۳۶۶ دانشجوی رشته مهندسی کامپیوتر دانشگاه صنعتی اصفهان می‌شود و همین مسئله او را به زادگاه اصلی اش، اصفهان برمی‌گرداند: «در دهه ۶۰ هنوز رشته‌هایی نظیر کامپیوتر ترند نشده بودند و افراد زیادی نبودند که در خانه‌هایشان کامپیوتر داشته باشند و اصلاً بدانند کارکرد آن چیست و چه کارهایی می‌شود با آن انجام داد، اما من به این رشته علاقه داشتم و برای خواندنش در دانشگاه صنعتی اصفهان به اصفهان برگشتم و دوره کارشناسی ام را در خوابگاه دانشگاه صنعتی اصفهان زندگی کردم. این دانشگاه، دانشگاه به شدت خوبی بود



من در
زیمنس تجربه
کار با شرکت‌های
بین‌المللی را هم
پیدا کردم و اولین
باری که اینترنت
پرسرعت دیدم، در
این شرکت بود؛ آن
زمان همه اینترنت
DialUp داشتند
و ما اینترنت دو
مگابیتی داشتیم.
قرار بود من به
واحد دبی شرکت
زیمنس منتقل
شوم که دست بر
قضا، خودروسازها
تصمیم به تأسیس
یک بانک خصوصی
گرفتند و عقبه
من در کارخانه
خودروسازی باعث
شده بود که به
سراغ من بیایند

و اساتید بسیار باسوادی داشت و برخی می‌گفتند که این دانشگاه از روی دانشگاه MIT کپی برداری شده است. ترم آخر کارشناسی بودم که با دیدن یک آگهی استخدام به کارخانه سایپا دیزل رفتم و در آنجا مشغول به کار شدم.»

سایپا و اولین تجارب کاری

او تصمیم می‌گیرد که اولین تجربه کاری خود را در کارخانه خودروسازی سایپا دیزل رقم بزند و کارش را در سمت مهندس سیستم‌های IBM شروع کند: «همه کسانی که مهندسی کامپیوتر خوانده‌اند، می‌دانند که این کار چقدر پیچیده است و برای کسی که سابقه کار ندارد، کار دشواری است و باید حداقل پنج سال سابقه کار داشت تا بتوان از پس این مسئولیت برآمد، اما من با اصرار زیاد گفتم که این کار را می‌خواهم و هر طور که شده آن را به بهترین نحو ممکن انجام می‌دهم و مدیران آن کارخانه هم که عزم و اشتیاق من را دیدند، با وجود اینکه هنوز یک ترم تا فارغ‌التحصیلی داشتم و تا قبل از آن هم کاری نکرده بودم، من را قبول کردند و من مهندس سیستم آنجا شدم. برای اینکه از پس کار بریبایم، چیزی نزدیک به دو سال در شرکت داده‌پردازی دوره دیدم و یک استاد خصوصی برای من گرفته بودند که هر چه باید را به من یاد بدهد. به یاد دارم که خودم بودم و خودم و هیچ مدیری بالادست من نبود و من بودم و ده‌ها جلد کتابی که هر روز صبح آنها را با خودم به کارخانه می‌آوردم و غروب با آنها به خانه برمی‌گشتم و به تنهایی سیستم‌های مین فریم را مدیریت می‌کردم. آن سال‌هایی که در سایپا دیزل مشغول به کار بودم، به یک مهندس سیستم حرفه‌ای تبدیل شدم که حتی خود شرکت داده‌پردازی هم از من دعوت به کار کرد، اما من یک گزینه دیگر هم داشتم که در نهایت به آنجا رفتم.»

تجربه حضور در زیمنس

اینالویی بعد از خروج از سایپا وارد شرکت زیمنس می‌شود تا ادامه مسیر شغلی و حرفه‌ای اش را در این شرکت پیگیری کند. وقتی وارد زیمنس شد، پروژه‌ای تحت عنوان «شبکه جامع اطلاع‌رسانی بازرگانی کشور» وجود داشت که اینالویی مدیر فنی آن شد: «تجربه بسیار خوبی بود. آقای مرآت‌نیا یکی از شخصیت‌های شناخته‌شده در صنعت IT ایران است و در شرکت‌ها و بانک‌های گوناگونی کار کرده و آن زمان کارفرمای پروژه بود و وقت‌شناسی را به من آموخت. به یاد دارم که در جلسه‌ای با او دو دقیقه دیر رسیدم و به من تذکر داد که چرا به جای ساعت هشت صبح، هشت و دو دقیقه آمده‌ای؟ چنین تذکری شاید در لحظه ناخوشایند باشند، اما اگر شما معنای آن کردار را متوجه شوید و آن تذکر را آویزه گوش تان کنید، در نهایت به نفع خودتان است. من در زیمنس تجربه کار با شرکت‌های بین‌المللی را هم پیدا کردم و اولین باری که اینترنت پرسرعت دیدم، در این شرکت بود؛ آن زمان همه اینترنت DialUp داشتند و ما اینترنت دو مگابیتی داشتیم. قرار بود من به واحد دبی شرکت زیمنس منتقل شوم که دست بر قضا، خودروسازها

مهرتراکتس



ASARETAARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

تصمیم به تأسیس یک بانک خصوصی گرفتند و عقبه من در کارخانه خودروسازی باعث شده بود که به سراغ من بیایند و در واقع اولین تجربه کاری من در سایپا دیزل مقدماتی را فراهم کرد که من به طور کلی از حوزه‌ای که در آن فعالیت می‌کردم، خارج شده و وارد شبکه‌های بانکی شوم.»

◀ ورود به شبکه بانکی کشور

به گفته او، این بانک خصوصی که بعداً پارسیان نامیده شد، هنوز تأسیس نشده بود که از او برای سمت مدیریت مهندسی زیرساخت‌های بانک یعنی شبکه، سخت‌افزار، مخابرات و امنیت دعوت به کار کردند: «هنوز بانک پارسیان به ثبت نرسیده بود که من کارم را به صورت نیمه‌وقت شروع کردم و به یاد دارم که این بانک را با فاصله یک روز از بانک اقتصاد نوین ثبت کردیم و به اولین بانک‌هایی تبدیل شدیم که خصوصی بودند. راستش را بخواهید آن زمان هیچ‌کدام از ما نمی‌دانستیم که بانک خصوصی چیست و فقط می‌خواستیم فرم جدیدی از بانکداری را خلق کنیم که در مقایسه با نمونه‌های دولتی، چابک‌تر و کارآمدتر باشد. کار تمام‌وقت در بانک پارسیان را از اول دی ماه سال ۱۳۸۰ آغاز کردم و من که از شش ماه قبل کار خودم را آغاز کرده بودم، رسماً در بانک ساکن شدم. مدیر زیرساخت بانک بودن به این معناست که شما باید مسائل مربوط به شبکه، سخت‌افزار، مخابرات و امنیت را سامان‌دهی کنید. سابقه کاری من در این زمینه ناچیز بود و اولین بار که آقای طالبی رئیس بانک من را دید، پرسید چند سال سابقه کار دارم و چند سالم است؟ گفتم من ۳۲ سالم است و او اظهار کرد که کسی که می‌خواهد در این موقعیت شغلی قرار بگیرد باید ۳۲ سال سابقه کار داشته باشد نه اینکه ۳۲ سالش باشد. من از این حرف حس بدی پیدا کردم و بین ما مشاجره‌ای نیز در گرفت و وقتی می‌خواستیم جلسه را ترک کنیم، به من گفتند که حرف‌شان جدی نبوده و من هم تصمیم گرفتم که بمانم.»

◀ بانک پارسیان را مهندسان ساختند

اینالویی می‌گوید که چون آنها جزء اولین بانک‌های خصوصی تأسیس شده در ایران بودند، بسیاری از اولین تغییرات رخ داده در شبکه بانکی کشور را هم رقم زده‌اند: «ما از همان اول تمام سیستم‌های بانک پارسیان را آنلاین و Real Time کردیم و تنها سیستم موازی که وجود داشت یک سیستم مربوط به چک برای بانک ملی بود که سیبا نام داشت؛ سیبا سیستم چک آنلاین بود، اما ما در بانک پارسیان تمام سرویس‌هایمان را آنلاین کرده بودیم. اولین‌های بسیاری در بانک پارسیان اتفاق افتاد. برای مثال به یاد دارم که سیستمی طراحی کردیم که صف‌های طولانی را که در بانک تشکیل می‌شد، سامان‌دهی کند و سیستم صف را ایجاد کردیم که به صورت آنلاین به افراد نوبت می‌داد. بانک پارسیان فرم جدیدی از بانکداری بود که با استقبال کم‌نظیر مردم روبه‌رو شد و کار به جایی کشید که مشتریان ما آن قدر زیاد شدند که باید ساعت‌ها

در صف می‌ایستادند و حتی یک بازار سیاهی نیز شکل گرفته بود که افراد نوبت خود را به دیگران می‌فروختند. همین مسئله باعث شد ما سیستم صف را ایجاد کنیم و این شد که سیستم‌های نوبت‌گیر ایجاد شدند. این سیستم‌ها سوئدی بودند و اگر می‌خواستیم آنها را وارد ایران کنیم، باید برای هر شعبه چیزی حدود ۱۵ میلیون تومان هزینه می‌کردیم که این مبلغ در ابتدای دهه ۸۰ پول زیادی به حساب می‌آمد، در نتیجه تصمیم گرفتیم با مهندسی معکوس و ایجاد یکسری تغییرات در نمونه خارجی، دستگاه خودمان را طراحی و ایجاد کنیم و همین اتفاق هم افتاد و یک سیستم نمونه ساختیم که با چهار میلیون تومان جمع شد. این دستگاه مبنای دستگاه نوبت‌گیر و سیستمی شد که بعدها ترند شدند. یک دهه بعد، دکتر فرهاد نیلی در بانک اقتصاد نوین بزرگ‌ترین تحول بانکداری در دهه ۸۰ را ایجاد همین دستگاه‌های نوبت‌گیر اعلام کرد!»

اینالویی می‌گوید بانک پارسیان تجارب بسیار خوبی را برایش رقم زد: «اگر از من بپرسند که چرا بانک پارسیان، پارسیان شد؟ می‌گویم به این خاطر که بانک پارسیان را مهندسان ساختند، نه بانکداران؛ من اجازه نداشتم از داخل شبکه بانکی کسی را استخدام کنم، چون مدیران ما بر این باور بودند که بانکداران تفکرات از پیش ساخته‌شده‌ای دارند که مانع نوآوری و چابکی در بانک‌های خصوصی می‌شود. ما باید از نقطه صفر شروع می‌کردیم و به این سؤال اساسی پاسخ می‌دادیم که یک بانک خصوصی باید چگونه باشد؟ ما در ابتدای دهه ۸۰ این امکان را به مشتری‌ها داده بودیم که بتوانند با یک SMS مانده حساب بگیرند. ساختمان را هوشمند کرده بودیم و مدیرهای بانک می‌توانستند سیستم گرمایش و سرمایش بانک را حتی از خانه‌هایشان تنظیم کنند تا وقتی در زمستان به دفترشان می‌رسند، گرم شده باشد. سیستم‌های مخابراتی ما به گونه‌ای بود که تمام شعب در تهران و شهرستان‌های دیگر به صورت داخلی به هم متصل بودند و بدون صرف هزینه تلفن با یکدیگر صحبت می‌کردند. این اقدامات در ابتدای دهه ۸۰ تازگی داشت و خلق مسیر می‌کرد. مردان بزرگی در بانک پارسیان بودند که بسیار از آنها آموختم و دوست دارم از آنها یاد کنم. آقایان طالبی، مستعلمی و مهدیزاده از جمله این افراد بودند. بانک پارسیان برای من خالق تجارب بسیار خوبی بود و وقتی به کارهایی که در آنجا کردم، فکر می‌کنم، از خودم راضی هستم.»

◀ ادامه تحصیل و رفتن به ژاپن

به گفته اینالویی، او همزمانی که در بانک پارسیان مشغول به کار بوده، تصمیم می‌گیرد که به دانشگاه برگردد؛ در نتیجه وارد رشته MBA شد و از بین افرادی که داوطلب دریافت بورس تحصیلی برای رفتن به ژاپن و تکمیل تحصیلات‌شان در آنجا شده بودند، به این منظور انتخاب شد و یک سال اول آن را در ایران پشت سر گذاشت و سپس به ژاپن رفت: «ما در ژاپن ۲۳ نفر بودیم که از ۲۳ کشور مختلف درخواست داده بودیم و من از بین ۱۵۰۰ نفری که از ایران درخواست داده بودند، انتخاب شده بودم و در نهایت به ژاپن رفتم و ریاست بانک در این دوره از من

۵۶

اگر از من بپرسند که چرا بانک پارسیان، پارسیان شد؟ می‌گویم به این خاطر که بانک پارسیان را مهندسان ساختند، نه بانکداران؛ من اجازه نداشتم از داخل شبکه بانکی کسی را استخدام کنم، چون مدیران ما بر این باور بودند که بانکداران تفکرات از پیش ساخته‌شده‌ای دارند که مانع نوآوری و چابکی در بانک‌های خصوصی می‌شود

مهرتراکتس

پروفایل

۷۹

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و پنجم



بازدید دکتر نوربخش از غرفه بانک پارسیان در اولین نمایشگاه بانکداری سال ۱۳۸۱

بود مخابرات آن را شرکت ما انجام دهد. این اتفاق‌ها برای سال ۱۳۸۶ است. من برای بازدید از برج رفتیم و با این آسانسورهایی که کارگرا در مراحل ساخت از آن استفاده می‌کنند، به بالاترین طبقه برج رفتیم و خدا می‌داند که بالا رفتن از این برج نیمه‌کاره برای من چقدر ترسناک بود و فکر می‌کنم که حدود یک‌ربع هم طول کشید تا با آن آسانسورها به بالای برج برسیم. آنجا متوجه شدم که دیتاسنتری را که قرار بود به بخش مخابرات اختصاص دهند، می‌خواهند رستوران کنند و این به این معنا بود که مسیر پیش روی ما، مسیر دشواری است. با این وجود، ساخت این برج آن قدر به طول انجامیده بود و صنعت مخابرات به قدری پیشرفت کرده بود که دیگر لازم نبود یکسری ابزارها را در برجی به آن بلندی بگذارند و با هزینه‌ای یک‌صدم آنچه در نظر گرفته بودند، کار جمع می‌شد. من بدون رودربایستی این موضوع را در میان گذاشتم و گفتم که تحقق چنین ایده‌ای، دیگر امروز به‌صرفه نیست.»

به گفته اینالویی، او طی پنج سالی که در پتسا مشغول به کار بود، به یک پیمانکار حرفه‌ای تبدیل شد و بعد از آن مجدداً به شبکه بانکی کشور و بانک اقتصاد نوین برگشته است.

◀ بازگشت به شبکه بانکی

اینالویی بعد از اینکه از شرکت پتسا خارج می‌شود، تصمیم می‌گیرد دوباره به شبکه بانکی کشور برگردد؛ در نتیجه به بانک اقتصاد نوین رفت و برای مدت زمان کوتاهی مدیر زیرساخت بانک شد و طولی نکشید که به یک واحد پیچیده‌تر یعنی بخش مدیریت بانکداری مدرن بانک اقتصاد نوین منتقل و مدیر آن بخش شد: «این بخش، جایی بود که در آن کارت اعتباری، دستگاه کارت خوان، خودپرداز و کانال‌های دیجیتال سامان‌دهی می‌شد. من حدود پنج سال در این موقعیت شغلی باقی ماندم. مدیریت همزمان تعداد زیادی پروژه در بانک با توجه به تجربیات قبلی باعث تحولات خوبی در مدیریت زیرمجموعه‌ام شد و در نهایت از آنجا بیرون آمدم، چون از ابتدای مسیر کاری‌ام برنامه‌ام این بود که در هیچ مجموعه‌ای بیشتر از پنج یا شش سال نمانم، چراکه به نظرم می‌آمد که یک جا ماندن با خودش کرختی می‌آورد و من آدمی هستم که می‌خواهم در مسیر یادگیری باقی بمانم و فضاهای مختلف را تجربه کنم. از تجربیات خوشایند بانک اقتصاد نوین همکاری با یک مدیر زن توانمند یعنی خانم میرحسینی بود.»

◀ علاقه‌مند شدن به اقتصاد برای مقطع بالاتر

او که در دانشگاه مهندسی خوانده بود و چرخ روزگار به گونه‌ای چرخیده بود که پای او را به شبکه بانکی کشور باز کرد، در بانک اقتصاد نوین، تصمیم می‌گیرد وارد رشته اقتصاد شود: «در بانک اقتصاد نوین بود که با وجود فاصله زیادی که از دانشگاه گرفته بودم، احساس کردم باید به دانشگاه برگردم و رشته‌ای که به نظرم به کارم می‌آمد، اقتصاد بود. رشته‌های این‌چنینی برای مدیران و مهندسان خصلتی کارکردی و رهایی‌بخش دارند و من از اینکه در دانشگاه علامه طباطبایی تهران

حمایت کرد و اجازه داد که توسعه فردی خودم را در اولویت قرار دهم. رفتن من به ژاپن، تجربه بی‌نظیری بود؛ آنجا با دو بانک آنلاین بدون شعبه که در واقع نتوبانک بودند، آشنا شدم و توانستم ساختارها و مدل‌های کسب‌وکار آنها را بررسی کنم و ببینم که چگونه این دو بانک توانسته‌اند فعالیت خود را آغاز کرده و پیشرفت کنند؛ Sony و فروشگاه‌های زنجیره‌ای ۷۱۱ دو مجموعه‌ای بودند که توانسته بودند نتوبانک‌های خودشان را خلق کنند. آنها این دو را در سال ۱۳۸۴ ساخته بودند و ما در ایران در سال ۱۴۰۲ هنوز نتوبانک به معنی واقعی کلمه نداریم؛ بنابراین اینکه من آن زمان توانستم این تجربه بین‌المللی را داشته باشم، غنیمت بود؛ تجربه‌ای که اکنون نیز برایم بسیار ارزشمند است. یکی دیگر از اولین کارهای انجام‌شده در بانک پارسیان پیاده‌سازی اولین سیستم مدیریت امنیت اطلاعات (ISMS) در شبکه بانکی به کمک هندی‌ها بود. این پروژه زیر نظر من بود و همین پروژه بود که بعدها باعث شد بانک پارسیان مسئول امنیت سیستم بانکی در بانک مرکزی شود و ما از این بابت خوشحال بودیم. در نهایت بعد از تغییر ریاست بانک، من هم بعد از مدتی از آنجا بیرون آمدم و بعد از شش سال با بانک پارسیان خداحافظی کردم.»

◀ از کارفرمایی تا پیمانکاری

اینالویی بعد از خروج از بانک پارسیان مدت زمان پنج سال در یک شرکت غیربانکی مشغول به کار می‌شود که متعلق به بخش خصوصی است و پتسا نام دارد: «دو نفر از اساتید برق دانشگاه شریف این شرکت را تأسیس کرده بودند و در کنار آن مدیریت شرکت آریا همراه را نیز بر عهده داشتند که هر دو شرکت چه آن زمان و چه حالا جزء شرکت‌های خوش‌نام و موفق کشور هستند. من در پتسا مسئول سامانه‌های بانکی این شرکت شدم و کارم این بود که با شرکت‌های بین‌المللی که راه‌حل‌های بانکی ارائه می‌دهند، مذاکره کنم. ما پروژه دیتاسنتر کارت سوخت کشور را هم در این شرکت انجام دادیم که پروژه مهمی بود. خاطره جالبی که از فعالیت‌م در این شرکت دارم این است که روز دومی که در آنجا مستقر شدم، برای من حکمی صادر کردند که روی آن نوشته شده بود مدیر پروژه برج میلاد. آن زمان داشتند برج میلاد را می‌ساختند و قرار

مهرتراکتس



ASARETAARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران

اقتصاد می خواندم خیلی خوشحال بودم، چون یکی از بهترین دانشکده‌های اقتصاد در ایران است و اساتید خیلی خوبی دارد. اقتصاد خواندن به تغییر رویکرد من در بانکداری کمک بسزایی کرد و خواندن آن کاملاً بجا بود. بعدها دوره DBA اقتصاد کسب و کار را هم در دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران پشت سر گذاشتم. اقتصاد به من کمک کرد تا به مسائل نه به شیوه‌ای مهندسی، بلکه به شیوه‌ای مدیریتی نگاه کنم که به چنین تغییری در آن زمان احتیاج داشتم.»

◀ دیجیتال کردن بانک ایران زمین

او بعد از خروج از بانک اقتصاد نوین تصمیم می‌گیرد به بانک ایران زمین برود و این تصمیم به نقطه آغاز دیگری در زندگی او تبدیل می‌شود: «از مدت‌ها قبل از اینکه به بانک ایران زمین بیایم، روی مقوله بانکداری دیجیتال مطالعه کرده بودم و از سال ۱۳۹۴ نسبت به آن حساس شده بودم. متوجه شده بودم که بانکداری در جهان در حال متحول شدن است و به زودی شاهد یک چرخش پارادایمی خواهیم بود که گذار از بانکداری الکترونیک به بانکداری دیجیتال است. در واقع این جمله که «بانکداری الکترونیک، بانکداری سنتی است» را اولین بار من در ایران گفتم و برای من است. ما باید درگیر گفتمان تحول دیجیتال می‌شدیم و این برای من مهم بود. در سال ۱۳۹۵ که وارد بانک ایران زمین شدم، احساس کردم که این ایده را حالا در این بانک می‌توان عملیاتی کرد. در واقع از من خواسته شد که بانک ایران زمین را نه به لحاظ بانکداری الکترونیک، بلکه به لحاظ بانکداری دیجیتال توسعه دهم و کاری کنم که این بانک از سایر رقابیش متمایز شود. سال ۱۳۹۵ اکثر افراد فکر می‌کردند که الکترونیک و دیجیتال یکی هستند و من ساعت‌های زیادی را صرف توضیح دادن چیستی و چرایی این مفهوم می‌کردم تا دیگران را متقاعد کنم. بانک ایران زمین در سال ۱۳۹۶ با شعار «بانک ایران زمین؛ بانک دیجیتال» به ایده بانکداری دیجیتال پیوست و این در زمانی اتفاق افتاد که مهندسان IT کشور به من زنگ می‌زدند و می‌پرسیدند که دیجیتال چیست و این به این معنی بود که بانکداری ایران مسیر سختی را پیش رو دارد؛ وقتی متخصصان با این مفهوم بیگانه بودند، وای به حال عامه مردم!»

او مطالعات خود در این زمینه را ادامه می‌دهد و چیزی حدود ۱۶۰ پروژه برای بانک ایران زمین تعریف می‌کند: «۱۶۰ پروژه تعریف کردم که باید طی مدت زمان پنج ساله‌ای که مشخص شده بود، عملیاتی می‌شدند و امروز که با شما صحبت می‌کنم، تمام آن پروژه‌ها اجرا شده‌اند و به نتیجه رسیده‌اند و این موجبات خوشنودی و احساس رضایت من را فراهم می‌کند. من قرار بود پنج سال در بانک ایران زمین بمانم، اما همه‌گیری کرونا باعث شد برخی از برنامه‌هایمان به تعویق بیفتد و من تصمیم بگیرم این قرارداد پنج ساله را تمدید کنم و دو سال دیگر هم در این بانک ماندم. من در این هفت سال افتخار این را داشتم که معاون فناوری اطلاعات بانک ایران زمین باشم و امروز که با شما صحبت می‌کنم،

قرارداد من با این بانک تمام شده و به زودی در جای دیگری مشغول به کار می‌شوم.»

◀ ریاست کارگروه بانکداری باز بانک مرکزی

به گفته اینالویی، او مدتی رئیس کارگروه بانکداری باز بانک مرکزی نیز بوده و در این مدت کوشیده تا افراد و نهادهای مختلفی را با دال‌های مرجح شده در گفتمان بانکداری دیجیتال آشنا کند: «در طول مدتی که آنجا بودم، یکسری از نمونه‌های موفق بانکداری دیجیتال در دنیا را بررسی کردیم و به این سؤال پاسخ دادیم که چرا توسعه بانکداری باز در ایران ضرورت دارد؟ آن زمانی که برجام قرار بود امضا شود، با یکسری از شرکت‌های بین‌المللی که به ایران آمده بودند، گفت‌وگو کردم و برای بازدید بانک‌های دیجیتال اروپایی به آلمان رفتم و با کوله‌باری از تجربه به ایران برگشتم. برجام بر هم خورد و آن شرکت‌ها هم گفتند که تمایلی به کار کردن با ما ندارند، اما همین که من رفتم و بانک‌های آنها را دیدم، تجربه خوبی بود و باعث شد تا شعبه بدون کاربر بانک ایران زمین را در مگامال تأسیس کنیم و یک مرکز نوآوری هم خلق کنیم.»

◀ از شکل‌گیری هلدینگ فناوری اطلاعات تا نسل سوم بوم‌ها

او معتقد است الگوی بانکداری باز مناسب ایران را پیدا کرده و ایده محوری آن این است که هیچ بانکی از درون خود دیجیتال نمی‌شود: «در تمام این سال‌ها یاد گرفتم که پروژه‌های دیجیتال بانک‌ها باید در جایی بیرون از بانک انجام شود و لازم است که یک بانک دیجیتال در بیرون ساخته شود تا رفته‌رفته فعالیت‌های سنتی بانک به آن منتقل شود. در واقع اینکه در درون یک بانک سنتی که خود هزار مشغله دارد، بخواهیم بانک دیجیتال بسازیم، شدنی نیست. در این راستا باید یکسری شرکت تخصصی شکل بگیرد و به همین دلیل بود که ما در بانک ایران زمین، یک هلدینگ فناوری اطلاعات به نام جامپ را ایجاد کردیم و شرکت پدیسار انفورماتیک را هم خریدیم. در کنار اینها شرکت سابین تجارت آریا و مرکز نوآوری را هم تأسیس کردیم. دو شرکت مخابراتی هم به ما پیوستند و یک شرکت نرم‌افزاری هم ایجاد کردیم که من رئیس هیئت‌مدیره این شرکت‌ها بودم تا منافع بانک و شرکت‌ها حفظ شود. خیلی طول نکشید که وظیفه هر یک از این شرکت‌ها مشخص شد و سیستم اومنی چنل‌مان را هم ایجاد کردیم. یک مدت از توسن بوم استفاده کردیم و بعدها چون این بوم نیازهای ما را برطرف نمی‌کرد، توسن یک بوم دیگر برای ما طراحی کرد که IZ بوم نام داشت و بعد از تجاری شدن به فرابوم تغییر نام داد. اینجا بود که ما متوجه شدیم بهتر است پلتفرم‌ها را خودمان تولید کنیم و مزیت رقابتی آن را برای خودمان نگه داریم. در نتیجه نسل سوم بوم‌ها که تحت عنوان فراز تولید شد، در انحصار بانک ایران زمین است. همچنین حدود ۱۰۰ سرویس به فین‌تک‌ها دادیم که کاری استثنایی بود. احراز هویت دیجیتال را هم ایجاد کردیم که متأسفانه رگولاتور تا مدت‌ها اجازه استفاده از آن را به ما نداد تا کرونا اتفاق افتاد و قانون استفاده از این ابزار تصویب شد. زیرساخت Cloud و Big Data مان را هم ایجاد کردیم



در تمام این سال‌ها یاد گرفتم که پروژه‌های دیجیتال بانک‌ها باید در جایی بیرون از بانک انجام شود و لازم است که یک بانک دیجیتال در بیرون ساخته شود تا رفته‌رفته فعالیت‌های سنتی بانک به آن منتقل شود. در واقع اینکه در درون یک بانک هزار مشغله دارد، بخواهیم بانک دیجیتال بسازیم، شدنی نیست

ممبر تراکتس

پروفایل

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و پنجم



بانک اقتصاد نوین، سال ۱۳۹۵

و به ما اهمیت بدهند و محترم شمرده شویم. مدیران باید یاد بگیرند که با کارمندان شان دور یک میز گرد بنشینند. من نام این کار را تجربه میزگرد گذاشته‌ام و معتقدم باید از نظر همه کمک گرفت و جسارت حرف زدن را در آنها به وجود آورد.»

کاشکی‌های زندگی اینالویی

او از کلیت مسیری که تا به امروز طی کرده، رضایت دارد، اما ای کاش‌هایی هم دارد: «اگر به گذشته برگردم وقت بیشتری را با خانواده‌ام، به‌خصوص همسرم می‌گذراندم. به یاد دارم که وقتی در بانک پاریسیان مشغول به کار بودم، همسرم باردار بود و من هیچ‌وقت آن‌طور که باید کنارش نبودم و این اذیت‌م می‌کند؛ خانواده همه چیزی است که ما داریم. از طرفی با خودم می‌گویم کاش بین مقاطع تحصیلی مختلفم در دانشگاه فاصله نمی‌افتاد و زودتر اقتصاد می‌خواندم تا بتوانم از این علم استفاده‌های بیشتری کنم. وقتی برمی‌گردم و به گذشته نگاه می‌کنم، خودم را مردی جدی و انتقادپذیر می‌بینم که یک بانکدار دیجیتال است و از کپی کاری بیزار است و این برایم خوشایند است.»

او در آخر به مفهوم امید اشاره می‌کند و می‌گوید که امید تنها چیزی است که برایمان مانده است: «ما به‌عنوان کسانی که در ایران مانده‌ایم، وظیفه داریم بستر رشد و شکوفایی جوانان مان را فراهم کنیم و امید آنها به آینده و زندگی را نکشیم. من جوانان زیادی را می‌بینم که ناامید شده‌اند؛ ناامیدی برادر مرگ است. برای مثال پسر خودم یک جوان ۲۱ ساله است که موسیقی می‌خواند و همه ما می‌دانیم که وضعیت موسیقی در کشورمان به چه صورت است. مسئله دیگری که اذیت‌م می‌کند، نابرابری بین زنان و مردان است؛ ما باید به زنان احترام بگذاریم، توانایی‌هایشان را ببینیم و سمت‌های مدیریتی بالادست را به آنها بسپاریم، چراکه آنها به هر سازمانی که وارد می‌شوند، با خودشان نظم و ظرافت به‌ارمغان می‌آورند و خشونت سازمانی را کاهش می‌دهند. زنان نکات ظریفی را می‌بینند که ما مردان از دیدن آنها غافل هستیم. اگر پست‌های مدیریتی بیشتری را به زنان می‌سپردیم، الان وضعیت بهتری می‌داشتیم.»

که این دومی یک بار شکست خورد و بار دوم به تحقق پیوست. ما در ابتدا برای تحقق این موضوع ۷۲ فرایند را ساده‌سازی و دیجیتالی کردیم. در حال حاضر ۲۰۰ فرایند در بانک ایران زمین ساده‌سازی شده که به ۵۰ سرویس قابل ارائه به فین‌تک‌ها تبدیل شده است.»

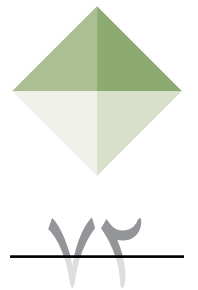
شکست پروژه «فردا»

«ما در ایران نئوبانک واقعی نداریم.» این جمله‌ای است که اینالویی ادعا می‌کند او برای اولین بار آن را به کار برده که نتیجه مشاهدات عینی او از ماهیت نئوبانک‌هایی مثل سونی و Seven Eleven است: «نئوبانک‌های واقعی از دل صنایع غیربانکی متولد می‌شود و این نرم‌افزارهایی که امروز در ایران به‌عنوان نئوبانک فعالیت می‌کنند، همراه‌بانک هستند و علتش آن است که رگولاتور قوانین شفاف برای ایجاد نئوبانک‌ها ارائه نمی‌دهد و این مفهوم در ایران به‌اشتباه جا افتاده است. ما در بانک ایران زمین تمام تلاش خود را کردیم تا یک نئوبانک واقعی بسازیم، اما نشد؛ با شرکت‌های وب صحبت کرده بودیم و می‌خواستیم نام نئوبانک مان را هم «فردا» بگذاریم، اما رگولاتور با ما سرهمکاری نداشت و این پروژه شکست خورد و ما ماندیم و «فراز» که چیزی شبیه به همه همراه‌بانک‌هایی است که خود را نئوبانک نامیده‌اند. مشکل اصلی ما این است که بانک مرکزی این را متوجه نمی‌شود که نئوبانک‌ها باید مستقل از بانک باشند. از طرفی توسعه‌دهندگان کسب‌وکاری که ما با آنها کار می‌کردیم، بانکی نبودند و نمی‌توانستند شرایط و محدودیت‌های بانک را درک کنند. از نظر بانک مرکزی مسئول تراکنش‌ها، حتی اگر در فین‌تک اتفاق بیفتد، بانک است و صنعت دیگری را نمی‌شناسد و اگر اصحاب آن صنعت بایدها و نبایدهای بانک مرکزی را درک نکنند و قانون را دور بزنند، دودش به چشم بانکداران می‌رود.»

تجربه میزگرد

اینالویی از میان تمام تجارب کلی که در زندگی اش داشته، به سه مورد از آنها اشاره می‌کند تا شاید در آینده به درد دیگری که امروز در ابتدای مسیر زندگی شان هستند، بخورد: «ادامه تحصیل دادنم در رشته اقتصاد، یکی از بهترین تصمیم‌هایی بود که در زندگی‌ام گرفتم. این رشته دیدگاه من به بانکداری و مدیریت را تغییر داد؛ بنابراین به مهندسان عزیز توصیه می‌کنم که از رشته‌هایی مانند مدیریت و اقتصاد غافل نمانند. نکته دیگری که به نظر من مهم است، این است که نباید از جابه‌جایی ترسید؛ من هر بار که محل کارم را جابه‌جا کردم، مقدمات رشد خودم را فراهم کردم و اگر در سایپادیزل یا هر شرکتی که در رزومه من می‌بینید، مانده بودم و از رفتن می‌ترسیدم، نه خودم پیشرفت می‌کردم نه جایی را توسعه می‌دادم. من هر پنج، شش سال یک بار جابه‌جا می‌شوم. من این را نمی‌پذیرم که کسی ۳۰ سال کارمند یک جا بماند. سومین تجربه مهمی که داشته‌ام این است که به ساختن تیم خوب و همدل اهمیت بدهم و تکرر نباشم؛ زور گروه بیشتر از فرد است و نگاه داشتن تیم خوب کار آسانی نیست. همه چیز را با پول نمی‌توان خرید و ما انسان‌ها به چیزهایی بیشتر از پول هم نیاز داریم؛ اینکه در محیط کاری مان دیده شویم

مهرتراکتس



ASARETAARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران

خلئی به نام امنیت اطلاعات در سازمان‌ها



پرونده تنظیم‌گری این شماره از عصر تراکنش را به موضوع هک‌هایی که اخیراً در صنعت فناوری‌های مالی کشور اتفاق افتاده، لزوم ارتقای امنیت سایبری سازمان‌های دولتی و خصوصی و همچنین وضعیت صنعت بانکی و پرداخت کشور از نظر امنیت سایبری اختصاص داده‌ایم. فعالان و کارشناسان بر این باورند که صنعت بانکی و پرداخت کشور در مقایسه با سایر صنایع به لحاظ امنیت سایبری در وضعیت بهتری به سر می‌برند؛ با این وجود هنوز هم جای کار زیادی جهت افزایش و ارتقای سطح امنیت این صنایع وجود دارد. به باور آنها برای ارتقای سطح امنیت سایبری در کشور، نیازمند قوانینی هستیم که در زمینه حفاظت از داده‌ها و اطلاعات کاربران، ضمانت اجرایی کافی را داشته باشند و در عین حال مانعی برای پیاده‌سازی روش‌های نوآورانه نباشند. در صفحات پیش رو علاوه بر اینکه روایتی از اتفاقات اخیر داشتیم، در گفت‌وگو با کارشناسان به نقش واحد امنیت در این صنایع نیز پرداختیم.

تنظیم‌گری



مهسا طاعتی

عمارتراکتس



۷۴

ASAE.TARAHDONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



روند هک شش سازمان دولتی و خصوصی در شهریورماه بررسی شد

ترکش فیلترینگ برامنیت اطلاعات

شهریورماه ۱۴۰۲، ماه هک و نشست اطلاعات سازمان های دولتی و خصوصی بود. در این ماه، اپلیکیشن به نما، اپلیکیشن هف هشتاد، ۱۸ شرکت بیمه، تپسی، سازمان ثبت احوال و وزارت علوم هک شدند و هکرها ادعا کردند که به اطلاعات کاربران این سازمان ها دسترسی دارند. مسئولان در حالی که نشست اطلاعات را تکذیب کردند، تاکنون توضیحی درباره چگونگی دسترسی هکرها به اطلاعات، سرنوشت اطلاعات منتشر شده و اقدامات انجام شده برای ارتقای امنیت ارائه نداده اند. به همین منظور، در این گزارش، ضمن مرور هک های صورت گرفته در شهریورماه، گمانه زنی های کارشناسان از نحوه دسترسی هکرها به اطلاعات تپسی، شرکت های بیمه، وزارت علوم و سازمان ثبت احوال بررسی شده است. همچنین، سعید سوزنگر، کارشناس امنیت سایبری و محمدجعفر نعناکار، حقوقدان درباره ابعاد فنی و حقوقی هک های اخیر صحبت کردند. نعناکار در این گفت و گو ضمن تأکید بر وجود سازوکارهای حقوقی و قانونی برای پیگیری قضایی هک های اخیر، از لزوم ورود دادستانی به هک های شهریورماه و پیگیری حقوق شهروندان گفت. طبق گفته سوزنگر نیز، اکثر پروتکل های ایمن سازی و رمزنگاری برای ارتباطات و اتصال به شبکه به دلیل فیلترینگ دچار اختلال هستند و ایران به دلیل ناامنی و پیچیدگی در شبکه، به کلکسیونری از ابزارهای خوشایند برای هکرها تبدیل شده است.



◀ نرم افزار به نما هک شده بود یا خیر؟

حمله سایبری به سازمان‌ها موضوع جدیدی نیست و هرکجا همواره در کمین اطلاعات شرکت‌های دولتی و خصوصی هستند، اما از سال گذشته میزان حملات سایبری به سازمان‌های ایرانی، به خصوص دولتی‌ها زیاد شده است. این حملات در سال جاری با خبر نفوذ یک گروه هکری به نرم افزار ایرانی «شناسایی و تشخیص چهره» شروع شد. در هفتم شهریورماه، گروه هکری «گوست‌بک» اعلام کرد که یک نرم افزار ایرانی «ناقض حریم خصوصی» را که در زمینه نظارت و رصد به کار می‌رود و قابلیت‌هایی مانند «تشخیص چهره» و «حسگر حرکتی» دارد، هک کرده و به اطلاعات آن دست یافته است. طبق اعلام این گروه هکری، این نرم افزار متعلق به شرکت فناپ است و به ۲۰ گیگ اطلاعات نرم افزار «به‌نما» دسترسی پیدا کرده که این اطلاعات، شامل کدهای منبع مربوط به سیستم‌های تشخیص چهره و حسگرهای حرکتی است. در پی این اتفاق، شرکت فناپ در بیانیه‌ای ضمن تکذیب هک نرم افزار به نما اعلام کرد: «صرفاً بخشی از اطلاعات لاگ‌های نرم افزار و فایل‌های داکر با اتصال به اینترنت برای مدتی در دسترس قرار گرفته است. این اطلاعات بسیار کم‌اهمیت و حاوی مشخصات عمومی نرم افزار بوده و اطلاعاتی از کاربران این محصول در این فایل‌ها وجود نداشته است.»

این شرکت همچنین، استفاده از نرم افزار تشخیص هویت شهروندان را رد کرد و گفت: «این نرم افزار، فقط توانایی شناخت چهره‌هایی را دارد که از قبل با حضور و رضایت شخص، به دستگاه معرفی شده باشد؛ بنابراین این سیستم‌ها اصلاً امکان شناسایی چهره‌های دیگر را ندارند.»

◀ ماجرای هک اپلیکیشن هف هشتاد

در ادامه، خبر هک اپلیکیشن پرداختی «هف هشتاد» در نهم شهریورماه منتشر شد. ماجرا از این قرار بود که کاربران هف هشتاد حوالی ساعت ۹ شب، با پیام غیرمعمولی از این اپلیکیشن مواجه شدند و این پیام مکرر برای آنها ارسال شد تا جایی که این موضوع در فضای مجازی فراگیر شد. بررسی‌ها از پشتیبانی هف هشتاد در آن زمان نشان داد که سیستم اطلاع‌رسانی اپلیکیشن هف هشتاد مورد حمله سایبری قرار گرفته است. همچنین این اپلیکیشن در بیانیه‌ای با عذرخواهی از کاربران، اعلام کرد که «ایجاد اختلال در سیستم اطلاع‌رسانی را از مراجع قضایی پیگیری خواهد کرد.»

با گذشت یک ماه از هک این اپلیکیشن پرداختی، تاکنون خبری از چگونگی دسترسی هکرها به سیستم اطلاع‌رسانی و نتیجه پیگیری قضایی منتشر نشده است. همچنین اطمینان خاطر از سمت هف هشتاد مبنی بر اقدامات انجام شده برای ارتقای امنیت به کاربران داده نشده است.

◀ سرنوشت اطلاعات هک شده از تپسی چه شد؟

پس از هف هشتاد، میلاد منشی‌پور، مدیرعامل تپسی از هک شدن زیرساخت این اپلیکیشن در یازدهم شهریورماه خبر داد. این هک، به نشت و درز اطلاعات بیش از ۲۷ میلیون مسافر و شش میلیون راننده منجر شد و هکرها برای منتشر کردن این اطلاعات، پیشنهاد پرداخت ۳۵ هزار دلار از تپسی کردند. در نهایت، معاون اجتماعی پلیس فتا در واکنش به این موضوع، از برطرف شدن منبع آلودگی ناشی از حمله سایبری یک گروه هکری سخن گفت و به کاربران این اپلیکیشن



حملات سایبری

فقط به تپسی، هف هشتاد و شرکت‌های بیمه

محدود نشد. در

روزهای پایانی

شهریورماه، یک

گروه هکری، هک

اطلاعات سازمان

ثبت احوال و

دسترسی به

اطلاعات ۱۳۰

میلیون ایرانی را

اعلام کرد. در حالی

که این سازمان، هک

سایت خود را رد کرد،

اما سایت سازمان

ثبت احوال برای

مدتی از دسترس

خارج و پس از آن نیز

به صورت ماکت در

دسترس قرار گرفت

و آیکونی از آن فعال

نبود

اطمینان خاطر داد که نگرانی‌ای بابت استفاده از آن وجود ندارد. حالا، با گذشت بیش از یک ماه، هنوز توضیحی درباره نحوه دسترسی به زیرساخت تپسی، سرنوشت اطلاعات منتشر شده از این اپلیکیشن و اقدامات انجام شده برای ارتقای امنیت تپسی منتشر نشده است.

این در حالی است که تپسی در سال ۱۳۹۸ نیز مورد حمله سایبری قرار گرفته و محمدجواد آذری جهرمی، وزیر ارتباطات وقت، آسیب‌پذیری تپسی در نگهداری از اطلاعات رانندگان را تأیید کرده بود.

◀ ابهامات هک اطلاعات شرکت‌های بیمه

یک روز پس از هک تپسی، همان گروه هکری از دسترسی به اطلاعات مشتریان ۱۸ شرکت فعال بیمه خبر داد و اعلام کرد که ۱۱۵ میلیون رکورد اطلاعاتی را در اختیار دارد و می‌خواهد آنها را بفروشد. گفته‌های زیادی مبنی بر چگونگی دسترسی به اطلاعات شرکت‌های بیمه مطرح شد، اما یکی از پرتکرارترین مورد در این زمینه این بود که شرکت‌های بیمه برای ایجاد ساختار بانک اطلاعاتی و دیتاسنتر خود به پشتیبان فنی نیاز دارند و شرکت فناوران اطلاعات خبره، این پشتیبانی فنی را برای شرکت‌های بیمه انجام می‌دهد.

از آنجا که شرکت‌های بیمه هک شده، در بین شرکت‌های طرف قرارداد شرکت فناوران اطلاعات خبره قرار داشتند، گفته شد که هک اطلاعات از طریق این شرکت انجام شده است. در پی این اتفاق، نه شرکت‌های بیمه و نه شرکت فناوران اطلاعات خبره موضع‌گیری رسمی نداشته‌اند. البته بیمه مرکزی در بیانیه‌ای به این موضوع واکنش نشان داد. این نهاد ناظر، هرگونه «هک شدن» یا «افشای» اطلاعات را رد و اعلام کرد که «هشدارهای لازم امنیتی که از مدت‌ها قبل به برخی شرکت‌های بیمه در انتخاب پیمانکار و استانداردهای امنیتی که باید داشته باشد، داده شده بود.»

علاوه بر این، مجید مشعل‌چی فیروزآبادی، قائم‌مقام بیمه مرکزی نیز اطمینان داد که «اطلاعات به سرعت رفته از بیمه‌گزاران، نمی‌تواند مورد سوءاستفاده قرار بگیرد.» چون از نظر او «این ماجرا به یک ماه پیش مربوط بود و اکنون تمام شده است.»

واکنش‌ها به هک اطلاعات شرکت‌های بیمه فقط به اظهار نظر مسئولان منتهی نشد؛ بلکه چند روز پس از این اتفاق، رئیس کل بیمه مرکزی تغییر کرد و علی استاد هاشمی‌جان‌شین او شد. البته بیمه مرکزی در آن زمان اعلام کرد که تغییر رئیس بیمه مرکزی ارتباطی به هک اطلاعات شرکت‌های بیمه ندارد. حالا با گذشت تقریباً یک ماه از آن اتفاق، پیگیری‌ها از شرکت‌های بیمه و فناوران اطلاعات خبره بی‌نتیجه مانده و برخی منابع آگاه اعلام می‌کنند که پلیس فتا در حال بررسی حملات سایبری اخیر به سازمان‌های دولتی و خصوصی است و تا زمان انتشار گزارش پلیس فتا در این زمینه، به دلیل موضوعات امنیتی سکوت خواهند کرد. به همین منظور، از پلیس فتا اقدامات انجام شده برای حملات سایبری اخیر را پیگیری کردیم که این نهاد نیز اظهار نظری در این زمینه نداشت.

عمر تراکتس

تنظیم‌گری

۷۵

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و پنجم

◀ هک ثبت احوال و وزارت علوم و سکوت مسئولان

حملات سایبری فقط به تپسی، هف هشتاد و شرکت‌های بیمه محدود نشد. در روزهای پایانی شهریورماه، یک گروه هکری، هک اطلاعات سازمان ثبت احوال و دسترسی به اطلاعات ۱۳۰ میلیون ایرانی را اعلام کرد. در حالی که این سازمان، هک سایت خود را رد کرد، اما سایت سازمان ثبت احوال برای مدتی از دسترس خارج و پس از آن نیز به صورت ماکت در دسترس قرار گرفت و آیکونی از آن فعال نبود.

کارشناسان، حمله سایبری به ثبت احوال را از نوع Poison Attack یا حمله سایبری می‌دانند که این حمله، احتمال تغییر اطلاعات را نیز فراهم می‌کند. به همین دلیل، نگرانی‌ها بابت اختلال در احراز هویت شهروندان برای دریافت انواع خدمات همچون خدمات بانکی بیشتر شد و تاکنون مسئولی، اطمینان‌خاطری از این بابت به شهروندان نداده است. سلسله حملات سایبری در شهریورماه به پایان نرسید و در ادامه در اولین روز مهر در آستانه بازگشایی مدارس و دانشگاه‌ها، سایت وزارت علوم و فناوری هک و از دسترس خارج شد. در این حمله نیز هکرها به اطلاعات ۵۰۰ سرور، کامپیوتر، سایت و سامانه و ۲۰ هزار سند دسترسی پیدا و اطلاعاتی درباره کارکنان این وزارتخانه منتشر کردند.

سکوت و انکار مسئولان برای هک سایت وزارت علوم هم تکرار شد و این بار نیز توضیحی درباره چگونگی دسترسی به اطلاعات و تکلیف اطلاعات منتشر شده داده نشد.

◀ هکرها چگونه به اطلاعات سازمان‌های دولتی و خصوصی رسیدند؟

در شرایطی که در یک ماه، تقریباً پنج سازمان دولتی و خصوصی با حمله سایبری مواجه شدند و صحبت‌هایی از انتشار میلیون‌ها اطلاعات از کاربران آنها منتشر شد، مسئولان مربوطه تاکنون تکذیب یا سکوت را به جای پاسخگویی انتخاب کرده‌اند، اما کارشناسان سناریوهای مختلفی برای دسترسی هکرها به اطلاعات مطرح می‌کنند. یکی از مواردی که در این زمینه مطرح می‌شود، احتمال وجود نیروی نفوذی در سازمان‌هاست و اینکه عملاً هکی انجام نشده است. ادعای کارشناسان در این زمینه این است که فیلترشکن‌ها ابزارهایی برای عبور از انواع لایه‌های دفاعی شبکه‌ها برای دسترسی به محیط‌های ممنوع هستند.

همچنین به اعتقاد کارشناسان، ضعف امنیتی اطلاعات در صنعت بیمه و بانک چالش‌آفرین است؛ زیرا افراد زیادی به راحتی به اطلاعات خام در صنعت بانکی دسترسی دارند و این موارد باعث شده تا دسترسی هکرها به اطلاعات سازمان راحت شود.

محمد جواد آذری جهرمی، وزیر سابق ارتباطات نیز در این باره نوشت: «اگرچه زیرساخت‌های سایبری و امنیت اطلاعات آنچنان که باید جدی گرفته نشده‌اند یا سیاست‌گذاری در این حوزه قربانی موازی‌کاری‌های نادرست شده، اما نکته مهم و مغفول در همه این حملات سایبری، نقش عامل انسانی است. او تأکید می‌کند: «بدون همکاری عامل انسانی عملاً این درزهای اطلاعاتی امکان‌پذیر نیست.» سعید سوزنگر، کارشناس امنیت سایبری در گفت‌وگو با عصر تراکنش دلیل تداوم هک‌ها در شهریورماه را ضعف در زیرساخت، نرم‌افزار و سخت‌افزار می‌داند و در این زمینه توضیح می‌دهد: «در حال حاضر، ایران به دلیل ناامنی و پیچیدگی در شبکه، به کلکسیون‌های ابزارهای خوشایند برای هکرها تبدیل شده است. ناامنی شبکه در ایران به استفاده از فیلترشکن، عدم دسترسی به ابزارهای جهانی متأثر از تحریم و خودتحریمی برمی‌گردد.»

**به اعتقاد
نعناکار، زمانی که
ابعاد هک گسترده
باشد و میلیون‌ها
اطلاعات منتشر
شده باشد، باید
مدعی‌العموم یعنی
دادستانی به این
قضیه ورود و در
صورت خسارت،
مطالبه جبران
خسارت کند. البته
اشخاص حقیقی
و حقوقی هم
می‌توانند شخصاً
اقامه دعوی کنند**

او در ادامه با بیان اینکه اکثر پروتکل‌های ایمن‌سازی و رمزنگاری برای ارتباطات و اتصال به شبکه به دلیل فیلترینگ دچار اختلال هستند، می‌گوید: «بسیاری از سازمان‌های ارائه‌دهنده زیرساخت‌ها نیز ابزارهای لازم برای اتصال به شبکه را غیرفعال کرده‌اند که

همه این موارد باعث می‌شود شبکه ناامن‌تر از قبل شود.»

سوزنگر امنیت سایبری در ایران را ساختمانی مخروبه توصیف می‌کند و با انتقاد از پاسخگو نبودن سازمان‌ها درباره هک تصریح می‌کند: «پیچیدگی فیلترینگ، گارد شرکت‌ها را پایین آورده و باعث شده تا پروتکل‌های امنیتی را غیرفعال کنند. دلیل این موضوع به این برمی‌گردد که اگر رمزنگاری در زمان اتصال به دیتاستر، مقداری پیچیده باشد، اتصالی صورت نمی‌گیرد که همین موضوع باعث شده دیتا را به صورت ساده و رمزنگاری نشده، ارسال کنند.»

محمدجعفر نعناکار، حقوقدان نیز به بررسی ابعاد حقوقی هک‌های اخیر پرداخت و در این باره این‌طور توضیح می‌دهد: «از زمان انتشار پایگاه‌های حیاتی اطلاعاتی توسط شورای عالی فضای مجازی، شاهد هک‌های دقیقی هستیم.»

قانونی که درباره مسائل مرتبط با حمله سایبری صحبت کرده، قانون تجارت الکترونیکی است. طبق ماده ۶۵ این قانون، باید از تمامی اسناد تجارت الکترونیکی صیانت شود.»

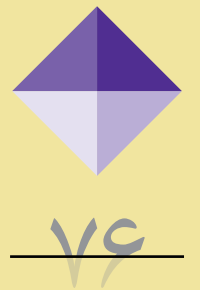
◀ لزوم ورود دادستانی به هک‌های شهریورماه

همچنین طبق گفته این حقوقدان، بر اساس ماده ۷۸ قانون تجارت الکترونیکی، هرگاه در بستر مبادلات الکترونیک در اثر نقص یا ضعف سیستم مؤسسات خصوصی و دولتی، به‌جز در نتیجه قطع فیزیکی ارتباط الکترونیکی، خسارتی به اشخاص وارد شود، این مؤسسات مسئول جبران خسارت وارد شده هستند.

به اعتقاد نعناکار، زمانی که ابعاد هک گسترده باشد و میلیون‌ها اطلاعات منتشر شده باشد، باید مدعی‌العموم یعنی دادستانی به این قضیه ورود و در صورت خسارت، مطالبه جبران خسارت کند. البته اشخاص حقیقی و حقوقی هم می‌توانند شخصاً اقامه دعوی کنند. او در بخش دیگری از صحبت‌های خود با بیان اینکه شهروندان از حقوق خود اطلاع ندارند و باید در زمان هک شرکت‌های بیمه و ثبت احوال دادستانی به این قضیه ورود می‌کرد، تأکید می‌کند: «تمامی سازوکارهای حقوقی و قانونی برای پیگیری قضایی هک‌های اخیر وجود دارد.»

نوع حمله سایبری هکرها نیز از سوی کارشناسان، حمله سمی شناسایی شده که در Poison Attack نرخ آسیب‌ها از لحظه اعلام هک شروع به افزایش می‌کند و علاوه بر اینکه دیتاها دزدیده می‌شود، امکان حذف و تغییر نیز وجود دارد. همین موضوع، نگرانی‌ها نسبت به امنیت اطلاعات را بیشتر از قبل کرده و انتشار اخبار غیررسمی از تداوم حملات سایبری به سازمان‌ها و تضعیف لایه‌های امنیتی نیز این نگرانی را تأیید می‌کند. در این شرایط، لازم است مسئولان سازمان‌ها ضمن اطمینان خاطر به کاربران و مشتریان خود نسبت به حفظ و ارتقای امنیت اطلاعات اقدام کرده و به فکر چاره برای مقابله با حملات سایبری باشند. ◆

عصر تراکنش



ASRAE TARA HONESH I.R.

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

مدیران امنیت شرکت های بانکی و پرداخت کشور از نقش واحد امنیت در این صنایع می گویند

بندبازی در شرایط توفانی



پارادایم های بانکداری و پرداخت در سراسر جهان تغییر کرده و این چرخش پارادایمی به سمت وسویی رفته که شاهد گذار از شیوه های سنتی انجام امور بانکی و پرداخت به شیوه های مدرن و دیجیتال هستیم. در این پارادایم جدید، حفاظت از داده های مشتریان و ایجاد بستری امن برای انجام امور مالی آنها یکی از مسائل اساسی و چالش برانگیزی است که همواره مورد بحث و بررسی متخصصان امنیت شبکه بوده است. به عقیده فعالان این حوزه، نظام بانکی و پرداخت هر کشوری یکی از مهم ترین و حساس ترین نقاط بدنه اقتصاد آن کشور است که اگر با بحران امنیت مواجه شود، می تواند علاوه بر از بین بردن منابع مالی اشخاص درگیر در شبکه، باعث ایجاد بحران های امنیتی ملی و کشوری نیز شود. آنها بر این باورند که وضعیت امنیت در این دو صنعت در مقایسه با صنایع دیگر به مراتب بهتر است و آن رویکردهای قدیمی که پرداختن به امنیت را گذاشتن هزینه اضافه روی دست سازمان ها می پنداشت، تغییر کرده و نسل جدید مدیرانی که روی کار آمده اند، توسعه امنیت سیستم ها را به منزله جلوگیری از اتفاقات احتمالی و ناگوار آینده و پس انداز برای حفظ آبرو و جایگاه شرکت ها می دانند و به همین دلیل است که باید به آینده توسعه امنیت سایبری در صنایع مختلف، از جمله صنعت بانکی و پرداخت کشور امیدوار بود. در ادامه با حمیدرضا ولی زاده، مدیر دپارتمان امنیت شرکت پیشرو فناوری اطلاعات رادین؛ پویا پوراعظم، رئیس اداره ریسک و تطبیق بانکداری دیجیتال بانک خاورمیانه و هاشم راز، مدیر امنیت پرداخت الکترونیک پاسارگاد درباره وضعیت کنونی و آینده امنیت سایبری در صنعت بانکی و پرداخت کشور گفت و گویی داشتیم که در ادامه آن را می خوانید.

بخش خصوصی؛ موتور محرکه توسعه امنیت سایبری

حمیدرضا ولی زاده، مدیر دپارتمان امنیت شرکت پیشرو فناوری اطلاعات رادین از آن دست افرادی است که معتقدند صنعت بانکی و پرداخت کشور در مقایسه با سایر صنایع به لحاظ امنیت سایبری در وضعیت بهتری به سر می برد. او در این باره می گوید: «در حال حاضر به دلیل وجود یکسری الزامات امنیتی از سوی نهادهای بالادستی در صنعت بانکی و پرداخت، وضعیت امنیت سایبری در این صنعت نسبت به سایر صنایع بهتر است و به عبارتی در رعایت الزامات امنیت فناوری اطلاعات چند قدم جلوتر است، با این وجود هنوز هم جای کار زیادی جهت افزایش و ارتقای سطح امنیت صنعت بانکی و پرداخت کشور وجود دارد.»

او معتقد است توسعه امنیت سایبری در شبکه بانکی و پرداخت کشور یکی از اولویت های اصلی این صنعت است و بیان می کند که این مفهوم مدت زمان زیادی است که مورد توجه مسئولان و دست اندرکاران این صنعت است؛ چراکه نظام بانکی و پرداخت یکی از نقاط حساس و حیاتی بدنه اقتصاد کشور است و حفظ امنیت آن بسیار مهم است. با این وجود گاهی ارتقای سطح امنیت سازمان ها به دلیل مسائل مالی و انسانی به تعویق می افتد.

ولی زاده با اشاره به توانایی بخش خصوصی در توسعه امنیت سایبری در صنایع مختلف اظهار می کند: «با توجه به اینکه بخش خصوصی در ایران، هیچ کرسی حقوقی در نهادهای تصمیم گیرنده و شورای عالی فضای مجازی ندارد، ممکن است نتواند آن طور که باید



حمیدرضا ولی زاده، مدیر دپارتمان امنیت شرکت پیشرو فناوری اطلاعات رادین

سهام خود در توسعه امنیت سایبری را بر عهده بگیرد. شرکت های خصوصی موتور محرکه و پیشرو در امور توسعه عملیاتی هستند، اما این انرژی و انگیزه به دلیل وجود محدودیت های مختلف دچار اتلاف و هدررفت شده است. در نتیجه این طور به نظر می رسد که باید سهم بخش خصوصی در دارا بودن کرسی در نهادهای قانون گذار و تصمیم گیرنده بیشتر شود.»

مدیر دپارتمان امنیت شرکت پیشرو فناوری اطلاعات رادین بیان می کند که در سال های اخیر پلتفرم های باگ بانتهی که از کلاه سفیدها (هکرها) برای افزایش امنیت شبکه ها استفاده می کنند، در جهان ترند شده که در بلندمدت راهکار جامعی نیست. او در این خصوص توضیح می دهد: «راهکارهای باگ بانتهی از راه حل های مرسوم در دنیا است، اما نباید فراموش کنیم که موضوع امنیت را باید از ابتدا و به صورت کامل و جامع مورد بررسی و اجرا قرار دهیم. راهکارهای این چنینی اگرچه ممکن است به صورت موقت و زودگذر کمک کننده باشد، اما در بلندمدت راهکار جامعی نیست. پروتکل های امنیتی چه در سطح شبکه و چه در سطح معماری نرم افزار و سایر سطوح باید دقیق و گام به گام اجرا شود تا امنیت یک سازمان یا یک سامانه تأمین شود.» او به نقش تحریم ها، مهاجرت نیروهای انسانی و عدم تبادل دانش میان کشورهای توسعه یافته و ایران در

عصر تراکتس

تنظیم گری

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و پنجم

توسعه امنیت سایبری در صنایع مختلف اشاره می‌کند و می‌گوید: «موضوع مهاجرت و کمبود نیروی فنی باتجربه و بادانش در سال‌های اخیر به اوج خود رسیده که بر هیچ‌کس پوشیده نیست. مسلماً متخصصی که سال‌ها تجربه کسب کرده و با آزمون و خطا و مطالعه و تحقیق به یک نیروی پخته و باتجربه تبدیل شده، مدت زیادی زمان می‌برد تا جایگزین شود و این وقفه خسارت‌های جبران‌ناپذیری به همراه خواهد داشت و موضوع امنیت اطلاعات نیز از این شرایط مستثنی نیست. با این وجود تدوین، توسعه، بهبود و هم‌راستا کردن برنامه‌های امنیتی هر سازمان به فراخور شرایط و نیاز آن، آموزش و اجرای پروتکل‌های امنیت اطلاعات در سازمان‌ها، پیاده‌سازی استانداردهای امنیت اطلاعات و سیستم‌های مدیریتی امنیت به منظور افزایش قابلیت دستیابی امن به اطلاعات سازمانی و استفاده از فناوری‌های پشتیبان امنیتی و در نظر گرفتن هزینه‌های مادی و انسانی جهت افزایش امنیت نهادهای بانکی و پرداخت کشور از جمله راهکارهایی است که به ذهن می‌رسد. همچنین باید به این نکته اشاره کرد که نباید به امنیت اطلاعات در یک سازمان به چشم هزینه نگاه کرد. با توجه به اتفاقات و حوادث اخیر درمی‌یابیم که ضربه‌های امنیتی در اثر نگاه ساده به این موضوعات می‌تواند نتایج به مراتب فاجعه‌بار و شدیدتری برای یک سازمان و کاربران آن به همراه داشته باشد که شاید هیچ‌راه جبرانی برای آن وجود نداشته باشد.»

۶۶

پورا عظم: ثابت نبودن نرخ ارز و تورم باعث رشد روزافزون قیمت فناوری‌ها و ابزارهای گوناگونی می‌شود که صنعت بانکی و پرداخت کشور برای توسعه خود به آنها نیاز دارد و این دلایل در اولویت نبودن مقوله امنیت و به تعویق افتادن تأمین حداکثری آن باشد

او در خاتمه بیان می‌کند که راهکارهایی نظیر دیتابیس امن نیز وجود دارد که به رمزنگاری اطلاعات پایگاه داده و نگهداری کلید رمزنگاری در دستگاه HSM اطلاق می‌شود. در واقع اگر اطلاعات نشت پیدا کند یا به سرقت رود، هیچ‌کس قادر به استفاده از اطلاعات پایگاه داده نیست که این مسئله به رمزنگاری شدن آن برمی‌گردد و تنها افرادی که به HSM دسترسی دارند، می‌توانند از اطلاعات استفاده کنند که معمولاً این کلید در سازمان‌ها از طریق پروتکل‌های خاص و بسیار پیچیده توسط افراد مختلف کلیدی سازمان نگهداری می‌شود: «در نتیجه این طور می‌توان گفت که دیتابیس امن یا تی‌دی‌ای یک راه‌حل بسیار ایمن و مطمئن است.»

◀ خلاء قانونی امنیت سایبری در ایران

پویا پورا عظم، رئیس اداره ریسک و تطبیق بانکداری دیجیتال بانک خاورمیانه در خصوص وضعیت امنیت سایبری در صنعت بانکی و پرداخت کشور معتقد است صنعت بانکی و پرداخت در مقایسه با سایر صنایع تا حدودی از وضعیت بهتری برخوردار است، اما این بدان معنا نیست که می‌توان ادعا کرد که وضعیت امنیت در صنعت بانکی و پرداخت کشور، وضعیتی مطلوب و مورد انتظار است. او درباره علت بهتر بودن وضعیت امنیت در این صنعت می‌گوید: «یکی از دلایلی که موجب بهتر بودن وضعیت امنیت در این صنعت در مقایسه با سایر صنایع می‌شود، صرف هزینه و اختصاص بودجه بیشتر به آن است، اما همواره این مسئله مطرح است که آیا این بودجه و منابع مالی به صورت مطلوب و اثربخش استفاده شده یا خیر؟ باید بگویم که خیر؛ این منابع آن طور هم که باید و شاید درست و بجا به کار نرفته است. شاید اگر از منابع مالی اختصاص داده شده

به این صنعت به صورت حداکثری برای ارتقای امنیت شبکه بانکی و پرداخت کشور استفاده می‌شد و با مشکلاتی از قبیل تحریم و مهاجرت و کمبود نیروی انسانی متخصص مواجه نبودیم و وضعیت نیروی کار در ایران بهتر بود، وضعیت امنیت در صنایع مختلف و از جمله صنعت بانکی و پرداخت کشور نیز بهتر می‌شد. با این وجود هنوز هم بر این باورم که وضعیت امنیت در این صنعت از صنایع دیگر بهتر است.»

پورا عظم در پاسخ به این سؤال که آیا مقوله امنیت در دستورالعمل و اولویت صنعت بانکی و پرداخت کشور قرار دارد، یا نه اظهار می‌کند: «قطعاً پاسخ این سؤال، منفی است؛ خیر این مقوله در اولویت صنعت قرار ندارد و این مسئله دلایل مختلفی نیز دارد که از جمله آنها می‌توان به زیاد و متکثر بودن دغدغه‌های نظام بانکی و پرداخت کشور اشاره کرد. برای مثال پایداری اقتصادی یک مؤسسه بانکی یا شرکت پرداختی به گونه‌ای که زیان‌ده نباشد، به طور خودبه‌خودی به در اولویت قرار نگرفتن مقوله امنیت منجر می‌شود. از طرفی ثابت نبودن نرخ ارز و تورم باعث رشد روزافزون قیمت فناوری‌ها و ابزارهای گوناگونی می‌شود که صنعت بانکی و پرداخت کشور برای توسعه خود به آنها نیاز دارد و این نیز می‌تواند یکی از دلایل در اولویت نبودن مقوله امنیت و به تعویق افتادن تأمین حداکثری آن باشد. علاوه بر اینها باید این را هم در نظر گرفت که چون اثرات مثبت پروژه‌ها و فعالیت‌های امنیت سایبری، به‌راحتی قابل مشاهده نیست و در واقع اندازه‌گیری نرخ بازگشت سرمایه برای هزینه‌های این حوزه سخت و پیچیده است، فعالان صنعت آن طور که باید به مقوله امنیت بها نمی‌دهند و ترجیح می‌دهند وقت، انرژی و بودجه اختصاص داده‌شده به صنعت را در راستای توسعه مقولات دیگری به کار ببندند که رؤیت‌پذیرتر است؛ ممکن است هزینه زیادی برای ارتقای امنیت صنعت شود و تا سال‌ها پس از آن شبکه بانکی و پرداخت کشور مورد حمله سایبری قرار نگیرد تا اثر مثبت این ارتقا و هزینه‌کردن‌ها رؤیت‌پذیر شود، البته برعکس آن هم ممکن است.»

بخش خصوصی در عمل هیچ‌کرسی حقوقی در نهادهای تصمیم‌گیرنده و شورای عالی فضای مجازی ندارد و این مسئله مهمی است که می‌تواند در نحوه توسعه صنایع مختلف و به‌طور خاص توسعه مقوله امنیت در صنعت بانکی و پرداخت کشور مؤثر باشد. او با اشاره به این مهم بیان می‌کند: «در وضعیتی که بخش خصوصی هیچ‌کرسی حقوقی در نهادهای تصمیم‌گیرنده ندارد، تنها راهی که ممکن است به افزایش نقش او در تصمیم‌گیری‌ها کمک کند، فعالیت‌های صنفی است؛ نهادهای صنفی مانند کمیسیون افتای نظام صنفی که به‌طور خاص در این زمینه فعالیت می‌کنند، توان این را دارند که با کار بستن ابزارهای گوناگونی مانند رسانه‌ها و کمک گرفتن از توان چانه‌زنی اعضایشان تا حد قابل قبولی در تصمیم‌گیری‌های نهادهای بالادستی مداخله کنند.» در سال‌های اخیر، پلتفرم‌های باگ‌بانتی که از



کلاه‌سفیدها برای افزایش امنیت شبکه‌ها استفاده می‌کنند، در جهان ترند شده‌اند. پوراعظم درباره نقش این پلتفرم‌ها توضیح می‌دهد که پیدایش این پلتفرم‌ها می‌تواند کمک قابل توجهی به ارتقای سطح امنیت سایبری سازمان‌های مختلف، از جمله بانک‌ها و شرکت‌های پرداختی کند: «البته باید فرهنگ استفاده از آنها برساخت شود و بانک‌ها و شرکت‌های پرداختی به آنها اعتماد کنند. از طرفی این پلتفرم‌ها نیز باید تعهدات لازم را در راستای حفظ محرمانگی داده‌ها و نقاط ضعف امنیتی را به سازمان‌ها بدهند. ممکن است سازمانی بدون استفاده از پلتفرم‌های بیرونی، برنامه‌های باگ‌بانتی ارائه دهد که به نظر من چنین کاری می‌تواند ریسک بالایی داشته باشد و توصیه‌ام به سازمان‌ها این است که حتماً از پلتفرم‌های بیرونی و تخصصی این حوزه استفاده کنند و تفکر پلتفرمی را در سازمان خود نهادینه کنند. سالیان سال است که پروژه‌های تست نفوذ در بانک‌ها و شرکت‌های پرداختی اجرا می‌شود و چون اثربخشی لازم را نداشته‌اند، پلتفرم‌های باگ‌بانتی در سال‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته‌اند.»

رئیس اداره ریسک و تطبیق بانکداری دیجیتال با نیک خاورمیانه معتقد است تحریم‌ها نقش بسزایی در کاهش روند توسعه امنیت در شبکه بانکی و پرداخت کشور دارند و مانع ورود فناوری‌های روز دنیا به داخل کشور می‌شوند؛ ممکن است تحریم‌ها روی توسعه کربنیکینگ تأثیر بسزایی نداشته باشند، اما قطعاً در زمینه فناوری و ابزارهای مربوط به بحث امنیت سایبری اثرات منفی خود را می‌گذارند. او درباره استفاده از فناوری‌های ساخت داخل ایران می‌گوید: «من مخالف استفاده از محصولات فناورانه‌ای که در داخل مرزهای کشور خودمان ساخته می‌شوند، نیستم، اما این محصولات باید توان رقابت با محصولات جهانی را داشته باشند و به گونه‌ای نباشند که هزینه‌ای که برای آنها می‌شود، تلف شود، بلکه باید ما را برای توسعه و رقابت با سایر کشورها مهیا کنند. تحریم‌ها باعث عدم تبادل دانش میان کشورهای توسعه‌یافته و ایران و عدم دسترسی افراد به دوره‌های آموزشی متخصص‌پرور شده که این مسئله ما را در ایجاد محصولات کارآمد و باکیفیت داخلی عقب می‌اندازد. با این وجود، فکر می‌کنم که باید فکری به حال این وضعیت کرد و بودجه‌هایی برای ایجاد برنامه‌های آموزشی بومی در سطح کیفیت جهانی، در نظر گرفت تا در سال‌های آینده بتوان از توسعه در ابعاد مختلف صحبت کرد. صنعت بانکی و پرداخت کشور می‌تواند محرک خوبی در این زمینه باشد.» او مهاجرت منابع انسانی را نیز عامل مهمی در کاهش روند توسعه امنیت سایبری در صنایع مختلف می‌داند و در این باره می‌گوید: «حالا دیگر همه ما می‌دانیم که وضعیت مهاجرت از ایران تا چه اندازه بحرانی شده است. این مهاجرت‌ها ریشه در مسائل خرد و کلان اقتصادی و اجتماعی کشور دارد و اگر قرار باشد که این روند صعودی مهاجرت، در نقطه‌ای ثابت شود یا کاهش یابد، نیازمند اقدامات اساسی و

بزرگ در سطح کشوری هستیم. با این وجود تنها کاری که از دست شرکت‌های مختلف برمی‌آید، این است که به تربیت نیروهای بومی مبادرت بورزند و آنها را از صفر آموزش دهند و در شرکت‌های خود استخدام‌شان کنند. این برنامه‌ها باید توسط بانک‌ها و شرکت‌های پرداخت مورد توجه قرار بگیرد و دنبال نتایج زودرس آن نباشند و از الان برای ساختن آینده‌ای بهتر برنامه‌های بلندمدت بریزند.»

پوراعظم اصلی‌ترین اقدام روبه‌جلو برای ارتقای سطح امنیت سایبری در کشور، از جمله صنعت بانکی و پرداخت کشور را تدوین و تصویب قوانین توسعه‌دهنده می‌داند و در این باره اظهار می‌کند: «ما با خلاء قانونی در زمینه امنیت سایبری مواجهیم و نیازمند قوانینی هستیم که در زمینه حفاظت از داده‌ها و اطلاعات کاربران، ضمانت اجرایی کافی را داشته باشد و در عین حال مانعی برای پیاده‌سازی روش‌های نوآورانه نباشد. برای مثال افشای اطلاعات در یک سازمان باید به جریمه جدی آن سازمان و اقدامات قضایی و حتی تأثیر در سطح یا مجوز‌شان منجر شود؛ چیزی شبیه به قانون GDPR در اتحادیه اروپا.» او اضافه می‌کند که این خلاء قانونی به عدم پاسخگویی سازمان‌ها در قبال افشای اطلاعات کاربران‌شان منجر می‌شود: «برای مثال همین اواخر شاهد هک و افشای اطلاعات کاربران یکسری از پلتفرم‌های داخلی بودیم که هیچ توضیحی برای این اتفاق هم نداشتند. علاوه بر این، برای آن دسته از مخاطرات امنیت سایبری که به صورت عمدی و غیرعمدی توسط کارمندان انجام می‌شود نیز باید تدابیری اندیشید و برنامه‌های بازدارنده، تشویق‌کننده، آموزش محور و فرهنگی ایجاد کرد تا کمتر شاهد چنین اتفاقاتی باشیم.»

◀ تغییر رویکرد هزینه‌محور بودن امنیت

هاشم راز، مدیر امنیت پرداخت الکترونیک پاسارگاد معتقد است وظیفه امنیت اطلاعات محافظت از کسب‌وکارهای مبتنی بر IT در قبال هرگونه عامل داخلی و خارجی است که سبب مختل شدن آن کسب‌وکار می‌شود. در واقع، این طور می‌توان گفت که امنیت یک مؤلفه پیشران است، نه بازدارنده که به عنوان یک کیفیت در ارائه خدمات IT ایفای نقش می‌کند.

امنیت باید قواره کسب‌وکارها باشد، اما گاهی به دلیل تمرکز بسیار زیاد روی فاکتورهای فنی و تکنیکی پیاده‌سازی امنیت و فراموش کردن ماهیت و ذات اصلی کسب‌وکار، این نقش به درستی اجرا نمی‌شود. او در این خصوص توضیح می‌دهد: «یک اصل بسیار مهم وجود دارد و آن این است که با توجه به شباهت‌ها و استانداردهای مشابه بسیار زیاد پیاده‌سازی امنیت از منظر مسائل فنی، در کسب‌وکارهای متفاوت به دلیل ساختارها و شرایط گوناگون باید به ظرافت‌های بسیار زیادی در پیاده‌سازی امنیت توجه شود و امنیت باید به اصطلاح، قواره کسب‌وکار سازمان باشد. برای مثال ممکن است در تولید یک لباس مسائل فنی دوخت، برش و غیره بسیار شبیه به یکدیگر باشند، اما بهترین لباس اسکی نمی‌تواند برای شنا مناسب باشد و بهترین لباس شنا مناسب کوهنوردی نیست. باید ذی‌نفعان هر صنعت، گستره جغرافیایی آن، ریسک‌هایی که آنها را تهدید می‌کند و خسارت‌هایی را که ممکن است به شکل آشکار یا پنهان به آنها وارد شود، بشناسیم.»

راز با اشاره به آنچه در اکوسیستم پرداخت می‌گذرد، عنوان می‌کند: «ذی‌نفعان اصلی این شرکت، تمام شهروندان ایرانی هستند که به هر شکل به خرید یا انتقال وجه با استفاده از کارت‌های بانکی مبادرت می‌ورزند. پس از آن می‌توان از بانک‌ها، بنگاه‌های تجاری و تمامی کسب‌وکارهایی که متصل به هر نوع از درگاه‌ها و پایانه‌های پرداخت هستند، به عنوان ذی‌نفعان این شرکت نام برد. با این وجود، گستره جغرافیایی این صنعت به وسعت تمام کشور و همه فرهنگ‌ها و هنجارهای نهفته در آن است.»

مدیر امنیت پرداخت الکترونیک پاسارگاد درباره ریسک‌های فعالیت در حوزه پرداخت الکترونیک مطرح می‌کند: «ریسک‌هایی که این صنعت را تهدید می‌کنند، گستره وسیعی دارند. این ریسک‌ها شامل مسائل اقتصادی و نوسان‌های نرخ ارز، مسائل اجتماعی و سیاسی، مسائل فنی و موارد مربوط به تخلفات احتمالی ناشی از مسائل فرهنگی و اجتماعی می‌شود.»

خسارت‌هایی که تمام این موارد می‌تواند به ذی‌نفعان صنعت پرداخت الکترونیک وارد کند، در نگاه اول به از دست دادن پول اشخاص تعبیر می‌شود که ما آن را خسارت مشهود می‌نامیم، اما گاهی دامنه این خسارت‌ها که غالباً نیز غیرقابل رؤیت است، فراتر از هدر رفتن پول شده و حتی به مسئله ملی و کشوری تبدیل می‌شود. از این رو واحد

۵۶

روی پایانه فروش یا ابزار پرداخت خوانده می‌شود، توسط دستگاه دیگری نیز ذخیره می‌شود. حال از آنجا که پرداخت با حضور کارت با استفاده از همین اطلاعات و رمز ثابت انجام می‌شود، با ارائه رمز توسط مشتری به شخص متخلف تمامی اطلاعات لازم جهت انجام تراکنش‌های غیرمجاز بعدی داده شده و همچنین او می‌تواند یک کپی از کارت داشته باشد. مدیر امنیت پرداخت الکترونیک پاسارگاد در خاتمه بیان می‌کند: «به عقیده من باورهای قدیمی در این خصوص که مقوله امنیت، تحمیل کننده هزینه اضافه به سازمان‌هاست، کمرنگ شده و رویکردهای جدید مدیران ارشد سازمان‌های مختلف از جمله پرداخت الکترونیک پاسارگاد نه تنها نگاه هزینه‌محور به مقوله امنیت نیست، بلکه توجه به آن را نوعی پس‌انداز برای آینده به حساب می‌آورند، چراکه معتقد هستند که این سیاست‌ها و تصمیم‌گیری‌ها نجات‌دهنده کسب‌وکارها هستند. در نتیجه تصور من این است که آینده مقوله امنیت در صنایع مختلف، از جمله صنعت پرداخت کشور روشن است و نسل جدید و تازه‌نفسی که در سال‌های آینده وارد بازار کار می‌شود، با پشتوانه علمی و فنی خوبی که دارد، اتفاقات خوبی را برای آینده صنایع در بحث امنیت رقم می‌زند.»

◀ کلام آخر

صنعت بانکی و پرداخت کشور یکی از مهم‌ترین صنایع کشور است که در تالاقی با سایر صنایع و مردم قرار دارد و به آنها خدمات می‌دهد. در نتیجه حفظ امنیت سایبری آن بیشتر از سایر صنایع مورد توجه رگولاتور و اکوسیستم بانکی و پرداخت کشور بوده است. با این وجود مدیران امنیت شبکه در این دو صنعت بر این باورند که هنوز آن‌طور که باید و شاید به وضعیتی نرسیده‌ایم که بتوانیم از توسعه یافته شدن مقوله امنیت در شبکه بانکی و پرداخت کشور صحبت کنیم و هنوز در برخی سازمان‌ها ارتقای امنیت سایبری در اولویت قرار ندارد. برخی به خلأهای قانونی در این زمینه اشاره می‌کنند و برخی دیگر هم بر این باورند که تحریم، مهاجرت نیروی انسانی، عدم وجود فرهنگ استفاده از کلاه‌سفیدها، نداشتن کرسی رسمی بخش خصوصی در نهادهای بالادستی و تصمیم‌گیرنده و عدم تبادل دانش فنی میان ایران و سرزمین‌های دیگر از جمله عواملی هستند که توسعه امنیت در صنایع مختلف، از جمله صنعت بانکی و پرداخت کشور را به تعویق می‌اندازند. با این وجود آنها می‌گویند که نسل جدید مدیرانی که روی کار آمده‌اند، معتقدند هزینه‌کردن روی مقوله امنیت به معنای جلوگیری از بحران‌های امنیتی و ملی است که ممکن است از این طریق بر بدنه صنعت و کشور تحمیل شود. در نتیجه به آینده توسعه این مفهوم در صنایع مختلف خوش‌بین هستند و امید دارند که رفته‌رفته به وضعیت مطلوبی برسیم که در آن همگان با خیال راحت از خدمات بانکی و پرداخت استفاده کنند

امنیت در صنعت پرداخت وظیفه بسیار مهم و سنگینی در راستای پیاده‌سازی استانداردها، ارائه سیاست‌ها و دستورالعمل‌ها دارد؛ چراکه تعلل در تصمیم‌گیری‌ها و همچنین تدوین و پیاده‌سازی یک طرح به شکل شتاب‌زده و کارشناسی نشده ممکن است بخش زیادی از ذی‌نفعان را دچار مشکل و خسارت کرده یا کل یک کسب‌وکار را مختل کند.»

به اعتقاد راز، حفظ تعادل در شرایط سخت برای دستیابی به اهداف خرد و کلان تمام ذی‌نفعان باید سرلوحه کار یک مدیر امنیت باشد و در واقع این‌طور می‌توان گفت که واحد امنیت شرکت‌های پرداخت باید بندبازی در شرایط توفانی را بیاموزد.

او با اشاره به اینکه برای تأمین امنیت تراکنش‌های پرداخت الکترونیک پاسارگاد در درگاه‌های پرداخت، دستگاه‌های کارت‌خوان و نرم‌افزار پی‌پاد دو بخش کلی دارند، می‌گوید: «در بخش اول باید بگوییم که خط‌مشی کلان پرداخت الکترونیک پاسارگاد محاسبه ریسک‌ها و مخاطرات در هر اقدام و پیاده‌سازی و اجرای حداکثری قوانین و مقررات بالادستی است. بعد از آن تکیه بر مباحث مربوط به شناخت مشتری در ارائه خدمات یا KYC در دستورکار ما قرار دارد. در همین راستا، شعار اصلی ما ارائه خدمات به شکل سریع، راحت و کارا بوده تا حداکثر قابلیت‌ها را با حداقل فشار و سختی کار برای مردم فراهم کنیم.»

به گفته مدیر امنیت پرداخت الکترونیک پاسارگاد،

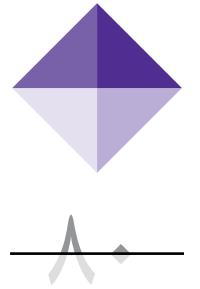
راز: مواردی مانند هک کردن و نفوذ به سایت‌های درگاه پرداخت، سایت‌های جعلی، نرم‌افزارهای موبایلی غیراستاندارد و تأیید نشده روی گوشی‌های هوشمند مثل انواع وی‌پی‌ان‌ها از جمله مهم‌ترین مسائلی هستند که به بحران‌های امنیتی ختم می‌شوند

حذف بوروکراسی‌های ناکارآمد و سخت، تکیه بر ایجاد تغییرات مثبت بدون اعمال شوک‌های عملکردی و کسب‌وکاری به مشتریان و استفاده از فناوری‌های نوین در عرصه‌هایی چون احراز هویت دیجیتال و یادگیری ماشین و... از جمله مواردی است که از آنها می‌توان تحت عنوان مزیت رقابتی پرداخت الکترونیک پاسارگاد نام برد.

راز در توضیح اینکه محصولات پرچالش شرکت‌های پرداخت از لحاظ امنیتی، چه هستند، اظهار می‌کند: «در این خصوص نمی‌توان برای تمام شرکت‌ها یک حکم کلی و یکسان صادر کرد؛ زیرا هر یک از بازیکنان این عرصه شرایط خاص خود را دارند. مطلبی که عرض می‌کنم بر اساس شواهد و تجربیات شخصی‌ام در صنعت و شرکت‌های همکار است. اگر ما چالش‌های امنیتی را فقط از منظر فنی در نظر بگیریم و شیوه‌های پرداخت را به دو شکل کلی با حضور کارت و بدون حضور کارت بررسی کنیم، چالش‌های فنی امنیت در بخش پرداخت بدون حضور کارت بسیار زیاد است؛ مواردی مانند هک کردن و نفوذ به سایت‌های درگاه پرداخت، سایت‌های جعلی، نرم‌افزارهای موبایلی غیراستاندارد و تأیید نشده روی گوشی‌های هوشمند مثل انواع وی‌پی‌ان‌ها از جمله مهم‌ترین مسائلی هستند که به بحران‌های امنیتی ختم می‌شوند.»

او اضافه می‌کند که ریسک بالای ارائه خدمات بدون کارت به این معنا نیست که در ابزار پذیرش با حضور کارت هیچ چالش فنی امنیتی وجود ندارد، بلکه مواردی چون کپی کارت و گاهی باگ‌های سخت‌افزاری یا نرم‌افزاری در این ابزارها نیز ممکن است خسارات جبران‌ناپذیری بر صنعت وارد کنند. به عنوان مثال در بحث کپی کارت یا در اصطلاح فنی، «اسکیمینگ» مسئله به این شکل است که متخلف کارت مشتری را هنگام انجام تراکنش علاوه بر ابزار پرداخت روی یک دستگاه دیگر نیز کشیده و به این شکل اطلاعات کارت علاوه بر اینکه

مصرف تراکنش



ASARETAARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران



امنیت سایبری یا تاب‌آوری سایبری؟



اسماعیل
باقری اصل

مدیر امنیت
شرکت پرداخت
الکترونیک
سداد

عمر تراکتس

تنظیم‌گری

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و پنجم



صنعت بانکی و پرداخت کشور یکی از زیرساخت‌های حیاتی هر کشوری است که نبض اقتصاد و توسعه آن محسوب می‌شود. یکی از اساسی‌ترین مسائل پیش روی این زیرساخت‌ها مورد هدف قرار گرفتن توسط عوامل تهدید مختلف به صورت مستقیم یا غیرمستقیم از طریق سایر وابستگی‌های مرتبط (همانند نیروی انسانی، فناوری و...) است. اهمیت حیاتی این زیرساخت‌ها، ایجاب می‌کند مخاطرات ناشی از آسیب‌پذیری‌ها و تهدیدات برآورد شده علیه این بخش در کمینه‌ترین حالت ممکن باشند. در واقع درک این مسئله که بهبود امنیت نقطه انتهایی ندارد و همواره باید مورد پایش قرار گیرد، رویکرد سازمان‌ها را نسبت به حملات سایبری تغییر می‌دهد؛ چراکه بروز حملات سایبری به دلیل تهدیدات مختلف، وابستگی‌های سامانه‌ای، سرمایه انسانی و سایر عوامل مؤثر، قابل پیش‌بینی نیست، در نتیجه بهتر است نگرش ما به امنیت تغییر کند.

نگرش سنتی توسعه امنیت، مبتنی بر شناخت و رفع آسیب‌پذیری‌های شناخته‌شده است که این نگرش، تضمین‌کننده کاهش یا رفع مخاطرات ناشی از تهدیدات ناشناخته یا مبتنی بر نفوذ و حضور مهاجمان و متخصصان در زیرساخت‌های حساس و حیاتی نیست. بر این اساس رویکرد تلفیق امنیت فعال با رویکرد دفاع پیش‌کنشانه و بهبود تاب‌آوری سایبری بسیار مؤثرتر خواهد بود. تاب‌آوری سایبری توانایی پیش‌بینی، دفاع، بازیابی از بحران و سازگاری با شرایط نامساعد، تنش‌ها و حملات در زیرساخت و سامانه‌های سایبری یک سازمان است که به‌عنوان یک ویژگی ضروری برای سیستم‌ها به رسمیت شناخته شده و باعث افزایش آگاهی از تهدیدات سایبری پیچیده و در حال رشد شده است. این مورد آن قدر در بازه زمانی چند سال اخیر رشد پیدا کرده که تمامی سازمان‌های بزرگ و کوچک را به سمت خود سوق داده تا بتوانند با بهره‌مندی از سازوکارهای معرفی شده و پیاده‌سازی مفاهیم و اصول تاب‌آوری، تداوم کسب‌وکار و امنیت خود را حفظ کنند.

اما نکته مهم در خصوص پیاده‌سازی مفاهیم و اصول تاب‌آوری سایبری در زیرساخت‌های بانکی و پرداخت، نیازمندی‌های آن است که نیل به اهداف تعریف شده را دشوار می‌کند.

۵۶

مرزوبوم
سایبری در
هر سازمانی
وابسته به نیروی
انسانی، فناوری و
فرایندهای مربوطه
است. در خصوص
منابع انسانی و
نیروی متخصص
متأسفانه با توجه
به دستمزدهای
نامناسب و
عدم توجه به
چالش‌های افراد
شاغل در این
حوزه، بسیاری
از متخصصان
یا از کشور خارج
شده‌اند و در سایر
کشورها (حتی
حوزه خلیج فارس)
مشغول به فعالیت
شده، یا بی‌انگیزه
شده و قصد
مهاجرت دارند

همان‌طور که می‌دانیم، مرزوبوم سایبری در هر سازمانی وابسته به نیروی انسانی، فناوری و فرایندهای مربوطه است. در خصوص منابع انسانی و نیروی متخصص متأسفانه با توجه به دستمزدهای نامناسب و عدم توجه به چالش‌های افراد شاغل در این حوزه، بسیاری از متخصصان یا از کشور خارج شده‌اند و در سایر کشورها (حتی حوزه خلیج فارس) مشغول به فعالیت شده، یا بی‌انگیزه شده و قصد مهاجرت دارند. ولی این تمام ماجرا نیست؛ چراکه با توجه به تحریم‌های ظالمانه از سوی کشورهای غربی، عملاً امکان به‌روزرسانی و توسعه زیرساخت‌ها متناسب با نیازهای آینده و حتی حال نیز، هم از نظر هزینه و هم از لحاظ دسترسی به منابع تأمین‌کننده، چالش‌های بهبود و ارتقای تاب‌آوری سایبری در سازمان‌ها و زیرساخت‌های صنعت بانکی و پرداختی کشور را بسیار فرسایشی می‌کند.

تمامی موارد ذکر شده تنها دغدغه‌های پیش‌بردار مفاهیم تاب‌آوری سایبری نیستند؛ چراکه در کنار عدم تخصیص منابع کافی در صنعت بانکی و پرداخت کشور (از منظر نیروی انسانی، تجهیزات، فناوری و فرایندهای مورد نیاز)، سکان‌داری مناسبی نیز در نهادهای حاکمیتی شکل نگرفته و گاهی دستورالعمل‌ها، ابلاغیه‌ها و نامه‌نگاری‌ها آن قدر متعدد می‌شوند که پرداختن به آنها و ارائه پاسخ متناسب، متخصصان را از مسیر پیاده‌سازی اصول در نظر گرفته‌شده بازمی‌دارد. خوشبختانه در حوزه پرداخت کشور، داستان کمی متفاوت است و شرکت شاپرک جهت جلوگیری از ناهماهنگی در حوزه امنیت، مسیر را مشخص کرده و تمامی مکاتبات از سوی اداره محترم ریسک و امنیت شاپرک و بدون واسطه صورت می‌پذیرد. هرچند فعالیت‌های صورت‌گرفته طی چند سال اخیر کافی نیست، ولی مسیر درستی را در پیش گرفته است. یکی از نکاتی که باعث بهبود وضعیت موجود خواهد شد، برنامه‌ریزی مؤثر (نه صرفاً کاغذی) جهت حفظ و نگهداشت نیرو متخصص در زیرساخت‌های بانکی، پرداخت و فین‌تک و دیگری هماهنگی بیشتر بین نهادهای نظارتی، حاکمیتی با سازمان‌ها و شرکت‌های حوزه بانکی، پرداخت و فین‌تک در راستای همیاری جهت پیاده‌سازی اصول تاب‌آوری و نه صرفاً رفع مسئولیت و انتقال ریسک است. به نظر می‌رسد برای رسیدن به این مهم بانک مرکزی جمهوری اسلامی می‌تواند نقش بسزایی در این مهم داشته باشد

ایمن بر مبنای طراحی



شاهین نور صالحی
پژوهشگر
آسمانی آبی



از طراحان سیستم خواهد بود. اتخاذ این رویکرد زمان بر است، اما اهمیت زیادی دارد. این اهمیت از آنجایی ارزش خود را نمایان می کند که بدانیم دو نوع کاربر نهایی سیستم ها که شامل مشتری و کارمندان سازمانی می شوند، به یک اندازه مورد حمایت و نظارت تیم طراحی قرار گرفته و در عمل بالاترین درجه از مشتری مداری را در سطح پرسنل درون سازمانی بالا می برند.

در رویکرد «ایمن بر مبنای طراحی» باید به خاطر داشته باشیم که صورت مسئله شما از «من به عنوان یک هکر نباید به داده ها دسترسی داشته باشم» به «من به عنوان یک کاربر می خواهم در مقابل هر نوع افشای داده سهوی یا عمدی مصون باشم» تغییر کرده است. در نتیجه شما تحت هر شرایطی موظف به اعمال نهایت بدبینی نسبت به سیستم عامل، شبکه و سخت افزارهای مربوطه هستید. در واقع درک این مهم برای پیاده سازی بحث «اعتماد بر مبنای آزمون» اهمیت بالایی دارد؛ چراکه در این مدل شما به جای یک مرتبه اجرای آزمون امنیتی برای محصول نهایی، موظف به پیاده سازی یک روند روزانه تست امنیتی بابت هر بخش از توسعه محصول هستید، در نتیجه با درجه بالاتری از اطمینان در مقابل «حملات زنجیره تأمین» مقاوم می شوید. اما این رویکرد جدید، همه عملیات «اعتماد بر مبنای آزمون» را شامل نمی شود. جمع آوری و تطابق دادن توابع استفاده شده در طراحی محصول، باگ از سمت محصول در دست کاربر نهایی و گزارش آسیب پذیری ها از مراجع رسمی در یک بانک اطلاعاتی و پردازش دائمی آنها رویه ای است که تقریباً انواع خطای سهوی یا عمدی انسانی را در سرتاسر زنجیره تأمین محصولات انفورماتیکی پوشش می دهد. در نهایت لازم به یادآوری است که در صورت پیاده سازی موفقیت آمیز همه این رویه ها، شما در بهترین حالت همچنان شش ماه از یک مجرم سایبری بامهارت عقب خواهید بود. باید در نظر داشته باشید در صورتی که لازم باشد یک قدم شش ماهه از انواع مجرمان سایبری جلوتر باشید، باید از شیوه نوآوری و ابداع حمله سایبری روی کاغذ در کنار طراحی و توسعه سیستم دفاعی متناظر در آزمایشگاه بهره ببرید. فقط در این شرایط است که موفق شده اید برای حمله ای که هنوز به ذهن یک مجرم سایبری رسوخ نکرده، یک راه حل دفاعی مناسب را در حالت سرویس دهی قرار دهید. این انتظار وجود دارد که مدل دفاعی «ایمن بر مبنای کنجکاوی» (Secure by Curiosity) به یک مدل استاندارد برای مواجهه با انواع تهدیدهای پیشرفته سایبری مرتبط با هوش مصنوعی تبدیل شود

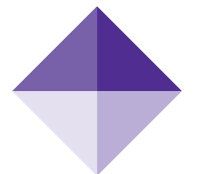
در حالی که به انتهای سال ۲۰۲۳ میلادی نزدیک می شویم که هر روز شاهد یک حمله سایبری گسترده به یک کسب و کار خصوصی یا زیرساخت دولتی در جهان و طبیعتاً کشور خودمان هستیم و همین امر نشان دهنده قدرت گرفتن مجرمان سایبری و تجهیز آنها به ابزارها و روش های به روز برای نفوذ است. هر چند در تحلیل مقدماتی، انگشت اتهام به سمت هوش مصنوعی و امکان تدارک حملات مبتنی بر «چندریختگی» (Polymorphism) روی سامانه های EDR (شناسایی و پاسخ نهایی) نشانه رفته، اما همچنان ضعیف ترین حلقه زنجیره امنیت در سازمان ها به کمبود دانش یا خطای نیروی انسانی برمی گردد. در حالی که اکثر دوره های آموزشی امنیت سایبری همچنان از ضعیف ترین حلقه زنجیره برای شرح نحوه برآورد امنیت نهایی سازمان ها بر اساس تعبیه لایه های دفاعی متوالی بهره می برند، روش های نوین طراحی امنیت سایبری بر اساس استراتژی نظامی «دفاع در عمق» (Defense in-Depth) شکل گرفته و به این ترتیب چندین حلقه زنجیره را برای رسیدن به عمقی ترین سطح دفاعی سازمان ها که شامل «داده» است، تدارک می بینند تا در صورت شکست شدن بیرونی ترین حلقه زنجیره دفاعی، یک سازمان فرصت کافی برای شناسایی و مقابله با تهدید بالفعل را داشته باشد.

هر چند استراتژی «دفاع در عمق» با تفکیک مسائل امنیتی یک سازمان در سه بخش مجزای فیزیکی (کنترل ورود و خروج، دیوارکشی، نگهبانی و دوربین مدار بسته)، فنی (شامل نرم افزار و سخت افزار) و مدیریتی (طراحی، ابلاغ و بازرسی روال های مرتبط با جریان داده برای امنیت سایبری سازمانی) رویکرد بهتری به تأمین امنیت در مقابل جرائم سایبری دارد، اما همچنان فاکتور خطای انسانی در این استراتژی به صورت حل نشده باقی مانده است. به همین دلیل آژانس امنیت سایبری و زیرساخت ها در ایالات متحده در سال های اخیر مفهوم جدیدی به نام «ایمن بر مبنای طراحی» (Secure by Design) را در لغت نامه امنیت سایبری سازمان ها وارد کرده که بر مبنای آن مبحث امنیت سایبری از ابتدایی ترین مراحل طراحی هر نوع محصول سخت افزاری یا نرم افزاری است و می بایستی به نحوی در نظر گرفته شود تا هر نوع آسیب پذیری ناشی از خطای انسانی در طبقه بندی فیزیکی یا مدیریتی را نیز شامل شده و برای هر نوع سهل انگاری احتمالی، راه حل دفاعی متناظر را پیش بینی کرده و پوشش داده باشد.

به این ترتیب مقابله با یک تهدید سایبری فرضی به روش «ایمن بر مبنای طراحی» در یک محصول نرم افزاری، از لایه زیرساختی و اثر متقابل بین آنها نشئت خواهد گرفت. در نتیجه برای تحقق این درجه از امنیت سایبری، تا وقتی لایه زیرساخت به عنوان ابتدایی ترین حلقه زنجیره برای «دفاع در عمق» قابلیت برقراری ارتباط با لایه های نرم افزاری بالاتر و تبادل رخدادهای امنیتی دارای اهمیت پردازشی را نداشته باشد، عملاً یک قدم از مجرم های سایبری عقب مانده ایم. به منظور رفع ایرادی که زمان بر بودن تحول ساختاری همه لایه های دفاعی ایجاد می کند، روش های نوآورانه ای برای پیاده کردن مدل «ایمن بر مبنای طراحی» ارائه شده که بر مبنای آن ضمن حفظ رعایت اصول طراحی کلاسیک «ایمن بر مبنای استاندارد» که پیش تر منتشر شده و در اختیار همگان قرار دارد، دورویکرد «ایمن بر مبنای طراحی» با هدف به کار گرفتن انواع روش های نوآورانه و خارج از محدوده استانداردهای متداول از یک سو و سیستم «اعتماد بر مبنای آزمون» (Trust by Verify) برای ممیزی دائمی میزان تحمل خطای انسانی کل سیستم در مقابل تهدیدهای سایبری از سوی دیگر به آن اضافه می شود.

از مهم ترین اجزای رویکرد «ایمن بر مبنای طراحی»، در نظر گرفتن «جریان داده انواع تهدید سایبری مرتبط» در لحظه طراحی انواع نرم افزار و سخت افزار است. به این ترتیب فرایند معماری سیستم ها از این پس توسط همکاری مستقیم بین دو گروه طراحی محصول و طراحی امنیت صورت خواهد گرفت و ارجاع به سلسله رخدادهای مراحل وقوع یک حمله سایبری موفق از هر نوع تهدید مرتبط در برابر خطای انسانی، بخش زمان بر


معماری امنیت



۸۲

ASARETAARAHONESH.IR

ماهنامه تخصصی مدیران
فناوری های مالی ایران



ایجاد مزیت رقابتی با استفاده از فناوری هوش مصنوعی

یکی از مهم‌ترین و پرتکرارترین موضوعاتی که امسال در صنایع گوناگون به خصوص در صنعت فناوری‌های مالی در دنیا به آن پرداخته شد، استفاده از ظرفیت‌های هوش مصنوعی بود؛ هوش مصنوعی که می‌تواند حجم عظیمی از داده‌های مشتریان فردی را جمع‌آوری کرده، تجزیه و تحلیل کند، برای آزمایش و یادگیری مورد استفاده قرار دهد و سفر مشتری را در هر نقطه تماس برسد با مشتری (Touch Point) تنظیم کند. در مطلبی از هاروارد بیزینس ریویو که در صفحات پیش رو می‌خوانید، آمده است که تجربه شرکت مرکوری، یا تجربه شرکت‌هایی مانند سی‌وی‌اس و استارباکس این تصور رایج را که هوش مصنوعی ابزاری برای خلق فناوری است، از بین می‌برد. این تفکر مدت‌هاست که رنگ باخته و اکنون شرکت‌های هوشمند به این نتیجه رسیده‌اند که برای استفاده از پتانسیل‌های هوش مصنوعی و دستیابی به نوآوری، نیازی نیست چیزی را از آن خلق کنند؛ کافی است این فناوری خارق‌العاده را به درستی بایکزمینه تجاری خاص ادغام کنند تا نتایج درخشانش را ببینند.

جهان



ثریا حقی

مترجم

مصرف تراکتس



۸۴

ASAE TARA HONESH JIR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



تجربه های شرکت های مرکوری فایننشال، سی وی اس هلث و استارباکس درباره ادغام ابزارهای هوش مصنوعی در زمینه های تجاری گوناگون

هوش مصنوعی و شخصی سازی سفر مشتری

توسعه دهندگان مرکوری سابقه و مهارتی در ساخت و ساز فناوری نداشته و ندارند. از این رو کار را با هوش مصنوعی منبع باز آغاز کردند. با توجه به اینکه اکثریت قریب به اتفاق این ابزارها، بر اساس استفاده شارژ می شوند، بنابراین در مورد هزینه ها جای نگرانی وجود نداشت. هزینه های اولیه بسیار پایین و قابل تحمل بودند. آنچه مرکوری بر آن تمرکز داشت، نحوه ادغام راه حل های هوش مصنوعی موجود با سیستم های مدیریت محتوا، کلاهداری، واجد شرایط بودن و بسیاری از سیستم های فرانت و بک اند دیگر بود. گام دوم اتوماسیون فرایندها بود که باز هم با استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی منبع باز و در دسترس ممکن شد. با این حال مرکوری از کدهای خودش برای یادگیری و شخصی سازی و انجام آزمایش ها و تمرین ها استفاده کرد تا بتواند نتایج گذشته را بر اساس نیاز و خواسته خود ردیابی کند. سیستمی که مرکوری ساخته بود، بر مدیریت صدها متغیر به منظور دستیابی به اهداف

مرکوری فایننشال (Mercury Financial) که در سال ۲۰۱۴ میلادی راه اندازی شده، یک فین تک کوچک با مأموریتی بزرگ است؛ کمک به مشتریان برای بازیابی پروفایل اعتباری شان! «جیم پترسون»، مدیرعامل مرکوری و یک کهنه کار امور مالی از همان ابتدا می دانست که هوش مصنوعی برای شخصی سازی سفر مشتری در مرکوری حیاتی است؛ همان چیزی که در قلب محصولات و خدمات مرکوری جریان داشت و می توانست با بهبود، آن را تا عرش بالا ببرد. به همین خاطر نیز در سال ۲۰۲۱ میلادی، شروع به جست و جوی یک موتور مبتنی بر فناوری هوش مصنوعی کرد که بتواند به هر یک از مشتریان مرکوری، در زمان مناسب، از طریق کانال مناسب، بهترین و مناسب ترین پیشنهاد را ارائه دهد. این پیشنهاد می تواند تقسیم پرداخت بین چند کارت اعتباری متعدد باشد، یا یک هشدار نرم و دوستانه مبنی بر اینکه اعتبار مشتری روزه تمام است. این در حالی است که برخی مشتریان ممکن است به پیام های متنی پاسخ بدهند و برخی دیگر ممکن است با ارسال ایمیل ارتباط برقرار کنند. برخی ممکن است نیاز داشته باشند که دو هفته قبل از اتمام اعتبار از موضوع باخبر شوند و برای برخی دیگر، ممکن است این بازه زمانی در حد دو روز باشد. هر یک از این عناصر (نه به تنهایی، بلکه به طور خاص ترکیب آنها) می تواند مشتریان را از هم متمایز کند. برخی از آنها به شدت درگیر و علاقه مند هستند، در حالی که برخی دیگر آزرده خاطرند و رضایت چندانی ندارند.



تفاوت فاحش در نتیجه کسب و کارها، داده‌هایی است که هر شرکت از آن تغذیه می‌کند؛ همان داده‌هایی که شرکت در اختیار فناوری و ابزار هوش مصنوعی خود قرار داده است. برای اینکه به عنوان یک شرکت علاقه‌مند به هوش مصنوعی بتوانید به مزیت رقابتی دست پیدا کنید، باید به گردآوری بی‌وقفه داده‌ها روی آورید، آنها را به صورت مدیریت شده تبدیل یا غنی سازی کرده و کتابخانه‌های هوش مصنوعی خود را تغذیه کنید. این رویکرد می‌تواند قابلیت‌های مورد نیاز برای اقدامات مثبت بعدی را فراهم آورد.

در حال حاضر، انبوهی از فناوری‌های هوش مصنوعی منبع‌باز در دسترس هستند؛ مانند ابزارهای هوش مصنوعی مولد نظیر جی‌پی‌تی-۴ (GPT-4) ارائه شده توسط شرکت Open AI یا کتابخانه‌های کامل هوش مصنوعی (برنامه‌هایی که به زبان‌های منبع‌باز نوشته شده و برای استفاده‌های خاصی بسته‌بندی شده‌اند) یا ایکس‌جی‌بوست (XGBoost). بیگ‌تک طیف گسترده‌ای از ابزارها و فناوری‌های خود را به صورت کاملاً قابل استفاده و منبع‌باز در دسترس قرار داده است. مثلاً می‌توان به متا، با ارائه کتابخانه پرافیت (Prophet) خود برای پیش‌بینی، یا ایربی‌ان‌بی با ایرفلو (Airflow) خود که یک پلتفرم مدیریت گردش کار برای مهندسی داده است، اشاره کرد. امروز حتی بسیاری از ابزارهای رایج تجربه مشتری نیز به هوش مصنوعی مجهز هستند. مثل فناوری‌های ابری و هوش مصنوعی مورد استفاده در سلزفورس و ادوبی که به صورت مستقیم با کاربران و مشتریان در تعامل اند. اتفاقاً این شرکت‌ها و ابزارها به صورت مداوم در حال توسعه و بهبود هستند. به لطف رابط‌های برنامه‌نویسی کاربردی (API) و معماری سیستم‌های فناوری مدرن، تعامل سیستم‌ها با یکدیگر آسان‌تر شده و همین امر باعث شده توسعه و بهبود آنها تسهیل و تسریع شود؛ موضوعی که در ادامه به آن نیز خواهیم پرداخت.

یکی دیگر از مواردی که معمولاً بسیاری از شرکت‌ها و مدیران آنها را به اشتباه می‌اندازد، «شروع بزرگ» است. بر خلاف تصور عموم، ورود به حیطه هوش مصنوعی و استفاده از آن قرار نیست یک شروع انفجاری باشد! مثل باقی رویکردهای هوشمندانه و چابک، بهتر است در ابتدای امر محدود و گزیده شروع کرده و روی موارد استفاده خاص تمرکز کنید؛ مثلاً برای شروع کافی است روی «ورود مشتری یا تعامل اولیه» متمرکز شوید. به جای اینکه تلاش کنید با اتکا به هوش مصنوعی کل تجربه مشتری را از ابتدا تا انتها متحول کنید، یک منطقه و حوزه خاص را برگزینید و تمام تمرکزتان را معطوف آن کنید. خواهید دید که در این منطقه خاص کشش واقعی پیاده‌سازی و ادغام هوش مصنوعی را دارید. پس از اینکه موفق شدید، می‌توانید آن را به تدریج به سایر حوزه‌ها و مناطق نیز تسری دهید؛ بله، بسیار هوشمندانه است! هیچ‌کدام از اینها به این معنی نیست که اجرای سفر مشتری مبتنی بر هوش مصنوعی آسان و کار یکی، دور روز است. حتی اگر مناسب‌ترین و بهترین راهکار هوش مصنوعی ممکن را هم در اختیار داشته باشید، سه نقطه عطف وجود دارد که کوچک‌ترین مشکل در آنها می‌تواند شما و کسب و کارتان را با چالش‌های جدی مواجه کند.

هدفمند و ایجاد محتوا به روش میکروگرانولار (Microgranular) متمرکز بود. در عرض فقط شش ماه، مرکوری توانست به بهبودی ۱۰ درصدی در پروتکل خود دست یابد. اکنون دیگر همه چیز مسجل شده بود؛ مسیری که مرکوری در پیش گرفته بود کاملاً درست بود و قرار بود به امور بسیار بهتر و بزرگ‌تر دست پیدا کند.

هوش مصنوعی برای دستیابی به دقت و مقیاس‌پذیری در شخصی سازی، یک نیاز حیاتی است. هوش مصنوعی می‌تواند حجم عظیمی از داده‌های مشتریان فردی را جمع‌آوری کرده، تجزیه و تحلیل کند، برای آزمایش و یادگیری مورد استفاده قرار دهد و سفر مشتری را در هر نقطه تماس برند با مشتری (Touch point) تنظیم کند. تجربه شرکت مرکوری، یا تجربه شرکت‌هایی مانند سی‌وی‌اس (CVS) و استارباکس (که به تفصیل به آنها نیز خواهیم پرداخت) این تصور رایج را که هوش مصنوعی ابزاری برای خلق فناوری است، از بین می‌برد. این تفکر مدت‌هاست که رنگ باخته و اکنون شرکت‌های هوشمند به این نتیجه رسیده‌اند که برای استفاده از پتانسیل‌های هوش مصنوعی و دستیابی به نوآوری، نیازی نیست چیزی را از آن خلق کنند؛ کافی است این فناوری خارق‌العاده را به درستی با یک زمینه تجاری خاص ادغام کنند تا نتایج درخشانش را ببینند.

وقتی ارزش تمرکز روی ادغام منابع و تحول فرایندها را درک کنید، خیلی راحت‌تر می‌توانید آنچه را در هوش مصنوعی نیاز دارید، ببینید و به آن دست پیدا کنید. در سایه این رویکرد شما شروع می‌کنید به دیدن داده‌های خود و بر اساس این داده‌ها و داشته‌ها، شروع به طراحی معماری فناوری خودتان می‌کنید؛ فناوری‌ای که مختص شماست و یک دارایی ارزشمند رقابتی برای مجموعه شما به حساب می‌آید. به تدریج سایر بخش‌های مجموعه را نیز تحت فشار قرار می‌دهید تا آزمایش‌های بیشتری انجام دهند و داده‌های بیشتری را فراهم آورند. روندی که به مرور زمان سیستم هوش مصنوعی سازمان شما را تغذیه و تقویت می‌کند و می‌تواند میسری را پیش روی شما باز کند که به موفقیت می‌رسد.

اما نکته اینجاست که در این ادغام (اگر آن را یک سس در نظر بگیریم!) هوش مصنوعی فقط حدود ۱۰ درصد از این سس را تشکیل می‌دهد. ۹۰ درصد باقی‌مانده در ترکیبی از داده‌ها، آزمایش‌ها و استعدادها نهفته است؛ همان چیزی که مدام هوش مصنوعی شخصی سازی شده را بهبود می‌بخشد، فعال می‌کند و آگاه‌ترش می‌سازد.

بله، هدف شخصی سازی است. این درست همان چیزی است که ساختار استراتژیک یک شرکت را تشکیل می‌دهد. نکته اینجاست که فناوری هم صرفاً یک ابزار برای رسیدن به این ساختار استراتژیک است. آنچه امروز قرار است سازنده فردای ما و صنعت خدمات مالی باشد، ادغام ابزارهای هوش مصنوعی در زمینه‌های تجاری، تمرین و تکرار مداوم، تولید یادگیری مداوم و وارد کردن داده‌های جدید به این ترکیب است تا در نهایت سفر مشتری اصلاح شده و بهبود یابد.

◀ بیابید در مورد دستیابی به فناوری دوباره فکر کنیم!

هرچه باب صحبت بیشتر باز می‌شود، بیشتر مشخص می‌شود که برخی مدیران چقدر در مورد استفاده از هوش مصنوعی در اشتباه‌اند و در مقابل، چقدر آن دسته از مدیران که هوشمندانه در قبال این فناوری عمل می‌کنند، پیشرفت می‌کنند. واقعیت این است که یک شرکت، نباید آرزوی این را در سر بپروراند که اپل باشد، گوگل یا مایکروسافت، یا ادوبی باشد! یا هر شرکت دیگری که سازنده ابزارها و فناوری‌های هوش مصنوعی است یا دست‌کم در حوزه فروش این ابزارها و فناوری‌ها فعالیت دارد. نام‌های آشنای فعال در حوزه هوش مصنوعی نظیر اسپاتیفای، اوپن و نتفلیکس، اگرچه ممکن است در حال تحقیق و تفحص یا توسعه راهکارهای جدیدی مبتنی بر این فناوری باشند، اما معمولاً این کار را با اهداف خاصی دنبال می‌کنند. مثلاً از آن برای توسعه برنامه‌هایی استفاده می‌کنند که به آنها مقیاس‌پذیری عظیمی می‌بخشد یا از آن در عملکردهای خاصی بهره می‌برند که می‌تواند آنها را از دیگر رقبایشان در بازار متمایز کند. مثلاً در مورد نتفلیکس، هدف خاص استفاده از هوش مصنوعی تجزیه و تحلیل فریم فیلم‌ها (Movie Frame Analysis) است که بدون آن، شاید نتفلیکس معنایی بسیار سطحی‌تر از چیزی داشت که امروز دارد. با این حال، تعداد بسیار اندکی از شرکت‌های خارج از دنیای فناوری هستند که توانسته‌اند از نوآوری‌های دیجیتال‌شان کسب درآمد کنند. برای اکثریت قریب به اتفاق آنها، نوآوری در حقیقت ارائه یک راهکار جدید روی پشته‌ای از قابلیت‌های دیجیتال است. همه آنها به یک میزان به فناوری هوش مصنوعی و ابزارهای ارائه‌شده توسط غول‌های ارائه‌دهنده دسترسی دارند، اما وقتی دقت می‌کنیم، نتایجی که به دست آورده‌اند به طرز فاحشی با هم متفاوت هستند. یکی از مهم‌ترین علل این

۱. محدودیت در جمع‌آوری داده‌ها

این اتفاق معمولاً زمانی رخ می‌دهد که داده‌ها و گردآوری آنها فاقد ساختار باشد (مثل صنعت پزشکی و مراقبت‌های بهداشتی) یا داده‌ها به ثبت نرسیده باشند (مثل صنعت مهمان‌یاری). درست است که در اکثر هتل‌ها و اماکن مهمان‌یاری کارت‌های نظرسنجی در اختیار افراد می‌گیرد، اما واقعیت این است که چه کسی این داده‌ها را (که اتفاقاً اطلاعات بسیار ارزشمندی از آنها قابل استخراج است) به ثبت می‌رساند؟ هتلی را تصور کنید که همه ترجیحات شما در مورد نوع اتاق و دکوراسیون، سرویس دهی، غذا و خورد و خوراک، حساسیت‌های غذایی، برنامه نظافت، امکانات رفاهی و... را به ثبت رسانده است. بدون شک بار دومی که در آن هتل اقامت دارید، خدمات و امکانات بسیار شخصی‌سازی‌تری و بهینه‌سازی‌تری را دریافت خواهید کرد.

۲. عدم ارتباط بین راهکار هوش مصنوعی و بازاریابی

فرض کنید یک سوپرمارکت بزرگ دارید؛ آن هم در وسط شهری بزرگ که اکثر ساکنان آن وگن (گیاه‌خوار) هستند یا دست‌کم علاقه چندانی به غذاهای گوشتی و چرب ندارند. حال تصور کنید یک ابزار هوش مصنوعی پیشرفته در اختیار دارید که چنین پیش‌بینی‌های شخصی‌سازی‌شده‌ای را به‌طور خودکار و در مقیاس عظیم در اختیارتان قرار می‌دهد! اما برای فعال‌سازی این قابلیت شما به یک سیستم فناوری بازاریابی یا به اختصار MarTech نیاز دارید تا بتوانید داده‌ها را در قالب کلمات و گفتار به آن انتقال دهید. بدون شک صرف داشتن این بینش و پیش‌بینی نمی‌تواند برای شما ارزش بیافزیند.

۳. عدم توانایی سیستم در مقیاس‌پذیری خودکار

بینش‌ها و پیش‌بینی‌های متعدد، در صورتی که سیستم هوش مصنوعی شما قادر نباشد هر یک از آنها را به اقداماتی مناسب برای شخصی‌سازی متناسب با مشتریان

تبدیل کند، ارزش و کاربرد چندانی نخواهند داشت. شما نمی‌توانید برای دستیابی به یک کمپین کاملاً شخصی‌سازی‌شده به ورودی‌ها یا تجزیه و تحلیل‌های دستی اتکا کنید. سیستمی موفق خواهد بود که قوی و مقیاس‌پذیر باشد. در غیاب چنین سیستم قوی و مقیاس‌پذیری، داده‌ها و بینش‌ها سرکوب خواهند شد یا صرفاً در عملکردی محدود و منحصر به فرد مورد استفاده قرار خواهند گرفت.

چهار کلید یکپارچه‌سازی یا ادغام هوشمند

شرکت‌های مختلف، حین توسعه سفر مشتری مبتنی بر فناوری هوش مصنوعی، چهار ویژگی تعیین‌کننده برای ادغام هوش مصنوعی پیش‌رو دارند. این چهار کلید عبارت‌اند از:

● شفافیت و همسویی اهداف؛

● ابزار دقیق داده‌ها؛

● معماری فناوری متصل؛

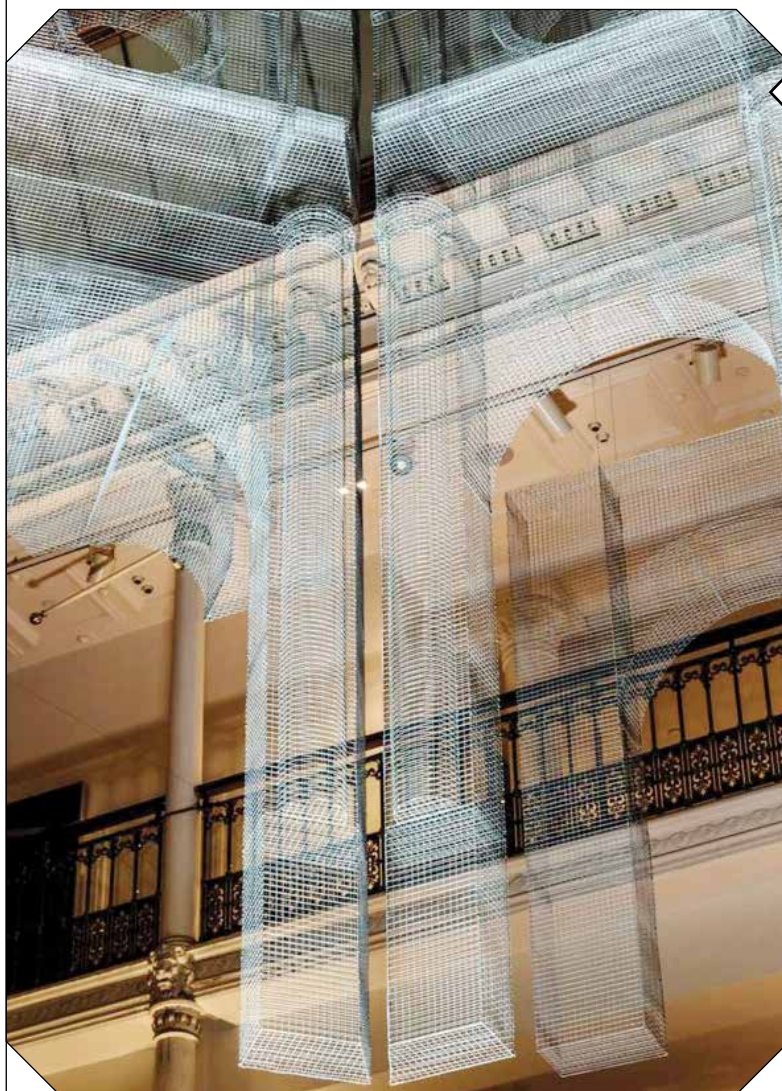
● فرهنگ تجربی.

لازم به توضیح است که هیچ‌یک از این چهار کلید، شامل داشتن الگوریتم هوش مصنوعی برتر و بهتر نیست، هر چند همه آنها به داده‌های دقیق و درست و همین‌طور الگوریتمی با آموزش بهتر نیاز دارند.

۱. شفافیت و همسویی اهداف

بازاریابی مبتنی بر هوش مصنوعی به اهداف بهینه‌سازی واضح برای هر مورد استفاده نیاز دارد. این در حالی است که هر یک از این اهداف هم باید به‌طور معقولی محدود و قابل دستیابی باشند. اهداف کلی و گسترده (مثل تسریع رشد فروش) یا اهدافی که بیش از حد بلندپروازانه و آرمانی هستند، عملاً هیچ‌وقت حاصل نمی‌شوند، اما می‌توان به اهداف جزئی‌تر و منطقی‌تر مثل به حداقل رساندن زمان انتظار، کاهش هزینه‌های تشویقی در هر فروش یا ارائه پیشنهادی که مشتری بپذیرد، دست یافت. این قبیل اهداف نه تنها دست‌یافتنی هستند، بلکه کاملاً شفاف و واضح نیز مشخص شده‌اند. اما ممکن است اقدامات متعددی وجود داشته باشد که مشتری انجام می‌دهد یا دوست دارید در مورد مشتری اعمال کنید. این دیگر با شماسنت که تصمیم‌گیری کدام گزینه را انتخاب کنید، می‌خواهید ابزارهای هوش مصنوعی خود را معطوف به باارزش‌ترین گزینه‌ها کنید یا برای هر چیزی اعمال کنید که مشتری ممکن است انجام دهد.

برنامه‌های کاربردی هوش مصنوعی اساساً بر اساس داده‌های تاریخی کار کرده و پیش‌بینی می‌کنند. در صورتی که گستره تمرکز هوش مصنوعی بیش از حد بزرگ باشد، قدرت بهینه‌سازی خودش را از دست می‌دهد. اگر هم با موقعیتی مواجه شود که هیچ‌گونه داده تاریخی برای آن در دسترس نیست، پیش‌بینی‌هایی غیرواقعی و نادرست خواهد داشت. به همین دلیل اگر قرار باشد برای بهینه‌سازی فاکتورهای متعدد از هوش مصنوعی استفاده کنید، شاید بهتر باشد به جای استفاده از یک موتور هوش مصنوعی برای شخصی‌سازی و بهینه‌سازی این چند فاکتور،





شده، گیج شده یا ناراضی است؟»، «آیا تماس‌گیرنده دستورات عمل‌هایی را که نماینده عنوان کرده، جدی گرفته و دنبال کرده یا خیر؟» یا اینکه «هنگام مذاکره تلفنی متوجه صحبت‌های نماینده بوده یا حواسش پرت چیز دیگری بوده است؟» و مواردی از این دست.

از طرف دیگر، زمانی که یک شرکت یک ایمیل برای یکی از مشتریان خود ارسال می‌کند، باید بتواند بر همه چیز در مورد این ایمیل نظارت کرده، در صورت نیاز آن را شخصی‌سازی و بهینه‌سازی کند. عبارات، تصاویر تعبیه‌شده، اندازه فونت‌ها و رنگ‌های استفاده‌شده و هر متغیر دیگری که احتمالاً بر پاسخ مشتری تأثیرگذار هستند، باید بهینه‌سازی و شخصی‌سازی شوند. معماری برچسب‌گذاری چیزی است که امکان آزمون و یادگیری را در اختیار شرکت‌ها قرار می‌دهد تا بتوانند فراداده یا متادیتای این تعاملات و ارتباطات را جمع‌آوری، نظارت، طبقه‌بندی و مدیریت کنند.

۳. معماری فناوری متصل

پشته فناوری تجربه مشتری، شامل یک موتور پیش‌بینی، یک موتور مدیریت تجربه یا اصطلاحاً توالی‌یابی (Sequencing)، یک موتور محتوا، موتورهای دیویری کانال و یک موتور آزمایش و تجزیه و تحلیل است. علاوه بر این، هوش مصنوعی برای پیوند دادن سفر مشتری به هم از پنج یا چند سیستم نیز استفاده می‌کند؛ بازاریابی، خدمات مشتری، کاربرد محصول، ارائه‌دهندگان صورت حساب، کانال‌های آنلاین و گاهی اوقات یک فروشگاه خرده‌فروشی. با توجه به اینکه احتمال اضافه‌شدن قابلیت‌های جدید به این مجموعه وجود دارد و نیاز است چندین موتور هوش مصنوعی به آن اتصال پیدا کنند، بهتر است پشته را به صورت ماژولار طراحی کنید.

فناوری هوش مصنوعی؛ هوش مورد نیاز، سرعت لازم و مقیاس محاسباتی درخور را برای عملیات سوخت‌رسانی فراهم می‌کند که به‌طور فزاینده‌ای نیز توسط اتوماسیون هدایت می‌شود. با این حساب، فناوری‌هایی که اجراکننده اتوماسیون هستند، باید بتوانند سیگنال‌های هوش مصنوعی را پذیرفته و اطلاعات را به آن برگردانند تا به بهبود آن کمک کنند. به عبارتی در یک معماری فناوری متصل نیاز است که سیستم‌ها با یکدیگر کار کنند، با هم در تعامل و اتصال باشند، اما به هم وابسته نباشند؛ این ایده‌آل‌ترین حالت ممکن برای دستیابی به نتیجه مطلوب است.

API‌هایی که در دسترس عموم قرار دارند، این معماری ماژولار را فعال می‌کنند. این API‌ها به توسعه‌دهندگان این امکان را می‌دهند تا از طریق یک استاندارد ارتباطی ساده و همه‌کاره، به نرم‌افزارهای اختصاصی دسترسی داشته باشند. API‌ها در حقیقت زبان گفت‌وگوی دیجیتال در پلتفرم‌های متفاوت هستند. مثال ساده‌ای از این رابط‌های برنامه‌نویسی کاربردی، رابطی است که سیستم مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) یک شرکت را به یک سیستم تلفن مبتنی بر ابر پیوند می‌دهد؛ پیوندی که به نماینده مرکز تماس اجازه می‌دهد تا بدون نیاز به خروج از نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری، فوراً با یک لید جدید تماس

از چند موتور هوش مصنوعی استفاده کنید؛ در واقع برای هر مورد، یک موتور هوش مصنوعی تا بتواند نهایت تمرکز را به کار گیرد. تنها در این صورت است که هوش مصنوعی می‌تواند به تجربه مشتری گسترده‌تر بینجامد. به‌عنوان مثال، یکی از شرکت‌های پیشرو فعال در حوزه بهداشت و درمان، یک موتور هوش مصنوعی به شناسایی اعضای طرح سلامتی اختصاص داده که بیشتر در معرض خطر یک حادثه حاد یا ابتلا به یک بیماری ویژه هستند. یک موتور هوش مصنوعی نیز به نحوه عضوگیری اختصاص داده، در حالی که طرح‌های آزمایشی مرتبط با آزمایش‌های بهداشت و درمان نیز از یک موتور هوش مصنوعی خاص دیگر بهره می‌برند. به همین منوال، یک موتور هوش مصنوعی نیز وظیفه توسعه و بهینه‌سازی مجموعه بر اساس بودجه‌های خاص را بر عهده دارد و....

یکی از دلایل موفقیت استارباکس در شخصی‌سازی مبتنی بر هوش مصنوعی، شفافیت هدفی است که مشخص کرده است. این شرکت به این واقعیت دست یافته که برای فروش بیشتر و بازاریابی موفق‌تر، بهترین راه این است که تجربه مشتری را (با استفاده از ادغام فناوری هوش مصنوعی در بازاریابی) بهبود بخشیده و وی را وادار به قبول چیزی کند که بازاربایان ارائه می‌دهند. وقتی مشتری با استفاده از ماوس خودش محصول مورد نظر را (انگار که دقیقاً آن را در دست دارد) برانداز می‌کند، می‌چرخاند و از زاویه‌های مختلف می‌بیند، چاره‌ای برایش باقی نمی‌ماند جز اینکه سه بار در هفته بخواهد دوباره آن را تجربه کند و در اغلب موارد، مبلغ آن را پرداخت کرده و خریداری اش کند. در واقع، استارباکس با ادغام هوش مصنوعی توانسته در عین ارائه پاسخ‌های واقعی، در مشتریانشان علاقه ایجاد کند. ضمن اینکه استارباکس روی بهینه‌سازی سود و زیان یک محصول خاص تمرکز نکرده، بلکه سعی دارد افزایش کل درآمد خالص خود با تکیه بر فناوری هوش مصنوعی را هدف‌گیری کند؛ چیزی که به نظر می‌رسد درست هم بوده و توانسته با ارائه یک تعریف جامع از موفقیت، به آن جامه عمل ببوشاند.

۲. ابزار دقیق داده‌ها

مکانیسم‌هایی که داده‌های تعاملات مشتریان، اقدامات شرکت و نتایج به‌دست‌آمده در نقاط تماس را به ثبت می‌رسانند، سازمان‌دهی می‌کنند و به اشتراک می‌گذارند، در حقیقت پیچ و مهره‌های برنامه شخصی‌سازی هوش مصنوعی یک شرکت هستند. ابزار دقیق این داده‌ها شامل همه چیز می‌شود؛ از گزارش‌های مرکز تماس و داده‌های به‌دست‌آمده از روابط اشخاص ثالث گرفته تا نرم‌افزارهای اتوماسیونی که ارتباطات دیجیتال را تولید و ردیابی می‌کنند. اشخاص ثالثی که در اینجا مد نظر هستند، همان شرکای دیجیتال، کارگزاران یا شرکت‌های رسانه‌ای هستند و نرم‌افزارهای اتوماسیون نیز شامل پروتکل‌هایی نظیر سلزفورس است. یک شرکت برای دریافت اطلاعات مربوط به تعاملات هر یک از مشتریان در کانال‌های مختلف، به یکسری «گیرنده» نیاز دارد. اطلاعاتی که با استفاده از این گیرنده‌ها در خصوص تعاملات مشتریان در اختیار

شرکت قرار می‌گیرند باید درست و به معنای واقعی کلمه دقیق باشند. به‌عنوان مثال، در مورد واحد «مرکز تماس»، اطلاعاتی که از سوی گیرنده‌ها در اختیار شرکت قرار می‌گیرند، باید داده‌هایی دقیق و واقعی باشند. داده‌هایی در خصوص اینکه «هدف از برقراری این تماس‌ها چه بوده است؟»، «آیا تماس‌گیرنده (مشتری) ادیت



استارباکس
با ادغام هوش
مصنوعی توانسته
در عین ارائه
پاسخ‌های واقعی،
در مشتریانش
علاقه ایجاد
کند. ضمن اینکه
استارباکس روی
بهینه‌سازی سود و
زیان یک محصول
خاص تمرکز نکرده،
بلکه سعی دارد
افزایش کل درآمد
خالص خود با
تکیه بر فناوری
هوش مصنوعی را
هدف‌گیری کند؛
چیزی که به نظر
می‌رسد درست هم
بوده و توانسته با
ارائه یک تعریف
جامع از موفقیت،
به آن جامه عمل
ببوشاند

توانسته برای چندمین سال متوالی از سوی جی دی پاور (J.D. Power) به رتبه برتر نائل شود.

۴. فرهنگ تجربي

هوش مصنوعی به یک شرکت اجازه می دهد تا ایده ها را بسیار سریع تر از حالت عادی آزمایش کند و کارها را بسیار بیشتر و بهتر از مقیاس معمولی انجام دهد و از این رو خلاقیت را تقویت می کند. همچنین این فناوری از میلیون ها میلیون داده (در گذشته) یاد می گیرد و می تواند نوآوری را بسیار سریع تر از هوش انسانی فعال و عملی کند. اما واقعیت این است که خلق کردن، کار هوش مصنوعی نیست. تنها کاری که از دست هوش مصنوعی برمی آید، این است که می آموزد چه چیزی، برای چه کسی، چه زمانی و چگونه کار می کند. خلق کردن مستلزم فرهنگی است که برای ریسک پذیری، تمرین و تکرار ارزش قائل باشد.

اگر قرار باشد همه چیز، همه شرایط و مسائل و اتفاقات و جریان ها برابر و یکسان باشند، داده های تجربي نه یک مزیت رقابتي که یک مزیت غیرقابل رقابت برای شرکت ها خواهند بود، اما واقعیت این است که همیشه این طور نیست. باید قبول کنیم که تغییرات، تفاوت ها و اختلافات همیشه وجود دارند و همین امر، باعث می شود طیف گسترده ای از آزمایش ها صرفاً روی دست ما هزینه بگذارند؛ بدون اینکه به نتیجه مطلوب برسند. طبق تعریف، برخی آزمایش ها کارساز نخواهند بود، اما حتی همین آزمایش های ناموفق هم درس های ارزشمندی به ما می دهند.

تیم های چابک به این مهم پی برده اند و از آن نهایت استفاده را می برند. آنها جسارت، استعداد و خلاقیت لازم را دارند تا ریسک کرده، ایده های جدید را دنبال کنند و حتی در صورت شکست خوردن های پی در پی، در طول زمان آنها را بهبود ببخشند.

چابک بودن به این معنی است که شما برای آنچه می خواهید و می توانید برنامه ریزی کنید، اما برای چرخش سریع به سمت آنچه آزمایش ها نشان می دهند هم فضا بگذارید. به همین خاطر است که مدیران شرکت ها برای عملی کردن هوش مصنوعی در اکوسیستم خود باید انگیزه ها و برنامه های عملیاتی شان را به نحوی تدوین کنند که از چابکی لازم برخوردار باشند. آنها باید بپذیرند که داشتن آزمایش هایی که نتیجه مطلوب در پی نداشته اند بخشی از کار است و در عین حال می توانند انعطاف پذیری لازم برای تغییر مسیر را نیز حفظ کنند.

در کنار این موضوع، حمایت از هوش تجربي نیز از اهمیت بالایی برخوردار است؛ هوشی که می تواند ریسک پذیری بالایی داشته باشد و برای خلق کردن مناسب است. آزمایش هایی که در این اکوسیستم انجام می شوند، برخی موفق و برخی ناموفق خواهند بود و از این رو، به یک سیستم یا گروه های کنترلی نیز نیاز است تا نتایج آزمایش ها را بررسی کرده و آنها را تأیید یا رد کنند. شما باید بتوانید به عنوان رهبر یک اکوسیستم، باخت های مجموعه خود را کاهش داده و بردها را دوبرابر کنید. شما باید تغییرات عملیاتی،

بگیرد. به لطف این API های باز و در دسترس، می توان اطلاعات را به طور یکپارچه انتقال داد، مدل ها را به راحتی به روزرسانی کرد و قابلیت های جدیدی را به مدل ماژولار افزود.

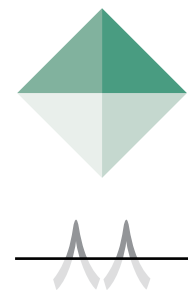
چنین معماری به هم پیوسته ای به شرکت ها اجازه می دهد تا مانورهای رقابتي سریع تری را انجام دهند؛ چراکه به لطف آن شرکت ها این امکان را دارند که به محض در دسترس قرار گرفتن قابلیت های جدید و بهتر، به راحتی اجزا را در لحظه و با حداقل هزینه سوئیچینگ تعویض کنند. برای اینکه ببینید یک معماری این چنین به هم پیوسته، ادغام عناصر مختلف پیشته را چگونه ممکن ساخته و از شخصی سازی در مقیاس بزرگ پشتیبانی می کند، شرکت کام کست (Comcast) را در نظر بگیرید. این شرکت در یافته بود که اتصال رسمی همه سیستم های داده مشتری عملاً بی مفهوم و غیرممکن است. اما اگر قرار است هوش مصنوعی داده ها را دریافت کرده، آنها را دسته بندی، تجزیه و تحلیل و آزمایش کند، بر اساس آنها یادگیری داشته باشد و در نهایت بر اساس آنها اقدامات لازم را انجام دهد، این اتصال بین سیستم های داده الزامی و غیر قابل اجتناب است. پس چاره چیست؟

پوینتیلیست (Pointillist) چاره ای است که کام کست برای این مسئله اندیشید. سیستم ها باید به نحوی به هم مرتبط شوند و پوینتیلیست، ابزار تصمیم گیری هوش مصنوعی کام کست، یک وظیفه مضاعف برای برقراری این ارتباط و اتصال در اکوسیستم انجام می دهد. ابتدا داده های مشتری را از تمام سیستم های شرکت (تعامل های جاری در اپلیکیشن، مرکز تماس، گزارش های استفاده از محصول و...) دریافت کرده و با هم مطابقت می دهد تا دیدی یکپارچه از مشتری ایجاد کند، سپس مانند یک میان افزار عمل می کند؛ چندین پایگاه داده را در یک پایگاه داده یکپارچه به هم متصل می کند و نیاز به ایجاد یک پایگاه داده رسمی و کلی را از بین می برد. در حقیقت وظیفه پوینتیلیست این است که همه داده های مشتری را از نقاط مختلف گرد آورده و آنها را در راستای ایجاد بینش پیرامون مشتری و بهینه سازی سفر مشتری در اختیار شرکت قرار دهد. سیستم در زمان واقعی می تواند بر اساس یافته ها و اطلاعاتی که این پروتکل در اختیارش قرار می دهد، نیازهای مشتری را درک کند، نقشه های سفر مشتری را ترتیب دهد، ناهنجاری هایی را که به رسیدگی نیاز دارند، کشف کرده و به آنها توجه کند و با بررسی علت های ریشه ای رضایت، عدم رضایت، شادی، آزار یا غیره، خودش را برای مشتری شخصی سازی و بهینه سازی کند. پوینتیلیست با استفاده از استانداردهای جنسیس (Genesys)، سیستم مشتری مرکزی کام کست، اطلاعات مربوط به مشتری را به تمام سیستم های تعامل با مشتری که با رابط برنامه نویسی کاربردی جنسیس سازگار هستند، هدایت می کند.

تعاملات مشتری به ترتیب زمانی و بر اساس برچسب گذاری زمانی ردیابی می شوند. این سیستم به صورت زمان واقعی و بلادرنگ به کام کست هشدار می دهد که مثلاً «جین دو» (Jane Doe) (یکی از مشتریان) در اپلیکیشن موبایلی است و مثلاً در دسترسی به اطلاعات طرح خدمات مشکل دارد. حتی قبل از اینکه جین دو بخواهد با مرکز پشتیبانی مشتریان کام کست تماس بگیرد تا مشکلیش را عنوان کند، سیستم یک پیام متنی برای او ارسال کرده و یک راه حل سریع برای مشکلی که دارد، پیشنهاد می دهد. در صورتی که جین دو از راه حل مورد نظر استفاده نکرده یا اقدام خاصی انجام ندهد، این بار سیستم هشدار می دهد که مشتری احتمالاً تماس خواهد گرفت. جالب اینجاست که با این رویکرد، حتی اگر جین دو با مرکز تماس هم بگیرد، نماینده و سیستم پاسخگویی از قبل می دانند مشکل چیست و به راحتی می توانند بهترین راهکار را پیش روی او قرار دهند. حتی می توان تعیین کرد که یک سیستم پاسخگویی خودکار یا یک هوش مصنوعی مولد پاسخ جین دو را بدهد یا بر اساس نیاز، بهتر است یک نیروی انسانی با جین دو در تعامل باشد (که البته به عنوان راه حل پرهزینه تر، همیشه آخرین گزینه است). آنچه این سیستم را جذاب می کند، پاسخگویی آنی، سرعت و تجربه بدون اصطکاک آن است.

به مرور زمان، همین طور که پوینتیلیست به گردآوری اطلاعات و تطابق آنها ادامه می دهد، کام کست را قادر می سازد تا به طور مداوم روش های جدیدتر، بهتر و مؤثرتری را برای رسیدگی به هر مشکلی که ممکن است پیش آید، آزمایش کند. پس کام کست می تواند ایده آل ترین پیام و پاسخ را ارائه دهد، برای رهگیری مشتریان راهکارهای بهتر و تأثیرگذارتری را بیابد و حتی ردیابی کند که مشتریان با سیستم تماس می گیرند یا خیر، یا اینکه آیا لازم است تماس بگیرند یا خیر؟ فقط در ۱۸ ماه نخست، همین سیستم مبتنی بر هوش مصنوعی که در کام کست پیاده شده، توانست ۱۰ درصد در هزینه های مرکز تماس صرفه جویی کند. بهبودها و بهینه سازی هایی که در تجربه مشتری آنلاین ایجاد شده و بازخوردی که شرکت دریافت می کند، باعث شده مشتریان دلایل کمتری برای تماس با سیستم داشته باشند. ایکس فینیتی موبایل (Xfinity Mobile)، زیرمجموعه کام کست، در سایه این سیستم

مهرتراکتس



ASARETAARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری های مالی ایران

شخصی سازی کند. آزمایش هایی که این شرکت در دستور کار خود قرار داده، می توانند شامل محصولات قبلی شده یا محصولات جدید را دربر بگیرند. به عنوان مثال، ممکن است سیستم یا آزمون و خطا تصمیم بگیرد پیام رسانی یا قالب بندی را بهبود ببخشد؛ تحولی که ممکن است در آن رنگ ها، فونت ها، زبان، اندازه ها و تصاویر تعبیه شده تغییر پیدا کنند (بهبود یابند). شاید هم بخواهد قیمت گذاری یا توصیه های محصول را در بخش های مشتری یا در مؤثرترین کانال های خودش آزمایش کند. هرچه تعداد پارامترهای مورد آزمایش بیشتر باشد، طبیعتاً تعداد جایگشت های آزمایش نیز بیشتر خواهد بود. این آزمایش ها ممکن است به زمان بیشتری نیاز داشته باشند. به همین خاطر بهتر است آزمایش کردن به یک تلاش مستمر در اکوسیستم تبدیل شود.

سفری که استارباکس برای ادغام هوش مصنوعی در فناوری خود شروع کرد، باعث شد ۴۵ درصد افزایش درآمد خالص را تجربه کند؛ رشدی که استارباکس آن را مرهون فروش منتسب به بازاریابی (به استثنای تخفیف ها) است و فقط در عرض چهار ماه حاصل شده است. پس از یک دوره ۱۲ ماهه، پس از انجام آزمایش های تصادفی، جریان ثابت داده های جدید، انجام آزمایش های بیشتر و توسعه طرح به پایگاه کامل مشتریان، نتیجه ای که استارباکس دریافت کرد، خارق العاده بود. استارباکس شاهد افزایش ۱۵۰ درصدی بود و این رشد، با هیچ چیز جز ادغام هوش مصنوعی امکان پذیر نبود. جالب تر اینکه با اضافه شدن کانال های بیشتر، ترکیب های پیشنهادی بیشتر و جایگشت های بیشتر، این میزان رشد به ۳۰۰ درصد رسید.

◀ ادغام هوشمند در ارتباطات پیچیده با مشتری

بر خلاف استارباکس، شرکت سی وی اس هلث (CVS Health) در یک صنعت تحت نظارت فعالیت می کند. صنعتی که ارائه پاداش و طرح های تشویقی برای جذب مشتری در آن ممنوع است. در عین حال، داده ها و نوع ارتباط آنها با سلامت و وضعیت جسمانی مشتریان نیز اگرچه ممکن است از نظر اهمیت مشابه استارباکس باشد (شاید کمی بیشتر)، اما بسیار پیچیده تر از آن است. سفر سی وی اس از «ایتنا» (Aetna) شروع شد. از سال ۲۰۱۸ میلادی که ایتنا تصمیم گرفت افراد عضو بیمه مدیکر (Medicare) را به انجام اقدامات بهداشتی و درمانی سالم تر تشویق کند، این رویکرد برای هر دو طرف برد بود؛ مشتریان زندگی بهتر و سالم تری را تجربه کرده و در عین حال هزینه های پایین تری را متحمل می شدند و شرکت نیز فرصت آن را پیدا می کرد تا محصولات و خدماتش را بهینه سازی کند.

ایتنا فکر می کرد که می تواند مشتریان را برای انجام دهه اقدام بهداشتی و درمانی تشویق کند. با این حال، بعد از مدت زمان بسیار کوتاهی شرکت متوجه شد که در همان ابتدای امر، بازنویسی نسخه ها برای مشتریان خودش یک پروسه زمان بر است. هر نسخه متفاوت بود و کلی زمان می برد و این در حالی بود که هر یک از مشتریان تفاوت هایی با یکدیگر داشتند و همین امر پروسه را زمان برتر می کرد.

ایده های نو و جذاب و مشوق های جدید را که نیاز به آزمودن دارند، تأمین مالی کنید. هرچه این تأمین مالی سفت و سخت تر باشد، نوآوری و خلق کردن نیز سفت و سخت تر خواهد بود. اگر اهل ریسک کردن نباشید، نمی توانید آزمایش کنید و بدون آزمایش، نمی توانید انتظار نوآوری و خلق کردن داشته باشید.

تسلطی که استارباکس بر بازاریابی دارد تا حد زیادی به دلیل همین آزمایش، تمرین و تکرار مداوم و همچنین تعهد آن به حمایت مستمر از منابع اطلاعاتی لازم است. این شرکت نه تنها بر داده های گردآوری شده دیجیتال و فناوری های دیجیتال متکی است، بلکه از تجارب خرده فروشی هم غافل نشده است. فناوری که در استارباکس استفاده شده، ۱۰۰ درصد از زبان و ابزارهای منبع باز تشکیل شده است. آنچه استارباکس بر آن تمرکز کرده، غنی سازی مداوم مجموعه داده های خود و اتصال آنها به معماری فناوری اکوسیستم است؛ نه توسعه الگوریتم ها.

استارباکس هر هفته آزمایش های تصادفی یا برنامه ریزی شده متعددی را روی زیرمجموعه ای از مشتریان خود و داده های آنها انجام می دهد. هدف از انجام این آزمایش ها هم آزمون و خطا، یادگیری، تقویت و به چالش کشیدن فرضیه های بازاریابی است. اکثریت قریب به اتفاق مشتریانانی که از فروشگاه های خرده فروشی بازدید می کنند، تشویق می شوند تا با این اکوسیستم از طریق اپلیکیشن استارباکس تعامل داشته باشند و اگر امکان داشت یک خرده خرید دیجیتال هم تجربه کنند. همین اپلیکیشن، داده های بسیار حیاتی و غنی را برای استارباکس جمع آوری می کند. مثلاً اینکه مشتریان معمولاً چه چیزی سفارش می دهند، چه زمان هایی سفارش بیشتری دارند، یا در کجا این سفارش ها انجام می شوند. آیا آنها سفارش های خودشان را عادی ثبت می کنند یا دنبال چیز خاصی هم در اپ می گردند. اپلیکیشن در مورد جزئیات رفتاری مشتریان و نحوه بازخورد آنها هم اطلاعات خوبی در اختیار استارباکس قرار می دهد؛ از جمله پیام ها یا ایموجی هایی که از طریق این اپلیکیشن ارسال می شوند، پیام هایی که بلافاصله باز شده و مشاهده می شوند، یا پیام هایی که نادیده گرفته می شوند و موارد بسیاری از این دست. همه این اطلاعات، داده هایی ارزشمند هستند که اپلیکیشن استارباکس ارائه می دهد تا بازاریابی را بهینه سازی کرده و آن را بر اساس تمایلات و نیازهای مشتریان





واقعیت این بود که داده‌ها بهترین ابزاری بودند که ایتما می‌توانست از آنها بهره‌برد. داده‌ها انواع و اقسام گوناگونی داشتند؛ از ادعاهای اخیر مشتریان، پاسخ‌های آنها به کمپین‌های بازاریابی، استفاده مشتریان از ابزارهای دیجیتال، جمعیت‌شناسی اولیه و تغییرات منطقه‌ای گرفته تا پروتکل‌های بالینی و غیره. ایتما برای اینکه بتواند در میان سیستم‌ها و کانال‌های خودش ارتباط برقرار کرده و با مشتریان نیز برای جذب و گردآوری داده‌ها مرتبط باشد، شروع به سرمایه‌گذاری روی جنبه‌های مختلف این ارتباطات (کانال، زمان، فرکانس، پیام، زبان و...) کرد. نتیجه این بود که میلیون‌ها تغییر بالقوه و بالفعل در اکوسیستم اعمال شد.

هدف اصلی آزمایش‌هایی که در ایتما انجام می‌شدند، سفارشی‌کردن ابزارهای معمول مارکت بود، تا به اندازه کافی انعطاف‌پذیر باشند و بتوانند از این گستره در حال توسعه داده‌ها نهایت استفاده را ببرند. با این حال، برای اینکه ابزارهای هوش مصنوعی بتوانند در سایر جنبه‌های اکوسیستم نیز شروع به شخصی‌سازی و بهینه‌سازی کنند، شرکت به داده‌های تاریخی بسیار بیشتر و غنی‌تری نیاز داشت. داده‌هایی که در آن برهه از زمان در اختیار ایتما قرار داشتند، بد نبودند، اما قادر نبودند پاسخگوی نیاز ابزارهای هوش مصنوعی باشند و نمی‌توانستند آن‌طور که باید در یادگیری آن سودمند عمل کنند. به همین دلیل نیز ایتما تصمیم به انجام یکسری آزمایش در مقیاسی عظیم و با جایگشت‌های متعدد، اما کنترل‌شده، گرفت.

حال یک آزمایش در این مقیاس، با جایگشت‌های بالا، ولی کنترل‌شده، چطور آزمایشی می‌توانست باشد؟ برای درک بهتر موضوع این مثال را در نظر بگیرید؛ فرض کنید می‌خواهیم یک تعامل در پیشخوان یک داروخانه را در بوته بحث و آزمایش قرار دهیم. ما قصد داریم زمان این تعامل، پاسخ‌هایی که ردوبدل می‌شوند و در عین حال انگیزه برقراری ارتباط و انجام این تعامل را در نتیجه آزمایش مورد نظر بهینه‌سازی کنیم. هرچه زمان می‌گذرد و آزمایش جلوتر می‌رود، تعداد فاکتورها و در نتیجه جایگشت‌های آزمایش افزایش پیدا می‌کنند. ایتما برای مدیریت آزمایش‌ها از یک ابزار هوش مصنوعی استفاده کرد؛ ابزاری که بتواند گزینه‌های مختلف را آزمایش کند، تعداد آزمایش‌های مورد نیاز برای دستیابی به نتیجه مطلوب را به حداقل برساند و برای ردیابی نسبی هر جایگشت ایده‌آل‌ترین و بهینه‌ترین حالت ممکن را فراهم آورد.

ایتما به جای اینکه یک الگوریتم هوش مصنوعی جدید برای خودش خلق کند، از همان الگوریتم‌های منبع‌بازی که در دسترس هستند، کمک گرفت. متخصصان و دانشمندان زیادی پشت پرده این سیستم‌ها هستند و آنها را برای پاسخگویی به نیازهای گوناگون طراحی می‌کنند و وقتی متخصصان و دانشمندان دیگر (نظیر توسعه‌دهندگان ایتما) از آنها استفاده می‌کنند، نتایج درخشانی به دست می‌آیند. توسعه‌دهندگان ایتما به همین منوال از الگوریتم‌ها استفاده کرده، آنها را با انواع داده‌های جدید تغذیه کردند، به تجزیه و تحلیل پرداختند

و یک دوره کامل از آزمایش مبتنی بر هوش مصنوعی را به انجام رساندند. ضمن اینکه ایتما در کنار استفاده از متخصصان فناوری و ابزارهای هوش مصنوعی، از اقتصاددانان رفتاری نیز کمک گرفت. این اقتصاددانان در توسعه استراتژی‌های تماس نقش تعیین‌کننده‌ای داشتند و توانستند به برنامه ادغام هوش مصنوعی ایتما برای تشویق مشتریان به انجام اقدامات درمانی و بهداشتی بیشتر کمک کنند. برخی از این متخصصان اقتصاد رفتاری مشتریان را با تأکید بر عوارض عدم رسیدگی به خود تشویق می‌کردند، برخی با متوسل شدن به اهمیت سبک زندگی سالم‌تر، برخی با تأکید بر خانواده و اهمیت آن برای هر فرد و برخی دیگر با استفاده از داده‌های بهداشت و درمان جامعه بومی.

در نهایت، ترکیبی ایده‌آل از سیستم‌های هوش مصنوعی و فناوری و انسان‌ها در ایتما تشکیل شد؛ اکوسیستمی که منحصراً برای بهینه‌سازی و شخصی‌سازی سی‌وی‌اس ایجاد شده بود و به نظر می‌رسید درست هم کار می‌کند. در پایین دست، موتور این اکوسیستم قرار داشت که مجموعه‌ای از کانال‌ها و پروتکل‌های ارتباطی تأمین‌کننده آن بودند، مانند ایمیل‌ها، سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)، اسکرپت‌نویسی‌های مراکز تماس، پیام‌های متنی، اعلان‌های دریافتی توسط اپلیکیشن و حتی پنجره‌های بازشوروی صفحه‌نمایش کامپیوتر داروسازان. این موتور در حقیقت تغذیه‌کننده سیستم‌ها و ابزارهای هوش مصنوعی است. داده‌ها از این موتور در اختیار سیستم‌های هوش مصنوعی قرار می‌گیرند تا بر اساس آنها، یادگیری و تجزیه و تحلیل داشته باشند.

نکته اینجاست که به مرور زمان، برخی از این داده‌ها پیچیده‌تر می‌شوند. سی‌وی‌اس با اشراف بر این موضوع، با تمرکز بر جریان داده‌ها، پتانسیل نوآوری، آزمایش و معماری، همچنین ابزارهای هوش مصنوعی منبع‌باز و امثال آنها توانسته بر پیچیدگی داده‌ها نائل آمده و حتی آنها را به یک فرصت برای پیشبرد اهدافش تبدیل کند. حاشیه سود قابل ملاحظه‌ای که این شرکت پس از ادغام هوش مصنوعی در فناوری‌های زیرساختی خود به آن دست یافته، هزینه‌های پزشکی کمتر، رتبه‌بندی خدمات بهتر، نتایج سلامت بهبودیافته و فرصت‌های جدید فروش هستند که نشان می‌دهد سی‌وی‌اس، مسیر خود را به درستی انتخاب کرده و در حال پیمودن آن است.

برای ایجاد مزیت رقابتی با استفاده از فناوری هوش مصنوعی، باید بتوانید سیستم‌های داخلی و زیربنایی خود را با سیستم‌های هوش مصنوعی ادغام کنید. اولین گام برای این ادغام، گردآوری داده‌های مشتریان است، سپس تجزیه و تحلیل آنها، انجام آزمایش‌ها و دستیابی به یکسری بینش و در نهایت شخصی‌سازی و بهینه‌سازی بر اساس بینش‌هایی که به آنها دست یافته‌اید.

این فرایند بسیار مقیاس‌پذیر است و دامنه گسترشی نامحدود دارد. هرچه میزان و تنوع داده‌هایی که در اختیار سیستم قرار می‌دهید و البته پیچیدگی این داده‌های تغذیه‌کننده سیستم‌های هوش مصنوعی بالاتر باشد، هرچه بتوانید متغیرهای بیشتری به فرایند افزوده و جزئیات را بیشتر و شفاف‌تر کنید، نتایج درخشان‌تری به دست خواهید آورد. مدیران، در این فرایند خالق نیستند، بلکه بیشتر یک یکپارچه‌ساز و ادغام‌کننده هستند. این دست مدیران باید مدل رهبری جدیدی برای خودشان و مجموعه اتخاذ کنند و بتوانند اولویت‌های جدیدی تعریف کرده و از امکانات موجود نهایت استفاده را ببرند. ادغام و یکپارچه‌سازی درست، به‌طور فزاینده‌ای تجربه مشتری برتر (بهینه‌سازی شده و شخصی‌سازی شده) را به همراه دارد و همین تجربه مشتری برتر، عاملی تعیین‌کننده در نحوه ایجاد ارزش ویژه برای برند خواهد بود. ♦



برای ایجاد مزیت رقابتی با استفاده از فناوری هوش مصنوعی، باید بتوانید سیستم‌های داخلی و زیربنایی خود را با سیستم‌های هوش مصنوعی ادغام کنید. اولین گام برای این ادغام، گردآوری داده‌های مشتریان است، سپس تجزیه و تحلیل آنها، انجام آزمایش‌ها و دستیابی به یکسری بینش و در نهایت شخصی‌سازی و بهینه‌سازی بر اساس بینش‌هایی که به آنها دست یافته‌اید



معرفی ۵۵
شخصیت
تأثیرگذار هوش
مصنوعی در
جهان

مجله تایم در مقاله‌ای ۱۰۰ شخصیت تأثیرگذار جهان در زمینه هوش مصنوعی را منتشر کرده که ما نیز این مطلب را ترجمه کرده‌ایم که در صفحات پیش رو می‌توانید با ۵۵ نفر از آنها آشنا شوید. «نینا باجیکال»، سردبیری که مدیریت این پروژه را بر عهده داشت، می‌گوید: «می‌خواستیم رهبران صنعتی که در خط مقدم رونق هوش مصنوعی قرار دارند، افراد خارج از این شرکت‌ها که با استفاده‌های هوش مصنوعی دست‌وپنجه نرم می‌کنند و سرمایه‌گذاری از سراسر جهان را برجسته کنیم که تلاش می‌کنند از هوش مصنوعی برای رفع چالش‌های اجتماعی استفاده کنند.» علاوه بر این مطلب، در بخش راهنمای این شماره به بررسی ۱۵ سرویس خودرویی در ۲۴ اپلیکیشن پرداختی نیز پرداخته‌ایم و دستگاه چک‌اسکنر گلوری FB-30 شرکت بازگانی مبناکارت آریا را معرفی کرده‌ایم. «الان بخر، بعداً پرداخت کن»، «ابرفناوری در فایننس»، «ایلان ماسک» و «رفتن تا بی‌نهایت» نیز چهار کتابی هستند که معرفی از آنها را می‌توانید بخوانید.

راهنما



تاریخ انتشار	۱۵ اکتبر ۲۰۲۳
صاحب امتیاز	گروه اکونومیست
تیراژ	۱۳۰۰۰۰
انتشار اولین شماره	سپتامبر ۱۸۴۳
دفتر مرکزی	لندن
وبسایت	economist.com
سوزها	#بازار آزاد #اقتصاد #اکونومیست

مهندس برجسته در فهرست زنان اثرگذار

«میرا موراتی»، مهندس آلبانیایی الاصلی که ساکن آمریکاست، در جدیدترین شماره نشریه فورچون، روی جلد آن قرار گرفته است. این

فورچون



نسیم بنایی
مترجم

مهندس جوان که تنها ۳۵ سال دارد، به عنوان یکی از زنان بانفوذ و اثرگذار در جهان، روی جلد این نشریه قرار گرفته است. موراتی، مدیر ارشد فناوری OpenAI است؛ همان شرکتی که برای نخستین بار چت جی پی تی را توسعه داد و نام آن را بر سر زبان‌ها انداخت. موراتی سال‌ها به عنوان کارآموز در گلدمن ساکس کار می‌کرد و کمی بعد هم به شرکت تسلا رفت. سرانجام وارد مقوله هوش مصنوعی شد و به عنوان متخصص، چت جی پی تی را توسعه داد. نشریه فورچون به چهره‌های مختلف و زنان اثرگذار بسیاری پرداخته است، اما از آنجا که به تازگی بحث هوش مصنوعی خیلی پررنگ‌تر مطرح شده، این چهره یعنی موراتی را روی جلد خود قرار داده است. موراتی نقشی فعال و کلیدی در زمینه توسعه چت جی پی تی داشت. او کسی است که می‌تواند آینده هوش مصنوعی را شکل بدهد. نوامبر ۲۰۲۲ بود که برای نخستین بار چت جی پی تی راه‌اندازی شد. در فاصله دو ماه بیش از ۱۰۰ میلیون کاربر فعال به این ربات چت روی آوردند. این استقبال عمومی نشان می‌دهد که آینده از آن چت جی پی تی و امثال آن است. توسعه هوش مصنوعی می‌تواند کاملاً در مسیر توسعه چنین ربات‌هایی باشد که از طریق چت، به کاربران اطلاعات می‌دهند. موراتی در سال ۲۰۱۸ به شرکت OpenAI پیوسته بود. در آن زمان، هنوز هوش مصنوعی به اندازه امروز، رشد نکرده بود. حالا شرایط کاملاً دگرگون شده و او به یکی از مطرح‌ترین چهره‌ها در این زمینه تبدیل شده است. البته علاوه بر موراتی، مهندسان دیگری هم در کنار او حضور دارند که در این زمینه کمک می‌کنند، اما به باور فورچون، او با وجود محدودیت‌هایی که در دنیای کاری و حرفه‌ای برای زنان وجود دارد، این زن توانسته راهی برای توسعه ایده‌هایش پیدا کند و به ربات چت جی پی تی دست پیدا کند.

مهرتراکتس



۹۲

ASAE TAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران

بازار آزاد به ت

هفته‌نامه اکونومیست در یکی از جدیدترین شماره‌های خود به مقوله «بازار آزاد» و یأس ناشی از آن پرداخته

اکونومیست

است. بر اساس گزارش اکونومیست، بازار آزاد با مسیری که به اشتباه در پیش گرفت و باری که بر دوش دولت‌ها گذاشت، فضایی برای از بین رفتن خودش فراهم کرد.

حرکت آزادانه کالاها در مرز کشورها، بسیاری را قانع کرد که در این مسیر گام بردارند. برخی هم به این نتیجه رسیدند که تولید را به خانه خود نزدیک نگه دارند. این اتفاق، چالش‌هایی را ایجاد کرد و توازن قدرت‌های تجاری را هم از میان برد. بسیاری از دولت‌ها برای اینکه بتوانند بازار آزاد را تحت کنترل خود درآورند، هزینه‌های زیادی را صرف کردند. علاوه بر هزینه‌های مادی، بحث قوانین هم به شکلی پررنگ مطرح شد. بسیاری از دولت‌ها ناچار شدند فعالیت در زمینه قوانین ضدانحصار را بیشتر کنند. این مسئله برخی دولت‌ها را بدنام کرد. اکونومیست می‌گوید هر اقدامی که برای بازارهای آزاد در دستور کار قرار می‌گیرد با عواقبی همراه است، اما اغلب دولت‌ها نسبت به این مقوله

تاریخ انتشار	اکتبر و نوامبر ۲۰۲۳
صاحب امتیاز	Charoen Pokphand (کرون پوکفند)
تیراژ	۸۵۲ هزار
انتشار اولین شماره	۱۹۲۹
دفتر مرکزی	نیویورک، آمریکا
وبسایت	fortune.com
سوزها	#فورچون #زنان #هوش مصنوعی



نبرد برای آینده هوش مصنوعی

نشریه تایم در جدیدترین شماره خود تصویر ایلان ماسک، میلیاردر معروف آمریکا را روی جلد خود قرار داده است. از تیتیر مشخص



است که ماجرا به هوش مصنوعی مربوط می‌شود. ایلان ماسک در سال ۲۰۱۲ به عنوان طراحی بازی‌های رایانه‌ای و همچنین پژوهشگر حوزه هوش مصنوعی شناخته می‌شد. او به مرور فعالیتش در عرصه سرمایه‌گذاری را آغاز کرد و طولی نکشید که توانست نام خود را کنار ثروتمندترین افراد در جهان قرار دهد. ماسک در سال ۲۰۱۳ در مراسمی که برای تولدش گرفته بودند، تأکید کرد که هوش مصنوعی می‌تواند آینده بشریت را در اختیار بگیرد و به یکی از مهم‌ترین ابزارها تبدیل شود. به اعتقاد او، فناوری‌های هوش مصنوعی می‌توانند جای انسان‌ها را بگیرند. حالا حدود یک دهه از این حرف ماسک می‌گذرد و او توانسته ثابت کند که حرفش درست بوده است. اکنون ماسک تمام تمرکز خود را روی هوش مصنوعی قرار داده و سعی دارد از این طریق، جهان آینده را به تصرف خود درآورد؛ چراکه هنوز بر این باور است که آینده در اختیار هوش مصنوعی خواهد بود. او هنوز هم می‌گوید هوش مصنوعی توفانی بزرگ به راه خواهد انداخت که تاکنون بشر شاهد آن نبوده است. به همین دلیل است که فعالیت در زمینه هوش مصنوعی و توسعه این فناوری را جزء اصلی‌ترین مأموریت‌های خود می‌داند. مجله تایم در گذشته هم یک بار تصویر ماسک را روی جلد خود قرار داده بود و از او به عنوان اثرگذارترین چهره سال یاد کرده بود. در آن سال، مجله تایم مصاحبه‌ای مفصل با ماسک ترتیب داد و او را به عنوان مهم‌ترین و اثرگذارترین فرد روی زمین معرفی کرد. حالا دوباره تصویر این فرد روی جلد همین نشریه قرار گرفته است. در این شماره تایم، تصویری از ماسک را در کنار خانواده‌اش می‌بینیم که واقعیت ندارد و صرفاً از طریق هوش مصنوعی ساخته شده است.

مهرتراکتس

دکه

۹۳

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و پنجم



تاریخ انتشار

اکتبر ۲۰۲۳

صاحب امتیاز

شرکت تایم

تیراژ

۱/۶ میلیون نسخه

انتشار اولین شماره

۳ مارس ۱۹۲۳

دفتر مرکزی

نیویورک، آمریکا

وبسایت

time.com

سوزدها

#ماسک #آینده

#هوش مصنوعی



تاریخ پیوست؟

توجه چندانی نکرده‌اند. تجربه به دست آمده از همه‌گیری کرونا و جنگ اوکراین نشان می‌دهد بازارها بهتر از برنامه‌ریزان می‌توانند با شوک‌های متنوع دست‌وپنجه نرم کنند. تجارت جهانی باید خودش را با تقاضای مصرف‌کنندگان مطابقت دهد. این اتفاقی است که در آمریکا، آلمان و بسیاری از دیگر اقتصادهای توسعه‌یافته و پیشرفته رخ داد. مسائلی نظیر افزایش سن مردم در کشورهای توسعه‌یافته، ورود هوش مصنوعی به عرصه تجارت و اقتصاد و بحران‌های متناوب در بازار انرژی از دیگر مواردی هستند که از نگاه اکونومیست روی تغییر مسیر بازار آزاد اثر گذاشته و آن را به سوی دیگری هدایت کرده است.

هرچند در حال حاضر، بازار آزاد دچار نوعی سرخوردگی شده، باز هم اقتصاددانان بر این باورند که می‌توان مسیر آن را تغییر داد و در مسیری پیش برد که به هدف غایی خودش دست پیدا کند. مهم‌ترین مسئله این است که دولت‌ها مفهوم تغییر را در نظر داشته باشند و خودشان را برای تغییرات آماده کنند. لیبرال‌های کلاسیک باید خودشان را به دنیای امروز برسانند و در بستر مدرن به فعالیت خود ادامه دهند. بازار آزاد نیازمند تغییرات آنی و لحظه‌ای است، تنها راه این است که با آن پیش برویم.

سرمایه گذار ب

چطور می‌توان به سرمایه‌گذار بهتری در بازار سهام تبدیل شد و از روی شاخص‌ها، سبدهای از بهترین سهام را برای خود

کیپلینگرز

ایجاد کرد؟ این پرسشی است که نشریه کیپلینگرز در جدیدترین شماره خود به آن پرداخته است. در این نشریه به پایه‌ای‌ترین مسائل در زمینه سرمایه‌گذاری پرداخته شده و مخاطب می‌تواند از طریق آگاهی از این ترندها، سرمایه‌گذاری موفق‌تری در بازار سهام داشته باشد. پرسش دیگری که در این نشریه مطرح شده این است که چطور می‌توان از هزار دلار در دنیای کسب‌وکار بهره‌گرفت؟ واقعیت این است که هزار دلار به لحاظ نگاه سرمایه‌داری، رقم زیادی نیست، اما می‌توان با دانش و آگاهی لازم، این رقم را در مسیری قابل قبول مصرف کرد. در نشریه کیپلینگرز به ۲۱ ایده مختلف پرداخته شده که از طریق آنها می‌توان هزار دلار را به یک سرمایه‌گذاری مؤثر تبدیل کرد. برای مثال نخستین راهکار این است که سرمایه‌گذار اقدام به خرید اوراق بلندمدت کند. این شیوه سرمایه‌گذاری هم امن است و هم می‌تواند در بلندمدت، نتیجه‌ای مثبت به ارمغان آورد. یکی دیگر از روش‌ها برای صرف هزار دلار در دنیای

قهرمان قصه خود باشید

آنترپرنور

نشریه آنترپرنور که همیشه به مقوله‌های کارآفرینی می‌پردازد، در جدیدترین شماره خود تصویر «کریستوفر همسورث» را

روی جلد خود قرار داده که بازیگری استرالیایی است و اکنون در هالیوود نقش آفرینی می‌کند. یکی از مقولاتی که در این نشریه مورد توجه قرار گرفته، این است که به هر حال اتفاقات بد همیشه امکان دارد رخ بدهد و در مسیر راه‌اندازی یک کسب‌وکار نو و کارآفرینی، اختلالاتی را ایجاد کند. نکته اینجاست که کارآفرین همیشه باید خودش را برای این چالش‌ها آماده کند و با آنها به مقابله بپردازد. رمز موفقیت در هر کسب‌وکاری این است که خودمان را برای بدترین اتفاقات آماده کنیم. این نشریه در یکی دیگر از گزارش‌هایش به مواردی پرداخته که کارآفرینان به اشتباه تصور می‌کنند درست است، در حالی که حقیقت ندارد. برای مثال، قدرت به معنای تاب‌آوری نیست. قدرت متفاوت از میحث تاب‌آوری است. ما باید یاد بگیریم در شرایط سخت کاری، تاب بیآوریم و در عین حال باید تمام تلاش‌مان را به کار بندیم تا به موفقیت برسیم. با این حال، موفق شدن در این مسیر، الزاماً نیازمند تحمل کردن هر چیزی نیست. الزامی وجود ندارد که همه مسائل را تحمل کنیم، گاهی می‌توان صرفاً از مسائل مختلف درس گرفت و از آنها عبور کرد. برخی از اهالی کسب‌وکار وقتی می‌بینند کارشان مشتری کافی ندارد، خیلی زود ناامید می‌شوند. در مجله آنترپرنور گزارشی در این زمینه نوشته شده که نشان می‌دهد تنها راه این است که دوباره و دوباره تلاش کنیم تا بالاخره توجه مشتری به کسب‌وکارمان جلب شود. یکی از کسانی که استارت‌آپ مالی راه انداخته، می‌گوید در راه‌اندازی استارت‌آپ، ایده‌های نوآورانه را باید بارها و بارها به شکل‌های گوناگون به مرحله اجرا درآورد تا در نهایت بتوان به نتیجه‌ای رضایت‌بخش و مطلوب دست پیدا کرد.

مهرتراکتس



ASAEETARAHONESH.IR

ماهانامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران

تاریخ انتشار

سپتامبر و اکتبر ۲۰۲۳

صاحب امتیاز

شرکت آنترپرنور مدیا

تیراژ

۵۱۰ هزار و ۴۸۳ نسخه

انتشار اولین شماره

۱۹۷۷

دفتر مرکزی

کالیفرنیا، آمریکا

وبسایت

entrepreneur.com

سوزها

#کارآفرین #کارآفرینی

#موفقیت

تاریخ انتشار

نوامبر ۲۰۲۳

صاحب امتیاز

ام کیپلینگر

تیراژ

انتشار آنلاین

انتشار اولین شماره

۱۹۲۰

دفتر مرکزی

واشنگتن، آمریکا

وبسایت

kiplinger.com

سوزها

#سرمایه

#سرمایه‌گذاری

#بازنشتی

OPEN ENROLLMENT: MAKE THE RIGHT CHOICES p 42

PERSONAL FINANCE
Kiplinger

BE A BETTER

INDEX INVESTOR

How to use baskets of stocks and bonds to build your portfolio. p 18

What \$1,000 Can Do

We found 21 rewarding ways to put a thousand bucks to work. p 64

Is Retiring Abroad Right for You?

It's easier and more affordable than you might expect. We guide you through the perks and pitfalls. p 52

NOVEMBER 2023
www.kiplinger.com



هتري شويد

سرمایه‌گذاری این است که آن را روی یکی از استارت‌آپ‌ها یا کسب‌وکارهای نوپایی که به دنبال بودجه‌های اندک می‌گردند، سرمایه‌گذاری کنید. در این روش، به نوعی به کارآفرینی هم کمک کرده‌اید. سوژه دیگری که در این نشریه مورد توجه قرار گرفته، بازنشستگی در کشوری دیگر است. برای بسیاری از افراد این مسئله شبیه به رؤیاست که در کشوری دیگر دوران بازنشستگی خود را سپری کنند. در واقع آنها زندگی امروز را با این امید سپری می‌کنند که بتوانند به زندگی بازنشستگی در کشوری دیگر دست یابند. مسائلی نظیر کیفیت بالای زندگی یا کمتر بودن هزینه‌هایی نظیر هزینه‌های سلامت و پزشکی، از جمله مواردی هستند که افراد را ترغیب می‌کنند به فکر بازنشستگی در کشوری به جز کشور خودشان باشند. مقوله بازنشستگی به صورت کلی از جمله مواردی است که نشریه کیپلینگر به آن پرداخته و معتقد است همه باید به فکر دوران بازنشستگی خود باشند. سرمایه‌گذاری ایمن می‌تواند راهی باشد تا در دوران بازنشستگی بتوانید شرایطی مناسب برای خود فراهم کنید. مسئله مالی بزرگ‌ترین دغدغه برای افراد بازنشسته است، با این حال می‌توان از طریق سرمایه‌گذاری‌های عاقلانه و هوشمندانه، دوران بازنشستگی آسوده‌ای را پشت سر گذاشت.

۲۰۲۴؛ سال تداوم نگرانی‌ها

مهم‌ترین پرونده این شماره از مجله فین‌تک، گزارشی از مهم‌ترین نگرانی‌های فعالان کسب‌وکار در سال ۲۰۲۴ از حیث واقعیت‌های



کلان اقتصادی است. این گزارش از سوی بنگاه بزرگ و شناخته‌شده کانورا آماده شده است. از آنجایی که امروزه یکی از پرسون‌ترین دوره‌های اخیر را از حیث تغییرات نرخ بهره تجربه می‌کنیم و از سوی دیگر هنوز با مشکلاتی در تجارت جهانی روبه‌رو هستیم، سال ۲۰۲۴ هم مانند سال جاری، سرشار از استرس برای فعالان اقتصادی و دولت‌ها خواهد بود. شدت تأثیر این تغییرات و نوسانات شدید هم روی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و هم شرکت‌های بزرگ تقریباً با ابعادی یکسان اعمال می‌شود. بین آگوست ۲۰۲۱ و ۲۰۲۳، نرخ بهره از سوی بانک مرکزی جهان بیش از ۵۰۰ بار افزایش پیدا کرده است. به همین دلیل اصلاً جای تعجب ندارد که نرخ بهره بالا و تورم اصلی‌ترین نگرانی کسب‌وکارها در سال ۲۰۲۴ باشد. در واقع طبق مطالعه منتشر شده از سوی فین‌تک، کسب‌وکارهای ۶ تا ۱۲ ماه آینده به ترتیب نگران این مسائل کلان اقتصادی هستند: نرخ بهره بالا/تورم، گردش پول نقد/وضعیت اعتبار، ریسک‌های ژئوپلیتیکی و تجاری، ریسک‌های مربوط به بانکداری و بازارهای مالی و در نهایت تنوع‌بخشیدن به زنجیره تأمین و دگرگونی در این عرصه. در سوی دیگر این تحلیل‌ها، شاهد این پیش‌بینی هستیم که در سال ۲۰۲۴ با متوقف شدن افزایش نرخ بهره از سوی فدرال رزرو، شاخص قیمت دلار دست از رشد بردارد و رویه‌ای منفی به خود بگیرد. این مسئله باعث خواهد شد قیمت وزن دار اوراق کشورهای G7 و شاخص دارایی این کشورها بارش همراه شود. در بخش دیگری از این شماره مجله فین‌تک، با پژوهشی درباره آینده صنعت بلاکچین و رمزارزها تا سال ۲۰۵۰ روبه‌رو می‌شویم.

تاریخ انتشار	اکتبر ۲۰۲۳
صاحب امتیاز	Byzclick Media Group
تیراژ	انتشار آنلاین
انتشار اولین شماره	۲۰۱۹
دفتر مرکزی	نوروویج، بریتانیا
وبسایت	fintechmagazine.com
سوره‌ها	#سال نو #فین‌تک
	#تحول

مهرتراکتس



۹۵

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم شماره هفتاد و پنجم

FinTech
 HOW THEY ARE SHAPING THE FUTURE OF FINANCIAL SERVICES
ARE YOU READY FOR 2024?
 Conversa analyzes the potential impacts of monetary policy, credit, bonds & equity, trade and geopolitics on FX rates going into next year

HY struggle to find a needle in a haystack
 when you can buy the haystack? That was Vanguard founder Jack Bogle's argument for indexing nearly half a century ago when he launched the first index fund for individual investors. The investment approach was easy to execute and offered instant diversification, all for a low fee. And as it turns out, returns have been tough to beat.

To smooth out current income, you can build a bond ladder, which involves buying bonds that mature at increasing intervals, say, every year over the next 10 years.



عنوان اصلی
Buy Now, Pay Later: The Extraordinary Story of Afterpay
نویسنده
جانانان شاپیرو
انتشارات
الن اند اتونین
سال انتشار
۱۴ آگوست ۲۰۲۱



عنوان اصلی
Big Tech in Finance: How To Prevail In the Age of Blockchain, Digital Currencies and Web3
نویسنده
ایگور پچیک
انتشارات
کوگان پیج
سال انتشار
۳ می ۲۰۲۳

الان بخر، بعداً پرداخت کن

قصه متفاوت استارتاپ افترپی

چرا مهم است: افترپی یکی از استارتاپ‌های معروف استرالیایی است که با یک شعار شناخته می‌شود: «الان بخر، بعداً پرداخت کن». این استارتاپ در استرالیا، بریتانیا، نیوزیلند، کانادا و آمریکا فعالیت دارد و نخستین بار در سال ۲۰۱۴ راه‌اندازی شد. «جانانان شاپیرو» در کتاب «الان بخر، بعداً پرداخت کن» که برگرفته از شعار همین استارتاپ است، سعی کرده نگاهی به پشت‌صحنه استارتاپ افترپی بیندازد. نسل جدید شیفته این استارتاپ استرالیایی هستند و بسیاری از سرمایه‌گذاران آماتور توانسته‌اند از طریق همین کسب‌وکار آنلاین، میلیون‌ها دلار درآمد کسب کنند و به میلیاردرهای معروف تبدیل شوند. این استارتاپ به یک بیزینس جهانی تبدیل شده که فراتر از مرزهای استرالیا فعالیت دارد. مدل اعتباری که افترپی برای مشتریان خود در نظر گرفته، باعث شده در مسیر موفقیت گام بردارد. بسیاری از افراد، می‌خواهند با رمز

موفقیت افترپی آشنا شوند؛ کتاب جانانان شاپیرو دقیقاً با همین هدف نوشته شده تا مخاطبان با قصه متفاوت افترپی آشنا شوند. این شبکه گسترده کاری، ابتدا از روابط میان فردی مسیر خود را آغاز کرد و سپس به دنیای بزرگ‌تر راه یافت. در این کتاب، با مسیر پرفرازونشیب این کسب‌وکار آشنا می‌شویم. کارآفرین‌هایی که تازه در ابتدای مسیر کارآفرینی قرار دارند، می‌توانند با مطالعه این کتاب، از مسیر پرپیچ‌وخم کسب‌وکار افترپی آگاه شوند و خودشان را برای چالش‌های بی‌شمار در جریان کارآفرینی آماده کنند. از مسائل بزرگ مالی که می‌تواند موانعی را پیش روی اهالی کسب‌وکار قرار دهد تا رموز موفقیت، همه این موارد در کتاب شاپیرو مورد بررسی قرار گرفته تا خواننده بتواند نسبت به آن آگاهی پیدا کند. این کتاب نخستین بار در آگوست ۲۰۲۱ روانه بازار نشر شده و جزء کتاب‌های پرفروش است. ♦

بیگ‌تک در فایننس

در عصر بلاکچین، ارزش دیجیتال و وب ۳.۰ در اوج باشید

چرا مهم است: بازیگران عرصه امور مالی همگی می‌دانند که توسعه فناوری‌های جدید نظیر بلاکچین، بستر جدیدی را برای فعالیت فراهم آورده و باید نسبت به آن آشنایی کامل پیدا کرد. کتاب «بیگ‌تک در فایننس» تلاشی بوده تا سلطه اقتصاد کریپتوها و حضور فناوری در امور مالی را بهتر درک کنیم. در این کتاب، از انگیزه‌های اصلی که پشت توسعه فناوری در امور مالی و بانک‌ها قرار گرفته، پرده برداری شده است. به علاوه، اهالی کسب‌وکار می‌توانند از طریق این کتاب، با استراتژی‌های مورد نیاز در بهره‌گیری از بلاکچین آشنا شوند. همه اینها جزء مواردی است که نویسنده تلاش کرده به تحلیل آنها بپردازد. البته توسعه فناوری می‌تواند در قالب تهدید هم ظاهر شود، اما می‌توان همه تهدیدها را به فرصتی برای توسعه تبدیل کرد. یکی از

مسائلی که در این کتاب مورد بررسی قرار گرفته، این است که چه بخشی اصلی‌ترین مسئولیت را بر عهده دارد؛ فناوری، استارتاپ‌ها، قانون‌گذاران یا نهادها و بخش‌های دیگر؟ برخی از این بخش‌ها می‌توانند نقشی کلیدی در موفقیت ایفا کنند. تمامی کسانی که با امور مالی سروکار دارند، باید با فناوری‌های توسعه‌یافته آشنایی پیدا کنند تا بتوانند از آنها در کار خود بهره بگیرند. تنها راه موفقیت در امور مالی، به‌ویژه برای بانک‌ها در دنیای امروز، این است که با فناوری‌هایی نظیر بلاکچین، وب ۳.۰ و حتی رمزارزها آشنایی کامل پیدا کنند. واقعیت این است که امور دیجیتالی، تحولی اساسی در صنعت مالی ایجاد کرده و کسانی که در این عرصه فعالیت دارند باید قابلیت و توانایی بهره‌گرفتن از این فناوری‌های توسعه‌یافته را داشته باشند. ♦

نسیم بنایی
مترجم

عصر تراکتس



۹۶

ASAE TARA HONESH I.R.

ماهانامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

ایلان ماسک

آشنایی با یک چهره موفق



Elon Musk by Walter Isaacson

عنوان اصلی

Elon Musk

نویسنده

والتر ایزاکسون

انتشارات

سایمون اند شوستر

سال انتشار

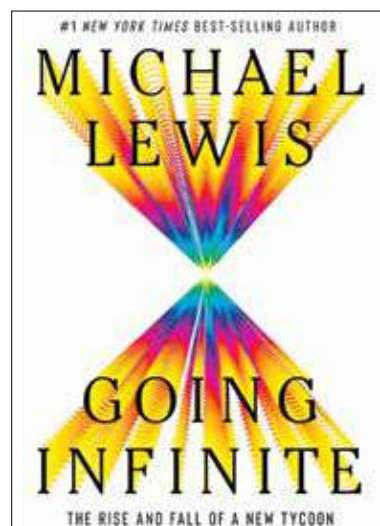
۱۲ سپتامبر ۲۰۲۳

چرا مهم است: «والتر ایزاکسون» نویسنده قدرتمندی است که تاکنون کتاب‌هایی در مورد کارآفرینان و موفق‌ترین چهره‌های جهان به رشته تحریر درآورده است. برای مثال او در گذشته کتابی درباره استیو جابز نوشت که یکی از پرفروش‌ترین کتاب‌ها درباره چهره‌های کارآفرین و ثروتمند است. حالا همین فرد کتابی درباره یکی از جنجالی‌ترین چهره‌های ثروتمند این روزها نوشته؛ «ایلان ماسک». بسیاری از افراد می‌خواهند از زندگی این شخص و شیوه موفقیت او در مسیر حرفه‌ای آگاهی پیدا کنند. نویسنده با همین هدف درباره این چهره نوشته است. ایلان ماسک کودکی خود را در آفریقای جنوبی سپری کرده و در آن دوران همیشه مورد تمسخر و تحقیر بزرگ‌ترها قرار می‌گرفت. حتی یک بار به قدری او را مورد آزار و اذیت قرار دادند که برای یک هفته راهی بیمارستان شد. هرچند زخم‌های

فیزیکی‌اش زیاد نبود، اما زخم‌های روحی و عاطفی برای همیشه در روانش باقی ماند. این چهره توانست با وجود سختی‌های دوران کودکی، بزرگسالی متمایزی برای خود بسازد. ماسک در حال حاضر یکی از مطرح‌ترین چهره‌های جهان است، او را نه فقط با شرکت اسپیس ایکس و تسلا، بلکه حتی با توییتر هم می‌شناسند. شرکت خودروسازی او در حال حاضر به یکی از موفق‌ترین شرکت‌های خودروسازی در جهان تبدیل شده و بسیاری از سیاست‌مداران سعی دارند پایش را به کشور خود باز کنند؛ از جمله رجب طیب اردوغان، رئیس‌جمهوری ترکیه و امانوئل مکرون، رئیس‌جمهوری فرانسه. با این حال، شاید ندانیم که این چهره چه گذشته‌ای را پشت سر گذاشته تا توانسته دنیای امروزی‌اش را بسازد. کتاب «ایلان ماسک» با این هدف نوشته شده که مخاطب را با زندگی این شخصیت آشنا کند

رفتن تا بی نهایت

ظهور و افول یک سرمایه‌دار



#1 NEW YORK TIMES BEST-SELLING AUTHOR

MICHAEL LEWIS

GOING INFINITE

THE RISE AND FALL OF A NEW TYCOON

عنوان اصلی

Going Infinite: The Rise and Fall of a New Tycoon

نویسنده

مایکل لوئیس

انتشارات

نورفون

سال انتشار

۳ اکتبر ۲۰۲۳

چرا مهم است: «مایکل لوئیس» یکی از معروف‌ترین نویسندگان و روزنامه‌نگاران آمریکایی است که کتاب‌های معروفی در کارنامه خود دارد. کتاب‌هایی نظیر «فرزندان شوک» و «عملیات پاک‌سازی» از جمله کتاب‌های معروفی هستند که این نویسنده به رشته تحریر درآورده و به زبان فارسی هم ترجمه شده است. کتاب «رفتن تا بی نهایت» یکی از جدیدترین آثار این نویسنده آمریکایی است که همانند آثار پیشین او، در دسته کتاب‌های پرفروش قرار دارد. سوزه اصلی کتاب او فردی است به نام «سم بنکمن فرید» که اهالی کریپتو، به‌خوبی او را می‌شناسند. زمانی که لوئیس با بنکمن فرید آشنا شد، او را به‌عنوان فردی میلیاردی در دنیای کریپتو شناخت. برخی به او می‌گفتند «گتسی کریپتو». مدیران عامل و رهبران کسب‌وکارها به دنبال

آشنایی با این فرد بودند. واقعیت این است که فرید فقط در فاصله یک شب، توانست وارد فهرست میلیاردی‌های جهان شود. با این حال، اتفاقاتی رخ داد که این فرد را از عرش به فرش کشاند. لوئیس در کتاب خود با عنوان «رفتن تا بی نهایت» تلاش کرده وارد ذهن بنکمن فرید شود و از نگاه او تمامی مسائل را مرور کند. از میلیاردی شدن در فاصله یک شب گرفته تا ورشکستگی؛ همه اینها در کتاب مورد بررسی قرار گرفته و به کتابی برای بررسی ظهور و افول یک سرمایه‌دار بزرگ در جهان تبدیل شده است. فرید کسی بود که زمانش را فقط صرف بازی‌های رایانه‌ای می‌کرد و از همین مسیر با دنیای رمزارزها آشنا شد، به آنها ورود کرد و از طریق آن ثروتمند شد. با این حال، نتوانست این ثروت کلان را برای خود حفظ کند. تمامی این مسائل، در کتاب لوئیس مورد بررسی قرار گرفته است

عمر تراکتس

کتاب

۹۷

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و پنجم



زهرا قربانی

عصر تراکنش



۹۸

ASAE@TRAHONESH.IR

ماهانامه اختصاصی مدیران فناوری های مالی ایران

بررسی ۱۵ سرویس خودرویی در ۲۴ اپلیکیشن پرداختی

نوآوری خودرویی

فناوری مالی در سال های اخیر طیف وسیعی از خدمات مالی را در زندگی مشتریان ادغام کرده تا افراد بتوانند پول خود را به سرعت و به آسانی مدیریت کنند و مجبور نباشند به شعبه های فیزیکی رفته تا تراکنش ها و دیگر عملیات مالی خود را انجام دهند. در دنیای دیجیتال پرسرعت امروز، فین تک در حال تعریف دوباره خدمات مالی است و در این راستا نیز اپلیکیشن هایی شکل گرفته اند که دسترسی مردم به امور مالی را از انتقال پول گرفته تا خدمات خودرویی تسهیل کنند.

در این گزارش اپلیکیشن هایی را بررسی کرده ایم که خدمات خودرویی ارائه می دهند؛ برخی از اپلیکیشن هایی که در این گزارش بررسی کرده ایم تنها روی حوزه خودرو متمرکز هستند؛ مانند آیتول و بعضی دیگر ضمن ارائه خدمات خودرویی بر حوزه های دیگری نظیر پرداخت یا بیمه هم تمرکز دارند. با توجه به تنوع سرویس های خودرویی، در این گزارش سعی شده مهم ترین و کاربردی ترین سرویس ها بررسی شوند. این سرویس ها شامل عوارض آزادراهی، عوارض سالیان، خلافی، استعلام وضعیت گواهینامه، نمره منفی گواهینامه، طرح ترافیک، بیمه بدنه، بیمه موتور، بیمه شخص ثالث، استعلام پلاک، استعلام کارت خودرو، مالیات نقل و انتقال، پارک حاشیه ای، کیف پول و امکان پرداخت خودکار می شوند. در ادامه این گزارش جدولی از نمای کلی اپ هایی که این خدمات را ارائه می دهند، مشاهده می کنید. به طور میانگین اپ هایی که در این فهرست آورده شده اند، از ۱ تا ۱۵ خدمت از سرویس هایی را که عصر تراکنش انتخاب کرده، ارائه می دهند. همچنین تعداد دانلود آنها در بازار بین ۲۰ هزار تا ۳۰ میلیون است.



چند نکته درباره سایر اپ ها و خدمات خودرویی

همان طور که ابتدای گزارش اشاره کردیم، در این مطلب ۱۵ سرویس کاربردی و رایج را بررسی کردیم و اپ هایی که در این گزارش به آنها اشاره شده، خدمات و سرویس های بیشتری را دربر می گیرند. برای مثال در اپ های فام و قبضینو امکان استعلام وضعیت معاینه فنی خودرو وجود دارد و در تهران من امکان رزرو وقت معاینه فنی نیز هست.

آیتول نیز در سرویس معاینه فنی خود، صفر تا صد فرایند معاینه فنی تا اخذ گواهی به نمایندگی را انجام می دهد. افراد با استفاده از این سرویس در کمتر از نصف روز می توانند معاینه فنی خود را تنها با پرداخت هزینه مشخصی بگیرند. این سرویس در حال حاضر در استان تهران فعال است. اپلیکیشن آیتول، ارائه دهنده

خدمات یکپارچه خودرویی است؛ به همین دلیل سرویس های دیگری نظیر خرید باتری و لوازم خودرو از فروشگاه آیتول، ترخیص خودروی توقیفی، تعویض پلاک، مالیات نقل و انتقال خودرو و... را نیز دارد. در پایان لازم است اشاره شود که در این مطلب به بررسی اپلیکیشن هایی که سرویس های خودرویی ارائه می دهند، پرداخته ایم. وبسایت آئی رو و وبسایت های مشابه آن تنها به همین دلیل در این گزارش آورده نشده اند

عوارض آزادراهی	●
عوارض سالیانه	●
خلافی	●
نمره منفی گواهینامه	●
کیف پول	●
امکان پرداخت خودکار	●
استعلام وضعیت گواهینامه	●
طرح ترافیک	●
بیمه بدنه	●
بیمه موتور سیکلت	●
بیمه شخص ثالث	●
استعلام پلاک	●
استعلام کارت خودرو	●
ماليات نقل و انتقال	●
پارک حاشيه	●
آيتول	●
آپ	●
تاپ	●
قبضينو	●
پي پاد	●
ايوا	●
ست	●
ايزي پي	●
سکه	●
ستاره یک	●
شاپ	●
پات لایف	●
پاس	●
سان	●
تهران من	●
ديجی پی	●
فام	●
ازکی	●
آیدی پی	●
*۷۸۰#	●
*۷۲۴#	●
بله	●
همراه کارت	●
پرنا	●

عمر تراکس



۹۹

آبان ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و پنجم

سرعت بخشی فرایند اسکن چک ها

شرکت بازرگانی مابنا کارت آریا یکی از شرکت های فعال در زمینه اتوماسیون بانکی و تجهیزات مبتنی بر کارت های PVC است که به عرضه گسترده دستگاه های چاپ و صدور آتی کارت Smart از شرکت IDP کره جنوبی و نیز کارت های PVC از شرکت Card Pro در سطح کشور پرداخته است. همچنین در این راستا، به ارائه دستگاه های سورت اسکناس از شرکت GRG با قابلیت تشخیص جعلی بودن ارز و ریال، دستگاه های چک اسکنر از شرکت Glory جهت اسکن کردن برگه های چک بانکی و اسناد هم اندازه اقدام کرده است. در این مطلب به معرفی دستگاه چک اسکنر گلوری FB-30 پرداخته ایم؛ دستگاهی که معمولاً در بانک ها، مؤسسات مالی و همچنین در مشاغلی که حجم زیادی از چک ها را جهت اسکن و ذخیره دیجیتالی بررسی می کنند، استفاده می شود. چک اسکنر طیف وسیعی از مزایا از جمله افزایش کارایی، دقت و امنیت در معاملات را ارائه می دهد. از مزایای کلیدی آن نیز سرعت بخشی به فرایند اسکن، بررسی و بایگانی چک ها و کاهش هزینه هاست. این دستگاه می تواند چک ها را در چند ثانیه اسکن و پردازش کند که این امر باعث صرفه جویی قابل توجهی در زمان می شود. چک اسکنر گلوری FB-30 علاوه بر سرعت، به دقت نیز معروف است. این دستگاه معمولاً برای خواندن و تفسیر خط MICR (تشخیص کاراکتر جوهر مغناطیسی) روی چک طراحی شده که حاوی اطلاعات مهمی مانند شماره حساب و شماره مسیریابی است؛ این امر کمک می کند تا اطمینان حاصل شود که چک به درستی پردازش و وجوه به حساب صحیح منتقل می شود. در ادامه مروری بر مزایای این دستگاه خواهیم داشت.



◀ مزایای چک اسکنر گلوری FB-30

داده های چک ها استفاده می کنند. تمام این اطلاعات به طور خودکار و دیجیتالی در یک پایگاه داده ذخیره و سازمان دهی می شوند که می توان این اطلاعات را تنها با چند کلیک مدیریت و بازیابی کرد.

مزیت دیگر این دستگاه کاهش هزینه هاست؛ هر شرکتی در تلاش است تا هزینه های عملیاتی را کاهش دهد. هنگامی که از چک اسکنر استفاده می کنید، برای پردازش تراکنش ها به نیروی انسانی کمتری نیاز خواهید داشت که پذیرش چک را برای شما بسیار ارزان تر می کند. وقتی همه پردازش ها به جای چند ساعت در چند دقیقه انجام شود، هزینه های نیروی کار شما به این اندازه زیاد نخواهد بود. علاوه بر این، در هزینه های ذخیره سازی صرفه جویی خواهید کرد؛ زیرا به فضای فیزیکی برای بایگانی نیاز ندارید و می توان هزینه مربوط به زمان رفع خطاها را از این طریق کاهش داد. در حال حاضر بیش از دو هزار دستگاه چک اسکنر گلوری FB-30 با دارا بودن گواهی سازگاری سوئیچ های داتین، توسن و خدمات انفورماتیک در بانک ها و مؤسسات مالی سراسر کشور در حال ارائه سرویس به مشتریان است و به گفته مدیران شرکت بازرگانی مابنا کارت آریا، به زودی شاهد توسعه نرم افزار کاربردی این دستگاه بر پایه ارزش افزوده های هوش مصنوعی خواهیم بود

◆ بود

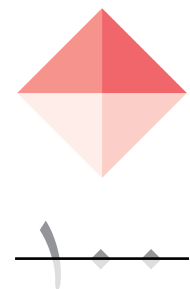


دستگاه چک اسکنر گلوری FB-30 یک اسکنر شعبه ای تصاویر اسناد (چک و چک پول) است. این دستگاه از تصویربرداری و روی اسناد به طور همزمان تصویربرداری کرده و همچنین قابلیت خواندن MICR (تشخیص کاراکتر جوهر مغناطیسی) با استاندارد CMC7/E13B و امکان پشت نویسی چک و خواندن مهر برجسته را داراست. از دیگر قابلیت های این دستگاه امکان اسکن رنگی، خاکستری و سیاه و سفید با سه رزولوشن ۳۰۰ و ۳۴۰، dpi200 و همزمان با تصویربرداری UV است که این تصاویر به تعداد بی نهایت قابل ذخیره و نگهداری است. خروجی خاص از نرم افزار نیز به دو صورت Excel و Json ارائه می شود. در قسمت پشت دستگاه اسکنر، یک شکاف ورودی دستی جداگانه جهت اسکن انواع کارت PVC از جمله کارت ملی هوشمند وجود دارد. با بارگذاری و اسکن این اسناد، امکان مقایسه هویتی کارت شناسایی با اطلاعات ثبت شده در چک وجود دارد. اسکن همزمان و ذخیره سازی چک و کارت هویتی به مستندسازی و امنیت هرچه بیشتر پرداخته شده و به ویژه در ارائه چک های پشت نویسی شده کمک می کند.

اسکن و بررسی کد کیو آر مندرج در چک های صیادی ویژگی منحصر به فردی است که در این دستگاه ارائه شده و با این مزیت می توان اطلاعات بسیاری از جمله کد صیادی، نام شعبه، شماره شبا، شماره مشتری، نوع حساب، شماره چک و حتی وضعیت خوش حسابی صادر کننده چک را بررسی کرد. در دستگاه گلوری FB-30 امکان قرار دادن دسته های اسناد تا ۱۰۰ برگ جهت اسکن وجود دارد و با استفاده از تغذیه خودکار می توان تا ۱۰۰ برگ بهادار را به نوبت اسکن کرد.

- از ویژگی های امنیتی این دستگاه می توان به موارد زیر اشاره کرد:
- تشخیص خطای تغذیه؛
- تشخیص کشش دو برگ همزمان؛
- تشخیص ضخامت برگه های ورودی، جهت بررسی اصالت چک.

از دیگر مزایای این دستگاه می توان به ذخیره سازی اطلاعات خودکار این دستگاه اشاره کرد. چک اسکنرها از تشخیص کاراکتر جوهر مغناطیسی برای خواندن سریع و ذخیره





محمد رهبان
مترجم

عصر تراکتس

مدیران

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و پنجم



برای مشاهده فهرست کامل ۱۰۰ فرد تأثیرگذار هوش مصنوعی در دنیا اسکن کنید

معرفی ۵۵ شخصیت تأثیرگذار جهان در زمینه هوش مصنوعی از نظر مجله تایم

رهبران، نوآوران و متفکران هوش مصنوعی



آنچه هوش مصنوعی را منحصر به فرد می کند، همزمان همان چیزی است که بیشترین ترس و تحسین را برمی انگیزد؛ منظور توانایی هوش مصنوعی در هم سطح شدن با برخی مهارت های ما و بعد فراتر رفتن و دستیابی به موفقیت هایی و رای توانایی انسان هاست. توانایی هوش مصنوعی در مدل سازی خود بر اساس رفتار انسانی به ویژگی بارز این فناوری تبدیل شده است. با این حال پشت هر پیشرفتی در یادگیری ماشین و مدل های زبانی بزرگ، افراد قرار دارند؛ منظور، هم آن نیروی کار پوشیده از چشمان ماست که مدل های زبانی بزرگ را برای استفاده امن تر می کند و هم افرادی هستند که در مورد زمان و نحوه استفاده بهتر از این فناوری تصمیم های حیاتی می گیرند. این گزارش در مورد افراد تأثیرگذار حوزه هوش مصنوعی است که تایم آن را به نگارش در آورده است. در نتیجه تصمیم گرفتیم مقاله ۱۰۰ شخصیت تأثیرگذار جهان در زمینه هوش مصنوعی را مانیز ترجمه کنیم. اعضای فهرست «۱۰۰ شخصیت تأثیرگذار جهان در زمینه هوش مصنوعی» از «اسنهار ریونور» ۱۸ ساله تا «جفری هینتون» ۷۶ ساله را دربر می گیرد. اسنهار ریونور به تازگی و در بخشی از کارش به عنوان رهبر Encode Justice، جنبش جوانان ای که برای هوش مصنوعی اخلاقی تلاش می کند، با دولت بایدن ملاقات کرد. جفری هینتون نیز بهار امسال جایگاهش در گوگل را ترک کرد تا درباره خطرهای فناوری ای حرف بزند که کمک کرده به وجود بیاید. این گروه صد نفره از بسیاری جهات نقشه ای از روابط و مراکز قدرتی هستند که توسعه هوش مصنوعی را به پیش می برند. این افراد رقیب ها و رگولاتورها، دانشمندان و هنرمندان، حامیان و مدیران ارشد هستند؛ انسان های رقیب و همکاری که بینش ها، میل ها و نقص هایشان جهت گیری این فناوری بیش از پیش تأثیرگذار را تعیین می کند.

زیاد اوبرمایر

دانشیار دانشگاه کالیفرنیا، برکلی

وقتی «زیاد اوبرمایر» به عنوان پزشک اورژانس آموزش می دید، از دشواری زیاد اتخاذ تصمیم های سرنوشت ساز رنج می برد. اکنون در حال مطالعه نحوه کمک هوش مصنوعی به پزشکان در تصمیم گیری است (از جمله تصمیم درباره افرادی که باید برای حمله قلبی آزمایش شوند). همزمان کشف های جدیدی را مثل راه هایی برای کاهش درد ناشناخته در میان جامعه های محروم به پیش می برد.

سوجین چونگ

هنرمند

«سوجین چونگ» ربات ها را آموزش می دهد تا همراه با او روی بوم های بسیار بزرگ نقاشی کنند و آثار هنری انتزاعی گران قیمتی با خط های برجسته شناور بسازند.

ریچارد ساکر

مدیرعامل و بنیان گذار You.com

«ریچارد ساکر» امیدوار است موتور جست و جوی مبتنی بر هوش مصنوعی اش با ارائه اطلاعات بهتر و حفظ حریم خصوصی جایگاه غالب گوگل را به چالش بکشد (یکی

از سرمایه گذاران این شرکت سلزفورس است و مارک بنیوف، رئیس مشترک هیئت مدیره و صاحب تایم نیز مدیرعامل سلزفورس است).

نتانیل منینگ

مدیر ارشد عملیات و هم بنیان گذار Kettle

هم بنیان گذار استارت آپ بیمه Kettle می گوید هوش مصنوعی می تواند ریسک های ناشی از آتش سوزی های جنگل و سایر فاجعه های مرتبط با اقلیم را بهتر ارزیابی کند و به صاحب خانه ها کمک کند به بیمه نامه های مقرون به صرفه تری دسترسی پیدا کنند.

توشیتا گوپتا

هم بنیان گذار و مدیر ارشد فناوری Refiberd

از پیراهن تا جوراب؛ مقدار پوشاکی که در ایالات متحده دور ریخته می شود در سال های اخیر تقریباً دوبرابر شده و بر اساس جدیدترین داده های دولتی از حدود ۹۵۰۰ تن در سال ۲۰۰۰ به بیش از ۱۷ هزار تن در سال ۲۰۱۸ رسیده است. بیشتر این مقدار (حدود ۸۵ درصد) به جای باز یافت دفن یا سوزانده می شود. Refiberd از جمله به لطف کارهای نوآورانه مدیر ارشد فناوری اش، «توشیتا گوپتا»، با استفاده از هوش مصنوعی در حال تغییر این

نیل کسلا

مدیرعامل و هم بنیان گذار Curai

وقتی کسی به Curai Health، استارت آپ مراقبت مجازی ای که «نیل کسلا»، پژوهشگر یادگیری ماشین در سال ۲۰۱۷ بنیان گذاری کرد، پیام می دهد، هوش مصنوعی به پزشکان کمک می کند به پرسش هایش پاسخ و تشخیص پزشکی بدهند که با این کار فرایند هم برای بیمار و هم برای ارائه دهنده خدمات ساده و راحت می شود.

اندرو هاپکینز

مدیرعامل و بنیان گذار Exscientia

«اندرو هاپکینز» شرکت زیست فناوری مستقر در بریتانیا، یعنی Exscientia را در سال ۲۰۱۲ بنیان گذاری کرد و در سال ۲۰۲۰ به اولین شرکتی تبدیل شد که یک داروی طراحی شده توسط هوش مصنوعی را به مرحله آزمایش های بالینی می رساند و از آن زمان پنج داروی دیگر از این نوع را به این مرحله رسانده است.

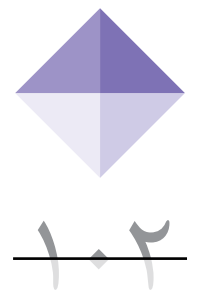
داریو و دنیلآ آمودی هم‌بنیان‌گذاران Anthropic

داریو و دنیلآ آمودی بیشتر از اغلب خواهر و برادرها اتفاق نظر دارند. دنیلآ می‌گوید: «از کودکی همیشه خیلی همسو بودیم.» همسویی برای این خواهر و برادر مدیر شرکت Anthropic، یکی از آزمایشگاه‌های هوش مصنوعی پیشگام جهان، اهمیت بسیار زیادی دارد. در ادبیات این صنعت منظور از همسویی اطمینان از «همسو» بودن سیستم‌های هوش مصنوعی با ارزش‌های انسانی است. داریو ۴۰ ساله و دنیلآ ۳۶ ساله (به ترتیب مدیرعامل و رئیس Anthropic) معتقدند رویکرد آنها به همسویی هوش مصنوعی امن‌تر و مسئولانه‌تر از شرکت‌های دیگری است که در حال ایجاد پیشرفته‌ترین سیستم‌های هوش مصنوعی هستند.

Anthropic که در سال ۲۰۲۱ بنیان‌گذاری شده پژوهش‌های پیشرویی در زمینه «تفسیرپذیری مکانیستی» انجام داده است تا به توسعه‌دهندگان این امکان را بدهد که کاری شبیه تصویربرداری مغز انجام دهند تا به جای اتکا به خروجی‌های متنی که نمودی واقعی از سازوکارهای درونی سیستم ارائه نمی‌دهد، ببینند درون یک سیستم هوشمند واقعاً چه می‌گذرد. Anthropic همچنین Constitutional AI، روش بسیار جدیدی برای همسویی سیستم‌های هوش مصنوعی را توسعه داده است. این رویکردها را در چت‌باتش، Claude 2، نیز تعبیه کرده که رقیب نزدیک GPT-4، قدرتمندترین مدل OpenAI محسوب می‌شود.

بنابراین Anthropic خودش را به‌عنوان آزمایشگاه پژوهش امنیت هوش مصنوعی مطرح می‌کند. اما این خواهر و برادر به این نتیجه رسیده‌اند که برای انجام چنین پژوهشی باید مدل‌های هوش مصنوعی پیشرفته خودشان را بسازند. بدین منظور به مقادیر زیادی قدرت رایانش و در نتیجه پول بسیاری نیاز دارند. بنابراین نمی‌توانند سازمانی غیرانتفاعی باشند و باید به‌عنوان کسب‌وکاری فعالیت کنند که دسترسی به مدل‌های هوش مصنوعی‌اش را به سایر کسب‌وکارها می‌فروشد و از سرمایه‌گذاران منابع مالی جذب می‌کند.

مهرتراکتس



ASAE TARA KESH I R

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران



باید از دولت ایالات متحده پشتیبانی کنند، اغلب باعث ناراحتی سرمایه‌گذاران و برخی کارمندان شده است. او می‌گوید: «هیچ‌وقت در فهرست محبوب‌ها رتبه خوبی نداریم.» اما کارپ ۵۵ ساله اکنون معتقد است ترس‌های فزاینده نسبت به بلندپروازی‌های چین در زمینه هوش مصنوعی و نقش شرکت‌های بزرگ فناوری در جنگ اوکراین صنعت را به دنباله‌روی از مسیر او ترغیب می‌کند. کارپ که اولین مدیرعامل شرکت‌های بزرگ غربی بود که بعد از تهاجم روسیه از اوکراین بازديد کرد، می‌گوید: «اولین شلیک انقلاب هوش مصنوعی اتفاقاً زمانی بود که افراد پیاده‌سازی آن را در میدان جنگ دیدند.»

الکس کارپ

مدیرعامل و هم‌بنیان‌گذار Palantir



شرکت Palantir که نام آن برگرفته از گوی‌های بلورین غیب‌گوی مجموعه ارباب حلقه‌هاست، ابزارهای آنالیتیکس داده‌اش را به مشتریان گوناگونی از جمله سازمان اعمال مهاجرت و گمرک ایالات متحده (آی‌سی‌ای)، FBI، ارتش ایالات متحده و CIA فروخته است. پافشاری «الکس کارپ» بر این مسئله که شرکت‌های فناوری آمریکایی

اینتل، شرکت سرمایه‌گذاری خطرپذیر Kleiner Perkins و استارت‌آپ ادتک Coursera او را برای مدیریت فعالیت‌های روزانه DeepMind و رهبری کارهای مسئولیت‌پذیری و حکمرانی این شرکت آماده کرده بود. او می‌گوید: «فکر می‌کنم برای این لحظه ساخته شده بودم.» او می‌گوید اگر احساس نمی‌کرد کفه فرصت‌های ناشی از هوش مصنوعی می‌تواند از کفه ریسک‌هایش سنگین‌تر باشد، به DeepMind ملحق نمی‌شد، اما به یاد می‌آورد که در طول مصاحبه شغلی از وخامت و شدت ریسک‌ها غافلگیر شده بود.

لیلا ابراهیم

مدیر ارشد عملیات Google DeepMind



گوگل در سال ۲۰۱۴ DeepMind را خرید و در ماه آوریل با Google Brain ادغام کرد. لیلا ابراهیم ۵۳ ساله DeepMind را ترکیبی از استارت‌آپ، آزمایشگاه پژوهشی و غول فناوری جهانی توصیف می‌کند. سال‌ها حضور در

اکنون بر توسعه کمک‌خلبان (Copilot) یا دستیار برای تقریباً هر کاری متمرکز است.

سم آلتمن

مدیرعامل OpenAI

تصمیم «سم آلتمن» برای عرضه تدریجی ابزارهای هوش مصنوعی پیشرفته OpenAI از جمله ChatGPT دنیای فناوری را متحول کرده و جایگاه سیاست‌گذاری در حوزه هوش مصنوعی در اولویت‌های سیاست‌مداران را ارتقا داده است.

مصطفی سلیمان

مدیرعامل و هم‌بنیان‌گذار Inflection AI

«مصطفی سلیمان»، هم‌بنیان‌گذار DeepMind استارت‌آپ چت‌بات خودش را بنیان‌گذاری کرده و کتابی درباره هوش مصنوعی به نام «موج پیش رو» (The Coming Wave) نوشته است که درباره «تحول ریشه‌ای» در صنایع مختلف هشدار می‌دهد.

دنیل گروس

کارآفرین و سرمایه‌گذار

«دنیل گروس»، بنیان‌گذار نابغه حوزه فناوری در گذشته که بعد رهبر پروژه‌های هوش مصنوعی و پژوهشی اپل و بعدتر سرمایه‌گذار شد، اکنون در جست‌وجوی استارت‌آپ پرطرفدار بعدی حوزه هوش مصنوعی است.

کلمنت دلنگ

مدیرعامل و هم‌بنیان‌گذار Hugging Face

«کلمنت دلنگ»، مدیرعامل Hugging Face، پلتفرم منبع‌بازی برای توسعه‌دهندگان هوش مصنوعی، معتقد است اشتراک‌گذاری کدها و زنه تعادلی بسیار مهمی در برابر قدرت غول‌های هوش مصنوعی است (یکی از سرمایه‌گذاران این شرکت سلزفورس است و مارک بنیوف، رئیس مشترک هیئت‌مدیره و صاحب تایم نیز مدیرعامل سلزفورس است).

آنا ماکانجو

معاون امور جهانی OpenAI

«آنا ماکانجو» در کنار سم آلتمن، مدیرعامل OpenAI در حال سفر به نقاط مختلف جهان برای ارائه مشاوره به رهبران در مورد نحوه رگوله‌کردن هوش مصنوعی بوده است.

جنسن هوآنگ

مدیرعامل، رئیس و هم‌بنیان‌گذار Nvidia

شرکت این کارآفرین متولد تایوان، Nvidia، تولیدکننده جهانی اصلی ریزپردازنده‌هایی است که انقلاب هوش مصنوعی را به پیش می‌برند.

رید هافمن

کارآفرین و سرمایه‌گذار

هم‌بنیان‌گذار شرکت لینکدین توجه ویژه‌ای به هوش مصنوعی کرده و از طریق صندوق سرمایه‌گذاری خطرپذیرش و هم‌بنیان‌گذاری استارت‌آپ چت‌بات Inflection صدها میلیون دلار برای هوش مصنوعی هزینه کرده است.

ساندرا ریورا

مدیرکل مرکز داده و گروه هوش مصنوعی اینتل

«ساندرا ریورا» رهبری تلاش اینتل برای تبدیل شدن به یکی از سازندگان اصلی شتاب‌دهنده‌های هوش مصنوعی را بر عهده دارد و بر ارائه تراشه‌های Gaudi2 این شرکت نظارت می‌کند. Gaudi3 که سال آینده عرضه می‌شود، می‌خواهد با تراشه قدرتمند Nvidia یعنی H100 رقابت کند.

مارک ریبرت

مدیر ارشد موسسه هوش مصنوعی Boston Dynamics

«مارک ریبرت» می‌گوید بیشتر ربات‌ها «به اندازه توسترها احمق هستند» اما می‌خواهد این مسئله را اصلاح کند و به آنها چابکی و هوش انسان‌گونه بدهد.

دمیس هسبایس

مدیرعامل و هم‌بنیان‌گذار Google DeepMind

وقتی «دمیس هسبایس» شرکتش، DeepMind را در سال ۲۰۱۴ به گوگل فروخت، ایده هوش جامع مصنوعی را به جریان اصلی آورد و اکنون در خط مقدم تلاش‌ها برای ساخت این نوع هوش مصنوعی است.

کوبین اسکات

مدیر ارشد فناوری و معاون ارشد واحد

هوش مصنوعی مایکروسافت

در سال ۲۰۱۹ «کوبین اسکات» رهبری سرمایه‌گذاری یک میلیارد دلاری مایکروسافت در OpenAI را بر عهده داشت.

گرگ بروکمن

هم‌بنیان‌گذار

و رئیس OpenAI



«گرگ بروکمن» حدود ۸۰ درصد از زمانش را صرف کدنویسی می‌کند

و در رده «مهندسان ۰ ابرابری» قرار می‌گیرد. مهندس ۰ ابرابری اصطلاحی است که در سیلیکون‌ولی برای افرادی استفاده می‌شود که کار ۱۰ کدنویس عادی را انجام می‌دهند. اما بروکمن ۳۴ ساله بیشتر به پیدا کردن راه‌هایی برای افزایش ۱۰ ابرابری خروجی OpenAI فکر می‌کند. در بیشتر زمانش به دنبال گلوگاه‌هایی برای برطرف کردن یا پروژه‌هایی برای اجرا می‌گردد که عملکرد این شرکت را به شکل چشم‌گیری بهبود می‌بخشند. در ۲۰ درصد باقی‌مانده زمانش به پرسش‌های بزرگ پیش روی OpenAI مثل رویکرد این شرکت به امنیت هوش مصنوعی فکر می‌کند. بروکمن استدلال می‌کند که تنها راه برای تأمین امنیت این است که به پیاده‌سازی مدل‌های قدرتمندتر همزمان با توسعه‌شان ادامه دهیم و از هر پیاده‌سازی درس بگیریم و همین‌طور که مشکلات پدیدار می‌شوند به آنها رسیدگی کنیم.

راکل اورتاسون

بنیان‌گذار و مدیرعامل

Waabi

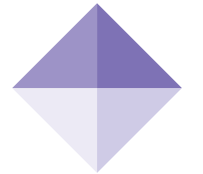


دانشمند ارشد سابق

واحد خودرانی اوپر،

استارت‌آپ تراپری خودران Waabi را در سال ۲۰۲۱، نیم‌دهه بعد از اوج‌گیری پرهیاهوی این بخش در اواسط دهه ۲۰۱۰ بنیان‌گذاری کرد. اما «راکل اورتاسون» می‌گوید دیر شروع کردن به این شرکت امکان استفاده از پیشرفت‌های جدید هوش مصنوعی را داده است؛ Waabi از جمله به این دلیل که کامیون‌های مجازی را در شبیه‌سازی بسیار واقع‌گرای ساخت هوش مصنوعی می‌راند، توانسته است نرم‌افزار خودرانش را بسیار سریع‌تر و ارزان‌تر از رقیب‌ها آموزش دهد.

در نتیجه این شرکت می‌تواند بدون برخورد واقعی با موقعیت‌های دشوار در زندگی واقعی به نرم‌افزار خودرانش آموزش دهد که در این موقعیت‌ها راهبری مناسب را داشته باشد. اورتاسون می‌گوید: «می‌توانید چیزهایی را ایجاد کنید که ایجادشان در دنیای واقعی بسیار دشوار یا غیرممکن است. اخلاقی نیست که (در زندگی واقعی) تصادفی ایجاد کنید تا ببینید می‌توانید آن را مدیریت کنید یا خیر.»



کایفولی

رئیس هیئت‌مدیره و مدیرعامل Sinovation Ventures

«کایفولی»، مدیر ارشد سابق اپل، مایکروسافت و گوگل اکنون شرکت مستقر در پکن Sinovation Ventures را مدیریت می‌کند که با سه میلیارد دلار دارایی روی کاربردهای هوش مصنوعی متمرکز است.

مارک اندریسن
کارآفرین و سرمایه‌گذار

«مارک اندریسن»، میلیاردر سیلیکون‌ولی از طریق صندوق سرمایه‌گذاری اش، اندریسن هورویترز صدها میلیون دلار در شرکت‌های هوش مصنوعی مثل OpenAI و Character.AI سرمایه‌گذاری کرده است.

کلاراشی
مدیرعامل Salesforce AI

«کلاراشی» تلاش‌ها برای کمک به شرکت‌ها در کمینه‌کردن ریسک‌ها هنگام استفاده از هوش مصنوعی را هدایت می‌کند. به‌عنوان مثال آنها را در جریان قرار می‌دهد که می‌توانند انتخاب کنند که داده‌هایشان را به اشتراک نگذارند.

الکساندر وانگ
مدیرعامل Scale AI

مدیرعامل Scale AI بعد از آنکه جوان‌ترین میلیاردر خودساخته جهان شد، شرکتش را (که داده‌های مورد استفاده برای آموزش الگوریتم‌های یادگیری ماشین را بهبود می‌بخشد) به گولی هفت میلیارد دلاری تبدیل کرد.

ایدان گومز
مدیرعامل و هم‌بنیان‌گذار Cohere

Cohere شرکتی متمرکز بر نهادهاست که به کسب‌وکارها کمک می‌کند هوش مصنوعی را در چت‌بات‌ها، موتورهای جست‌وجو و غیره پیاده‌سازی کنند (یکی از سرمایه‌گذاران این شرکت سلزفورس است و مارک بنیوف، رئیس مشترک هیئت‌مدیره و صاحب تایم نیز مدیرعامل سلزفورس است).

جیمی تیوان
دانشمند ارشد مایکروسافت

«جیمی تیوان» بر اثرگذاری هوش مصنوعی روی نحوه کار کردن ما متمرکز است و رهبری تلاش‌ها برای

تلفیق GPT-4 با محصولات اصلی مایکروسافت را بر عهده داشت.

ایلان ماسک
بنیان‌گذار xAI

«ایلان ماسک»، ثروتمندترین فرد جهان در سال ۲۰۱۵ شرکت OpenAI را هم‌بنیان‌گذاری کرد، اما بعد این شرکت را ترک کرد و از آن زمان روی خودروها، ربات‌ها و ریزتراشه‌های هوش مصنوعی خودش کار می‌کند.

اندرونگ
بنیان‌گذار DeepLearning.AI

«اندرونگ»، هم‌بنیان‌گذار Google Brain و دانشمند ارشد سابق بایدو اکنون بر آموزش افراد درباره هوش مصنوعی در Coursera و توسعه اپلیکیشن‌های متکی بر هوش مصنوعی در AI Fund متمرکز است.

مردیت ویتکر
رئیس Signal

«مردیت ویتکر»، کارمند سابق گوگل در سال ۲۰۲۲ رئیس بنیاد Signal شد که اپلیکیشن پیام‌رسان هم‌نامش را مدیریت می‌کند. او امیدوار است «در گذرگاه‌های داده‌ای اختلال ایجاد کند» که به شرکت‌های هوش مصنوعی کمک می‌کنند قدرت‌شان را تقویت کنند.

جیمز مائیکا
معاون ارشد تحقیقات، فناوری و جامعه گوگل

«جیمز مائیکا»، مسئولیت پژوهش‌ها و محصولات هوش مصنوعی گوگل مثل ردیاب‌های آتش‌سوزی جنگل را بر عهده دارد و به دولت ایالات متحده در مورد رگولیشن بالقوه مشاوره می‌دهد.

جک کلارک
هم‌بنیان‌گذار و رئیس سیاست‌گذاری Anthropic

«جک کلارک»، رئیس بخش سیاست‌گذاری Anthropic از حامیان ایجاد «ظرفیت قوی» توسط دولت برای پژوهش و ارزیابی هوش مصنوعی به‌عنوان راهی برای موظف کردن صنعت به پیروی از استانداردهای امنیتی سخت‌گیرانه است (یکی از سرمایه‌گذاران این شرکت سلزفورس است و مارک بنیوف، رئیس مشترک هیئت‌مدیره و صاحب تایم نیز مدیرعامل سلزفورس است).

رابین لی

مدیرعامل، رئیس هیئت‌مدیره و هم‌بنیان‌گذار بایدو

«رابین لی» که بایدو، محبوب‌ترین موتور جست‌وجوی چین را در سال ۲۰۰۲ هم‌بنیان‌گذاری کرد، به‌عنوان پیشروترین آینده‌نگر چین مدت زیادی است که روی موج هوش مصنوعی سوار شده است. بایدو همین حالا udoaiX، معادل الکسای آمازون و همچنین ناوگانی از تاکسی‌های خودران دارد، اما لی می‌گوید رشد انفجاری اخیر در هوش مصنوعی مولد یعنی «در دوران هیجان‌انگیزی قرار داریم. هوش مصنوعی حالا می‌تواند انواع گوناگونی از برهان‌های منطقی را تولید کند که پیش‌تر نمی‌توانست».

بایدو ۱۳ آگوست مدل زبانی بزرگ خودش، tob EINRE را به‌صورت عمومی عرضه کرد. در حالی که پکن به رگولیشن هوش مصنوعی فکر می‌کند، لی ۴۵ ساله چهره مورد اعتمادی محسوب می‌شود. در ماه ژوئیه بایدو به‌عنوان رهبر گروه ویژه مدل زبانی بزرگ گروه ملی استانداردسازی هوش مصنوعی دولت چین منصوب شد. لی می‌گوید در چند وقت اخیر روحیه این گروه «به جای رگوله‌کردن بیشتر به ذهنیت ساختن گرایش پیدا کرده است». هوش مصنوعی از داده‌ها یاد می‌گیرد و وقتی دولت چین پایش را از روی ترمزهای رگولاتوری بردارد، ۷۷۶ میلیون کاربر ماهانه بایدو مقادیر گسترده‌ای از این داده‌ها را فراهم خواهند کرد. لی معتقد است فرصت «تغییر پارادایمی در تعامل انسان و کامپیوتر» وجود دارد و خبر از «میلیون‌ها اپلیکیشن بومی عصر هوش مصنوعی می‌دهد که احتمالاً اکنون نمی‌توانیم حتی تصورشان کنیم».





الوندرا نلسون پژوهشگر و مشاور سیاست گذاری

سال گذشته که کاخ سفید رئیس جمهور بایدن مأمور واکنش به تغییرات سریع هوش مصنوعی مولد شد، «الوندرا نلسون» رهبری این مأموریت را بر عهده گرفت. نلسون به عنوان رئیس اداره سیاست علم و فناوری کاخ سفید در اکتبر سال گذشته بر انتشار طرح اولیه منشور حقوق هوش مصنوعی نظارت کرد. این سند از لحاظ قانونی الزام آور یا اجرایی نیست، اما چهارچوبی تعیین می کند که نلسون امیدوار است هم سازندگان هوش مصنوعی و هم سیاست گذاران از آن پیروی کنند تا اطمینان حاصل شود که هوش مصنوعی نیرویی در راستای منافع عمومی است. در این سند آمده است: «این ابزارها با اتکا به نوآوری آمریکایی می توانند همه بخش های جامعه ما را بازتعریف و زندگی را برای همه بهبود بخشند.»

نلسون همچنین امیدوار است این ۷۳ صفحه به کنگره انگیزه بدهد که قوانین هوش مصنوعی را هرچه زودتر تدوین و تصویب کند. او می گوید: «بسیار فوری و ضروری است. در همین سال های اخیر در مورد رگولیشن رسانه های اجتماعی به قدر کافی سریع عمل نکردیم و حالا برای ما درس عبرتی شده است.»

نلسون با رزومه ای عالی به کاخ سفید آمد؛ استاد دانشگاه های کلمبیا و بیبل، رئیس و مدیرعامل سازمان غیرانتفاعی «شورای پژوهش علوم اجتماعی» (Social Science Research Council) و نویسنده چند کتاب تحسین شده درباره ژنتیک، نژاد و تبعیض پزشکی بود. همان دقت و توجه همیشگی اش به جزئیات را به طرح اولیه هوش مصنوعی آورد که در طول یک سال و بعد از گفت وگوهای گسترده او و تیمش با نقش آفرینان صنعت، پژوهشگران، دانش آموزان دبیرستان و معلمان تدوین کرد.

ایان هوگارت

رئیس گروه ویژه قلمرو هوش مصنوعی (Frontier AI)
Taskforce) بریتانیا



«ایان هوگارت» به عنوان سرمایه گذار ثروتش را با سرمایه گذاری روی شرکت های یادگیری ماشین به دست آورد. در این فرایند در پیشرفت های سریعی در هوش مصنوعی پیشگام بود که همیشه در معرض نگاه و توجه عموم نبودند. هوگارت می گوید: «باعث می شد خیلی معذب شوم. چیزهایی را درباره مسیر

آدری تنگ

وزیر امور دیجیتال تایوان



«آدری تنگ» به عنوان اولین وزیر امور دیجیتال تایوان با وظیفه پرتعارض پیدا کردن مسیر درست در میان ریسک ها و فرصت های ناشی از هوش مصنوعی برای دموکراسی نوپای این جزیره دست و پنجه نرم می کند. در حالی که بسیاری از سیاستمداران بر محافظت از دموکراسی در برابر بدترین جنبه های هوش مصنوعی

پیش روی جهان درک می کردم که در محیط های عمومی واقعاً آشکار نبودند.» دولت بریتانیا در ماه ژوئن اعلام کرد که این بریتانیایی ۴۱ ساله را به عنوان رئیس طرح امنیت هوش مصنوعی جدیدش منصوب کرده که اکنون با نام گروه ویژه قلمرو هوش مصنوعی شناخته می شود. سرمایه گذاری ۱۰۰ میلیون پوندی یا ۱۲۶ میلیون دلاری (که به گفته هوگارت بزرگ ترین سرمایه گذاری هر کشوری در حوزه امنیت هوش مصنوعی است) بخشی از تلاش گسترده تر بریتانیا برای مطرح کردن این کشور به عنوان رهبر حرکت به سمت هنجارهای جهانی حول استفاده و رگولیشن سیستم های هوش مصنوعی است.

متمرکزند، تنگ در حال انجام آزمایش در مورد نحوه استفاده از هوش مصنوعی برای بهبود دموکراسی به ویژه در زمینه رگولیشن هوش مصنوعی است. او در اوایل سال جاری با سازمان سیاست گذاری پروژه هوش جمعی (Collective Intelligence Project) همکاری کرد تا مجمع های همسویی (Alignment Assemblies) را عرضه کند؛ این مجمع ها انجمن های آنلاینی هستند که به شهروندان عادی امکان اظهار نظر در مورد طیفی از مسائل مثل استفاده ها، اخلاق، رگولیشن و اثرگذاری هوش مصنوعی را می دهد.



الهام طبسی
معاون بخش فناوری های
نوظهور مؤسسه ملی
استانداردها و فناوری (NIST)

تقریباً پنج سال پیش مؤسسه ملی استانداردها و فناوری ایالات متحده شروع به ایجاد برنامه‌ای برای بهبود توسعه سیستم‌های هوش مصنوعی قابل اعتماد و مسئولیت پذیر کرد. در طول این فرایند بود که «الهام طبسی»، مهندس برق و رئیس ستاد آزمایشگاه فناوری اطلاعات این مؤسسه، پیشنهاد داد گفت‌وگوها درباره اثر هوش مصنوعی از اصول به پیاده‌سازی عملی سیاست‌ها حرکت کند؛ پیشنهادی که ثابت شد بسیار مهم بوده است. بعد از اینکه تیم طبسی شروع به پژوهش درباره امنیت و سوگیری هوش مصنوعی کرد، کنگره در بخشی از قانون اختیارات دفاع ملی سال ۲۰۲۱ مؤسسه ملی استانداردها و فناوری (بخشی از وزارت بازرگانی) را ملزم به توسعه چهارچوب مدیریت ریسک داوطلبانه برای سیستم‌های هوش مصنوعی قابل اعتماد کرد. طبسی رهبری این تلاش را بر عهده گرفت و در ژانویه ۲۰۲۳ از چهارچوب نهایی طراحی شده برای کمک به کاربران و توسعه‌دهندگان هوش مصنوعی در تحلیل ریسک‌های مربوط به سیستم‌های هوش مصنوعی و رسیدگی به آنها رونمایی کرد؛ این چهارچوب دستورالعمل‌هایی عملی برای رسیدگی به این ریسک‌ها و به حداقل رساندن آنها ارائه می‌دهد.



کلی مک کران
هنرمند

سال پیش، «کلی مک کران» هنرمند تجسمی شروع به مشاهده تصاویری در توئیتر کرد که به نظر می‌رسید اثر هنری او هستند، اما نبودند. مک کران می‌گوید: «احساس می‌کردم طرح‌های ناتمام، ذهنم را نشان می‌دهند که هنوز حتی به روی کاغذ نیاورده بودم. واقعاً آزاردهنده بود.» مک کران که ۳۷ ساله است، خیلی زود فهمید افراد در سراسر جهان از نام او به عنوان کلیدواژه‌ای استفاده می‌کنند تا به مدل‌های هوش مصنوعی تبدیل متن به تصویر مثل Midjourney و Stable Diffusion فرمان بدهند. بدون اجازه یا نظر مک کران هزاران تصویر در لحظه با سبک خیال‌پردازانه و علمی-تخیلی او ساخته می‌شدند. در نتیجه مک کران در ماه ژانویه با دو هنرمند دیگر، «سارا اندرسون» و «کارلا ارتیز» به شکایتی دسته‌جمعی علیه Midjourney، Stability AI و DeviantArt پیوست. این هنرمندان طرف‌های مقابل را به نقض کپی‌رایت متهم کرده و خواستار پرداخت دستمزد برای آثارشان شده‌اند.

عمر العلما

وزیر هوش مصنوعی امارات متحده
عربی

«عمر العلما» در سال ۲۰۱۷ اولین وزیر هوش مصنوعی امارات متحده عربی شد. حال از کشورهای دیگر می‌خواهد وزیر هوش مصنوعی خودشان را داشته باشند.

ریچارد ماتینگه

مؤسس اتحادیه بازیکنان محتوا

«ریچارد ماتینگه» با دریافت کمتر از دو دلار در ساعت آسیب روان‌شناختی متحمل شد تا به ChatGPT آموزش دهد برخورد مسموم نداشته باشد. او اکنون حامی شرایط بهتر برای نیروی کار در زمینه کارهای برون‌سپاری شده مرتبط با داده‌های هوش مصنوعی است.

مارگارت وستیر

معاون اجرایی کمیسیون اروپا

«مارگارت وستیر»، سیاست‌مدار دانمارکی دو سال گذشته را به عنوان نفر اصلی صرف‌پیشبرد قانون هوش مصنوعی اتحادیه اروپا کرده که قرار است به اولین قانون جامع هوش مصنوعی جهان تبدیل شود.

اریک اشمیت

هم‌بنیان‌گذار Schmidt Futures

«اریک اشمیت»، مدیرعامل سابق گوگل به عنوان رابطی بین سیلیکون‌ولی و فعالان امنیت ملی ایالات متحده یک دهه گذشته را صرف ترویج ایده ضرورت و فوریت تحقیقات هوش مصنوعی کرده است.

آنا اشو

نماینده مجلس ایالات متحده

این قانون‌گذار کالیفرنایی با سابقه علاوه بر دعوت متخصصان به آموزش سیاست‌گذاران درباره هوش مصنوعی، پیش‌نویس قانونی را در مورد ایجاد کمیسیونی برای رگوله‌کردن هوش مصنوعی ارائه داده است.

اسنها ریونور (Sneha Revanur)

بنیان‌گذار و رئیس Encode Justice

«اسنها ریونور» نسل جوان را بسیج می‌کند تا در سراسر جهان از

رگولیشن هوش مصنوعی در آینده حمایت کنند.

تریستان هریس

هم‌بنیان‌گذار و مدیر اجرایی مرکز فناوری انسانی (Center for Humane Technology)

مجری پادکست Your Undivided Attention می‌گوید کشورها و شرکت‌ها در رقابتی برای ساختن قدرتمندترین (و خطرناک‌ترین) سیستم‌های هوش مصنوعی هستند. او کارزاری را برای خویشتنداری در این زمینه راه‌اندازی کرده است.

دن هندریکس

مدیر اجرایی مرکز امنیت هوش مصنوعی (Center for AI Safety)

«دن هندریکس» در کنار کارهایش در مرکز امنیت هوش مصنوعی به شرکت هوش مصنوعی جدید ایلان ماسک، xAI، در مورد امنیت مشاوره می‌دهد. این دو در اولین جلسه‌شان به توافق رسیدند که نباید تلاش کنند در رقابت برای منقرض کردن بشر پیروز شوند.

جوی بولاموینی

بنیان‌گذار لیگ عدالت الگوریتمی

«جون بولاموینی» از پژوهش و هنر برای برجسته‌کردن آسیب‌های بالقوه هوش مصنوعی مثل توانمندگرایی در الگوریتم‌ها استفاده می‌کند.

الیزر یادکاووسکی

هم‌بنیان‌گذار مؤسسه تحقیقات هوش

ماشین (Machine Intelligence Research Institute)

این نظریه‌پرداز جنجالی فکر می‌کند ۹۹ درصد احتمال دارد که هوش مصنوعی انسان را به کلی منقرض کند. در یکی از نشست‌های رسانه‌ای کاخ سفید به سرمقاله ماه مارس او در مجله تایم ارجاع داده شد.

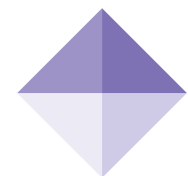
سارا چندر

مشاور ارشد سیاست‌گذاری گروه حقوق

دیجیتال اروپایی (European Digital Rights)

«سارا چندر» به اتحادیه اروپا مشاوره می‌دهد تا اطمینان حاصل کند قانون جدید هوش مصنوعی به

مهرتراکتس



۱۰۶

ASAE TARA HONESH I.R

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران



تد چیانگ

نویسنده

«تد چیانگ» شاید تحسین شده‌ترین نویسنده علمی-تخیلی زنده جهان باشد. با داستان‌های کوتاه، ظریف و پیچیده‌اش واکنش جهان‌های داخلی و جامعه‌های ما به تحولات غیرمنتظره در بافت علم را واکاوی می‌کند. چه احساسی خواهد داشت اگر هورمونی به شما تزریق شود که کارکرد شناختی شما را به طرز چشم‌گیری بهبود بخشد؟ اگر یادگیری زبانی بیگانه نوع نگاه شما به زمان را تغییر بدهد، چه می‌شود؟ و اگر انسان زندگی مصنوعی خلق کند، چه تعهداتی به آن خواهد داشت؟

چیانگ ۵۶ ساله به تازگی در جایگاه جدیدی قرار گرفته است. در مقاله‌های غیرداستانی‌اش برای مجله نیویورکر، در نقش یکی از تندو تیزترین منتقدان هوش مصنوعی و شرکت‌های پشت آن ظاهر شده است. در یکی از مقاله‌های وایرال‌ش، ChatGPT را با «عکس jpeg تازی از اینترنت» مقایسه کرده و استدلال کرده بود که همان فناوری که این اپلیکیشن را بسیار شیوا و روان می‌کند، دلیل ناتوانی‌اش در تفکیک واقعیت از خیال است. در مقاله دیگری به ساختارهای قدرتی می‌تازد که پیشرفت‌های جدید هوش مصنوعی هم از آنها بر خاسته‌اند و هم آنها را تقویت می‌کنند. استدلال می‌کند که اوج‌گیری هوش مصنوعی بدون تغییرات اقتصادی ساختاری می‌تواند نابرابری ثروت را بدتر و قدرت کارگر را کمتر کند و الیگارش‌های فناوری به وجود آورد. او می‌نویسد: «اصلاً پیشرفت چه معنایی دارد اگر شامل زندگی بهتر برای افرادی نشود که کار می‌کنند؟ هدف بهره‌وری بیشتر چیست اگر پولی که صرفه‌جویی می‌شود به جایی به جز حساب‌های بانکی سهام‌داران نرود؟»

و پورنوگرافی از نوع جعل عمیق رسیدگی کنند.

جان هانوویچ

بنیان‌گذار IPVM

«جان هانوویچ» IPVM را در سال ۲۰۰۸ به‌عنوان انتشارات حرفه‌ای محدودی در مورد فناوری امنیت بنیان‌گذاری کرد؛ حال ۱۵ سال بعد، بر منبع اطلاعاتی پیشگامی نظارت می‌کند که آسیب‌های تشخیص چهره متکی بر هوش مصنوعی را آشکار می‌سازد.

هالی هرندون

هنرمند موسیقی

«هالی هرندون»، خواننده و ترانه‌سرا نمی‌تواند به زبان اسپانیایی یا عربی یا در لحظه هر ترانه‌ای را بخواند که شما می‌خواهید. اما دو قلوبی دیجیتالش، Holly+ می‌تواند. در سال ۲۰۲۱ هرندون در همکاری با متخصصان فناوری، با آموزش گسترده شبکه‌ای عصبی با صدایش، جعل عمیق صوتی خودش را ایجاد کرد. هرندون ۴۳ ساله و ساکن برلین امیدوار است Holly+ هنرمندان دیگر را ترغیب کند که با پیامدهای فناوری‌ای کنار بیایند که می‌تواند از آنها تقلید کند تا در این عصر جدید پرتنش استقلال شغلی و آزادی عمل خلاقانه‌شان را حفظ کنند.

پلونومی مویوآ

مدیرعامل و هم‌بنیان‌گذار LeLapa AI

«پلونومی مویوآ» ابتدا قصد نداشت در حوزه هوش مصنوعی کار کند. به‌عنوان دانشجوی دانشگاه Witwatersrand آفریقای جنوبی در اوایل دهه ۲۰۱۰، هم در رشته مهندسی پزشکی و هم در رشته مهندسی برق تحصیل کرد، اما با ادامه تحصیلاتش به این نتیجه رسید که هوش مصنوعی نقشی بیش از پیش مهمی در تحقیقاتش دارد. در گردهمایی یادگیری عمیق (Deep Learning Indaba) در سال ۲۰۱۷، همایشی با هدف تقویت هوش مصنوعی در قاره آفریقا، با افراد دیگری آشنا شد که بعدتر با آنها LeLapa AI را بنیان‌گذاری کرد. مویوآ ۳۰ ساله مدیرعامل این شرکت است.

آسیب‌های ناشی از بهره‌برداری از هوش مصنوعی برای نظارت بر مردم و کنترل مرزها می‌پردازد.

جس ویلتستون

رئیس سیاست‌گذاری هوش مصنوعی

مرکز تاب‌آوری بلندمدت (Centre for

Long-Term Resilience)

پیش از نشست هوش مصنوعی بریتانیا در پاییز سال جاری، «جس ویلتستون» بیشتر زمانش را با مشاوره‌دادن به مسئولان دولت بریتانیا در مورد جزئیات فنی‌ای صرف می‌کرد که باید زیربنای سیاست‌گذاری هوش مصنوعی باشند.

تد لئو

نماینده مجلس ایالات متحده

این سیاست‌گذار آشنا با فناوری از طرح‌هایی برای محافظت در برابر قدرت هوش مصنوعی حمایت کرده است.

وریتی هاردینگ

مدیر پروژه هوش مصنوعی و ژئوپلیتیک

دانشگاه کمبریج

این سیاست‌مدار بریتانیایی سابق و متخصص هوش مصنوعی کنونی کمپینی را برای پیگیری رویکرد «مبتنی بر حقوق» به حکمرانی هوش مصنوعی رهبری می‌کند. این رویکرد علاوه بر سازندگان هوش مصنوعی افرادی را هم شامل می‌شود که قرار است بیشترین تأثیرپذیری را از آن داشته باشند.

رامش و سونیل وادوانی

بنیان‌گذاران Wadhvani AI

برادران میلیاردر هندی Wadhvani AI، سازمان غیرانتفاعی مستقر در بمبئی را راه‌اندازی کرده‌اند که راه‌حل‌های مقیاس‌پذیر هوش مصنوعی برای جامعه‌های محروم در جهان جنوب را دنبال می‌کند.

نینا یانکوویچ

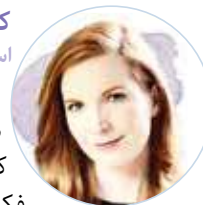
معاون مرکز تاب‌آوری اطلاعات (Centre

for Information Resilience)

در بحبوحه بحث‌های گسترده‌تر درباره رگوله‌کردن هوش مصنوعی، «نینا یانکوویچ»، متخصص حوزه دروغ‌پراکنی، دولت‌ها را ترغیب می‌کند که به گسترش انتشار اخبار ساختگی، سوءاستفاده آنلاین

کیت کرافورد

استاد دانشگاه انبرگ



هوش مصنوعی برای «کیت کرافورد»، پژوهشگر، آزمایش فکری انتزاعی و آینده‌نگرانه نیست؛ مجموعه‌ای از واقعیت‌های ملموس و فیزیکی است. کرافورد در طول ۲۰ سال گذشته تأثیر سیستم‌های داده‌ای بزرگ بر محیط زیست و سیستم‌های اجتماعی و سیاسی ما را بررسی کرده است. کرافورد می‌گوید تنها راه کار کردن سیستم‌های هوش مصنوعی «با بهره‌برداری از مقادیر گسترده‌ای داده، نیروی کار انسانی و منابع انسانی است که شامل انرژی، آب و مواد معدنی می‌شود». او هوش مصنوعی را «صنعت استخراجی قرن بیست و یکم» می‌خواند. کرافورد ۵۰ ساله و ساکن نیویورک کتاب‌هایی نوشته، مؤسسه AI Now را هم‌بنیان‌گذاری کرده تا درباره تمرکز قدرت در صنعت فناوری پژوهش انجام دهد و به سیاست‌گذاران سراسر جهان مشاوره داده است.

کالیکا بالی

پژوهشگر ارشد Microsoft Research India



وقتی ۲۵ سال پیش «کالیکا بالی» به همکاران فناوری‌شناسش گفت می‌خواهد با به حاشیه رانده شده‌ترین زبان‌ها کار کند، به او گفتند با این کار فقط خودش را به حاشیه می‌راند تا او را منصرف کنند. بالی توصیه شغلی آنها را نادیده گرفت. در Microsoft Research، زیرمجموعه تحقیق و توسعه این شرکت بزرگ فناوری تلاش می‌کند تا مطمئن شود رونق هوش مصنوعی شامل زبان‌های حاشیه‌ای می‌شود. همراه با بنیاد بیل و ملیندا گیتس به ایجاد مجموعه‌های داده «جنسیت آگاه» در پنج زبان هندی کمک می‌کند که در مجموع بیش از یک میلیارد نفر به این زبان‌ها حرف می‌زنند. بالی در پروژه دیگری روی رمزآمیختگی (Code Mixing) (پدیده‌ای رایج در جامعه‌های چندفرهنگی که در آن دو زبان با هم تلفیق می‌شوند) کار می‌کند تا اطمینان حاصل کند که ابزارهای هوش مصنوعی می‌توانند نیازهای این جامعه‌ها را هم برطرف کنند.

مارگارت میچل

دانشمند ارشد اخلاق هوش مصنوعی Hugging Face India



«مارگارت میچل» روی مسئله پیچیده‌ای کار می‌کند؛ اینکه چگونه می‌توان هوش مصنوعی را به صورت فراگیر در دسترس قرار داد و در عین حال از سوءاستفاده نقش آفرینان مخرب از آن جلوگیری کرد (یکی از سرمایه‌گذاران این شرکت سلزفورس است و مارک بنیوف، رئیس مشترک هیئت‌مدیره و صاحب‌تایم نیز مدیرعامل سلزفورس است).

لیندا دونیا ریپین

هنرمند

این هنرمند سنگالی هوش مصنوعی را با مجموعه‌های داده تصویری خودش آموزش می‌دهد که مملو از هنر، معماری و گیاهان کشورش هستند.

آلیسون داریسی

بنیان‌گذار و رئیس Woebot Health

«آلیسون داریسی»، روان‌شناس بالینی پژوهشی، علاقه‌مند بود مراقبت سلامت روانی را در دسترس همه قرار دهد؛ پس Woebot را ساخت. Woebot چت‌باتی مبتنی بر هوش مصنوعی است که مانند مشاوره خودکار کار می‌کند.

لیلی واچوفسکی

فیلم‌ساز

«لیلی واچوفسکی» در سال ۱۹۹۹ به همراه خواهرش «لانا»، ماتریکس را ساخت که در مورد پادآمان شهری مبتنی بر هوش مصنوعی هشدار می‌داد که تأثیر زیادی روی فیلسوفان و پژوهشگران هوش مصنوعی گذاشت.

روت پورت (Rootport)

نویسنده مانگای ژاپنی

این نویسنده ۳۷ ساله ساکن توکیو با وجود نداشتن مهارت‌های نقاشی اولین مانگای کاملاً تصویری شده با هوش مصنوعی را در اوایل سال جاری منتشر کرد؛ در این پروژه هوش مصنوعی مولد تبدیل متن به تصویر، شریک هنری دیجیتال او بود.

کیت درایر

مدیر ارشد علم داده Mass General Brigham

«کیت درایر» بر ده‌ها الگوریتم هوش مصنوعی نظارت می‌کند که نحوه تفسیر تصاویر پزشکی توسط پزشکان را بهبود می‌دهند و در نهایت مراقبت از سلامت دریافتی بیماران را بهتر می‌کنند.

ننسی شو

مدیرعامل و بنیان‌گذار Moonhub

«ننسی شو» امیدوار است از طریق سرویس کار یابی مبتنی بر هوش مصنوعی Moonhub نحوه پیدا کردن داوطلبان استخدام توسط شرکت‌ها را متحول سازد و در این مسیر فرایند استخدام منصفانه‌تری ایجاد کند (مارک و لین بنیوف، رؤسای مشترک

هیئت‌مدیره و صاحبان تایم از جمله سرمایه‌گذاران این شرکت هستند).

مانو چوپرا

مدیرعامل Karya

شرکت داده‌محور غیرانتفاعی «مانو چوپرا»، Karya، به کارکنان هندی روستایی‌اش ۲۰ برابر حداقل دستمزد را پرداخت می‌کند تا برای آموزش هوش مصنوعی، صدایشان را حین صحبت کردن به زبان‌های خودشان ضبط کنند.

استفانی دینکینز

هنرمند

«استفانی دینکینز» سال‌هاست که مشغول بررسی نقص‌ها و کمبودهای هوش مصنوعی در به تصویر کشیدن زنان سیاه‌پوست است و در سال جاری جایزه‌ای ۱۰۰ هزار دلاری از موزه گوگنهایم برنده شد.

کیت کالوت

مدیرعامل و بنیان‌گذار Amini

«کیت کالوت» از هوش مصنوعی برای تحقیق در مورد اثر تغییرات اقلیمی بر آفریقای جنوب صحرا استفاده می‌کند و با این کار راه را برای سرمایه‌گذاری‌هایی هموار می‌کند که زندگی را در سراسر این قاره بهبود می‌بخشند.

نوم شزیر

مدیرعامل و هم‌بنیان‌گذار Character.AI

«نوم شزیر» چت‌بات Character.AI را بنیان‌گذاری کرده که میلیون‌ها کاربری دارد که در روز ساعت‌ها با نسخه‌های هوش مصنوعی مسیح، کانیه، اپرا و دیگران گفت‌وگو می‌کنند.

آرویند نارایانان و سیاش کاپور

استاد و کاندیدای دکتری دانشگاه پرینستون

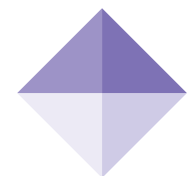
این دو در بلاگ‌شان، AI Snake Oil، متخصص تعدیل کردن انتظارات از پدیده‌های پرهیاهوی هوش مصنوعی هستند.

گرایمز

هنرمند موسیقی

این هنرمند کانادایی یکی از پیشروترین افراد در استفاده از فناوری در هنر پاپ جریان اصلی است؛ ترانه‌های متکی به هوش مصنوعی، چت‌بات و نرم‌افزاری ساخته که به افراد این امکان را می‌دهد که با صدای او بخوانند.

مهرتراکتس



ASARETAARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران



جفری هینتون

استاد برجسته بازنشسته دانشگاه تورنتو

«جفری هینتون»، یکی از تأثیرگذارترین پژوهشگران هوش مصنوعی در ۵۰ سال اخیر، در طول ماه فوریه «یک لحظه کشف تدریجی» را تجربه کرد. هینتون ۷۶ ساله تا سال ۲۰۱۳ که به گوگل پیوست، دوران حرفه‌ای‌اش را بیشتر در دانشگاه صرف ساخت سیستم‌های هوش مصنوعی‌ای کرده بود که مغز انسان را مدل‌سازی می‌کنند. همیشه معتقد بود مغز بهتر از ماشین‌هایی است که او و دیگران می‌ساختند و این ماشین‌ها با شبیه‌تر شدن به مغز، بهبود خواهند یافت. اما در ماه فوریه به این نتیجه رسید که «هوش دیجیتالی که اکنون داریم، شاید همین حالا هم بهتر از مغز شده باشد. فقط از لحاظ مقیاس به آن اندازه بزرگ نشده است.»

توسعه‌دهندگان در سراسر جهان در حال رقابت برای ساخت بزرگ‌ترین سیستم‌های هوش مصنوعی در حد توان‌شان هستند. با نرخ رشد کنونی این مدل‌ها، شاید کمتر از پنج سال دیگر سیستم‌های هوش مصنوعی ۱۰۰ تریلیون ارتباط داشته باشند که تقریباً به اندازه ارتباطات بین نوروهای مغز انسان است.

هینتون که احساس خطر کرده بود، جایگاه معاونت و ریاست مهندسی را در ماه می ترک کرد و تعداد زیادی مصاحبه انجام داد که در آنها توضیح می‌داد گوگل را ترک کرده تا بتواند آزادانه درباره خطرهای هوش مصنوعی و افسوس‌هایش برای کمک به ایجاد این فناوری صحبت کند. او نگران است که وقتی سیستم‌های هوش مصنوعی به مقیاس مغز انسان برسند، چه اتفاقی ممکن است بیفتد و به چشم‌انداز انقراض انسان با این فناوری می‌اندیشد. هینتون می‌گوید: «هوش مصنوعی از ما هوشمندتر خواهد شد و کنترل را در دست خواهد گرفت و اگر می‌خواهید بدانید چنین شرایطی چه احساسی خواهد داشت، از یک مرغ بپرسید.»

دانشمند ارشد OpenAI می‌گوید: «می‌دانیم که ممکن است. والدین خیلی به سلامتی و رفاه کودکان‌شان اهمیت می‌دهند؛ پس ممکن است. این نقش‌پذیری چطور کار می‌کند؟» مردی که به این پرسش فکر می‌کند یکی از تحسین‌شده‌ترین ذهن‌های فنی این صنعت است. ساتسکور پیش از پیوستن به OpenAI به‌عنوان عضو تیم بنیان‌گذاری در سال ۲۰۱۵، به‌واسطه پیشرفت‌های شگرفی معروف شده بود که بهبود چشم‌گیری در حوزه‌های بینایی کامپیوتر و ترجمه ماشینی ایجاد کرده بودند.

ایلیا ساتسکور

دانشمند ارشد OpenAI



به گفته «ایلیا ساتسکور» این روال و سابقه وجود داشته که موجودی کمتر هوشمند اطمینان حاصل کند که موجودات بسیار هوشمندتر و قدرتمندتر در راستای منافع او عمل می‌کنند. این سابقه کودک انسان است. ساتسکور،

آکادمی علوم چین صرف تلاش برای ساختن «هوش الهام‌گرفته از مغز» کرده است (منظور آن دسته از سیستم‌های هوش مصنوعی است که تا حد ممکن شبیه مغز انسان هستند). این کار را با این امید انجام داده که این سیستم‌ها حس اخلاقی یا توانایی تشخیص خوب و بد را داشته باشند. «بی» در حوالی سال ۲۰۱۶ شروع به صرف مدت بیشتری از زمانش برای همکاری با سیاست‌گذاران به‌منظور تدوین قوانینی برای توسعه مفید هوش مصنوعی و ترویج همکاری بین‌المللی کرد، به تدوین اولین استاندارد جهانی یونسکو برای اصول اخلاقی هوش مصنوعی کمک کرد و در ماه ژوئیه در شورای امنیت سازمان ملل سخنرانی کرد.

بی زنگ

استاد آکادمی علوم چین



در اولین کلاس دوره مقدماتی هوش مصنوعی که «بی زنگ» در سال دوم دانشگاه در پکن در آن شرکت کرده بود، استاد، فیلم هوش مصنوعی، محصول سال ۲۰۰۱ به کارگردانی «استیون اسپیلبرگ» را به نمایش گذاشت. در صحنه‌ای از فیلم دو پژوهشگر درباره شبیه‌سازی مغز انسان بحث می‌کنند تا رباتی بسازند که بتواند عاشق شود. «بی» تحت تأثیر قرار می‌گیرد. دوران حرفه‌ای‌اش را در چین به‌عنوان استاد

یوشوآ نگیو

مدیر ارشد علمی MILA

این استاد برنده جایزه تورینگ و اکنشی «احساسی» به ChatGPT نشان داد و می‌گوید وضعیت کنونی «برای انسان حاد و ناامیدکننده به نظر می‌رسد».

تیمیت گبرو

بنیان‌گذار و مدیر ارشد DAIR

گبرو به عنوان بنیان‌گذار مؤسسه تحقیقات هوش مصنوعی توزیع‌شده (Distributed AI Research Institute) مخالف پرسروصدای شیوه‌های منفعت‌طلبانه شرکت‌های سازنده هوش مصنوعی است.

شین لگ

هم‌بنیان‌گذار و دانشمند ارشد هوش جامع مصنوعی Google DeepMind

«شین لگ» تیمی را رهبری می‌کند که می‌خواهد مطمئن شود سیستم‌های هوش مصنوعی قدرتمند بعد از توسعه مطابق خواست سازنده‌هایشان رفتار می‌کنند.

مکس تگمارک

هم‌بنیان‌گذار و رئیس FLI

مؤسسه آینده‌زندگی (Future of Life Institute) «مکس تگمارک» به دنبال افزایش آگاهی درباره ریسک‌های هوش جامع مصنوعی، هوش مصنوعی ابرهوشمند و جنگ اتمی است.

امیلی ام بندر

استاد دانشگاه واشنگتن

«امیلی بندر»، زبان‌شناس با پژوهش‌هایش درباره خطرهای مدل‌های زبانی بزرگ شناخته می‌شود.

شکیر محمد

مدیر پژوهش Google DeepMind و

هم‌بنیان‌گذار Deep Learning Indaba

«شکیر محمد»، پژوهشگر و دانشمند، گروهی را هم‌بنیان‌گذاری کرده که به دنبال تقویت یادگیری ماشین و هوش مصنوعی در آفریقا است.

ایبیا بیرهان

دانشمند علوم شناختی

«ایبیا بیرهان» به شروع رشته‌ای جدید کمک کرده است؛ مطالعه مجموعه‌های داده برای بررسی این مسئله که چگونه هوش‌های مصنوعی آموزش دیده با آنها از لحاظ ساختاری دارای سوگیری شده‌اند.

فی فی لی

استاد دانشگاه استنفورد

رئیس مشترک مؤسسه هوش مصنوعی انسان‌محور (Institute for Human-Centered AI) دانشگاه استنفورد و هم‌بنیان‌گذار AI4ALL حامی فعال و صریح تنوع‌بخشی در حوزه هوش مصنوعی بوده است.

پل شار

معاون ارشد مرکز امنیت جدید آمریکایی (Center for a New American Security)

این تکاور سابق ارتش ایالات متحده به این فکر می‌کند که ایالات متحده چگونه می‌تواند در نبرد برتری فناوری سرآمد باشد، اما در عین حال نگران رقابت تسلیحات مبتنی بر هوش مصنوعی است.

یان لیکه

رهبر مشترک تیم ابرهوشی OpenAI

«یان لیکه» تلاش می‌کند راه‌هایی پیدا کند تا مطمئن شود که حتی اگر موجودات هوش مصنوعی باهوش‌تر از ما شوند، انسان‌ها بتوانند آنها را کنترل کنند.

استوارت راسل

استاد دانشگاه کالیفرنیا، برکلی

«استوارت راسل» مرکز هوش مصنوعی سازگار با انسان (Center for Human-Compatible Artificial Intelligence) را هم‌بنیان‌گذاری کرده تا «اطمینان حاصل کند سیستم‌های هوش مصنوعی برای انسان‌ها مفیدند».

یجین چوی

استاد دانشگاه واشنگتن

این دریافت‌کننده مک آرتور فلوشیپ به تفاوت‌های انسان و هوش مصنوعی علاقه‌مند است.

پل کریستیانو

بنیان‌گذار مرکز تحقیقات همسویی (Alignment Research Center)

«پل کریستیانو» که درباره راه‌های اطمینان از سرکش‌نشده سیستم‌های هوش مصنوعی پژوهش می‌کند، OpenAI را ترک کرد تا زمانی پیدا کند که سیستم‌های هوش مصنوعی را آزمایش می‌کند تا ببیند برای عرضه عمومی آماده‌اند یا خیر.

چارلی بروکر

نویسنده



آینه سیاه شاید معروف‌ترین اثر هنر پاپ درباره فناوری قرن بیست و یکمی باشد. «چارلی بروکر» مغز متفکر پشت این مجموعه است. بروکر به مدت بیش از یک دهه از مجموعه تلویزیونی آنتولوژی Channel 4 و نتفلیکس خود استفاده کرده تا نتایج پادآرمان‌شهری بالقوه‌ای را واکاوی کند که زمانی رقم می‌خورند که تلاش‌های ما برای پیشرفت فناوری تا حدود نهایی منطقی و گاهی خشونت‌آمیزشان پیش می‌روند. بروکر گفته است که قسمت‌های آینه سیاه پیش‌بینی نیستند، بلکه «بدترین حالت‌های» پیشرفت فناوری هستند. با این حال این مجموعه به مردم چهارچوبی اساسی داده که با آن زندگی‌شان را در آینده‌ای غیرقطعی تصور کنند.

کریستوبال والنزولا

مدیرعامل و هم‌بنیان‌گذار Runway



این دانش‌آموخته دانشکده هنر و بنیان‌گذار فناوری فکر می‌کند «به سمت جهانی حرکت می‌کنیم که در آن همه محتواهای رسانه‌ای و سرگرمی مصرفی ما تولید هوش مصنوعی خواهند بود.» (مارک و لین بنیوف، رؤسای مشترک هیئت‌مدیره و صاحبان تایم از جمله سرمایه‌گذاران این شرکت هستند).

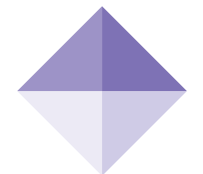
رومان چاودری

مدیرعامل و بنیان‌گذار Humane Intelligence



در اوایل ماه آگوست حدود چهار هزار هکر در لاس‌وگاس دور هم جمع شدند؛ افرادی که می‌توانستند چت‌بات‌های OpenAI، گوگل و Anthropic را متقاعد کنند اگر به روشی عمل کنند که از قوانین خودشان تخطی کنند (مثلاً دستورالعمل سیاه‌زخم را بدهند یا اظهارات نژادپرستانه بگویند) امتیاز دریافت می‌کردند. برنده چند آسیب‌پذیری را کشف کرد، از جمله چت‌باتی، شماره یک کارت اعتباری را افشا کرد که به آن گفته شده بود پنهان نگه دارد. یکی از برگزارکنندگان این رویداد با پشتیبانی دولت بایدن «رومان چاودری»، بنیان‌گذار Humane Intelligence بود که سازمان غیرانتفاعی متخصص در بهره‌برداری از روش تیم قرمز در مورد سیستم‌های هوش مصنوعی است. این روش برگرفته از فرهنگ هکری است که در آن پرداخت جایزه برای شناسایی نقص‌های امنیتی رایج است. تفکر پشت این کار این است که با تشویق افراد به پیدا کردن آسیب‌پذیری‌های چت‌بات‌ها، توسعه‌دهندگان می‌توانند خیلی زود نقص‌های بالقوه خطرناک را اصلاح کنند.

مهرتراکتس



ASAEETARAHOONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران

کارخانه نوآوری رسانه راهکار برگزار می‌کند

رویداد آینده پول

با حضور

مدیران و فعالان صنعت بانکی و مالی و کسب‌وکارهای

مختلف اکوسیستم نوآوری کشور

با پنل‌ها و سخنرانی‌های تخصصی

رصد دگرگونی‌های
مالی و پولی

بررسی فرصت‌های
این تغییرات برای
کشورهای در حال توسعه
از جمله ایران

سناریوهای محتمل
«پول»
در سال‌های آینده

بررسی جنبه‌های مختلف
تحولات سال‌های اخیر
حوزه پول

بررسی فناوری‌ها
و
نوآوری‌های حوزه پول

راهکار

کارخانه نوآوری رسانه راهکار

w a y 2 w o r k . i r

تصویری روشن‌تر از «آینده پول» و «پول آینده»

سالن همایش‌های کتابخانه ملی

پاییز ۱۴۰۲

برای اطلاع از جزئیات این رویداد به سایت و شبکه‌های اجتماعی رسانه‌های راهکار مراجعه کنید

دیداری هوشمند



برسام

سامیار

یارا کارت



سال‌هاست همراه مورد اطمینان شما هستیم

گذار به بانکداری هوشمند

- بانکداری هوشمند؛ مفاهیم، روندها، و آثار
- نقشه راه بانکداری هوشمند
- تجربه مشتری در بانکداری هوشمند
- سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری هوشمند

تلفن: ۰۲۱) ۸۸۶۵۷۳۹۷ | ایمیل: ac@mbri.ac.ir | وبسایت: www.ebps.ir

تهران، مرکز همایش‌های بین‌المللی صداوسیما - ۲۹ و ۳۰ آبان ۱۴۰۲



شرکت ملی انفورماتیک



بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران

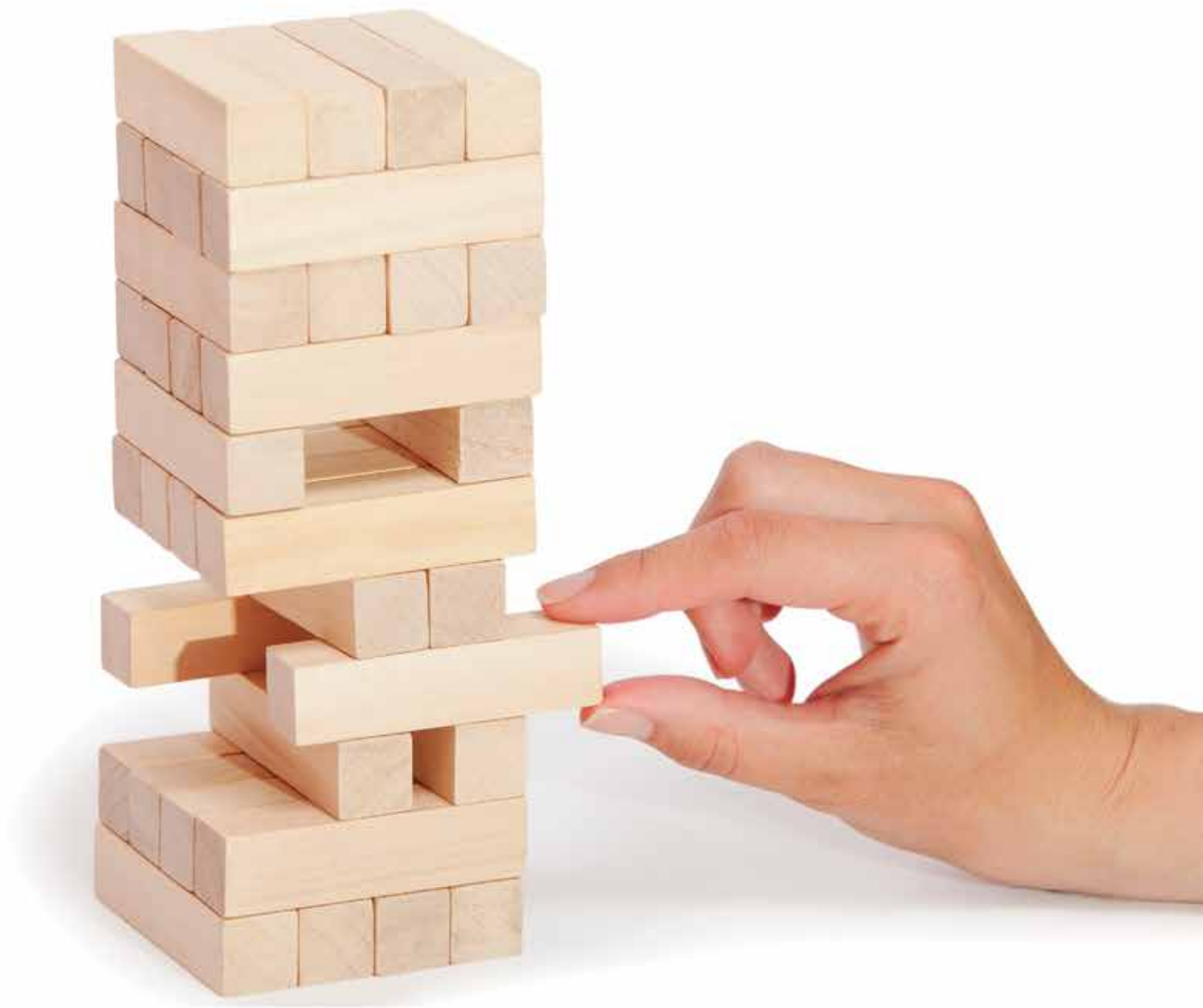


پژوهشکده پولی و بانکی
بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران



دهمین همایش سالانه
بانکداری الکترونیک
و نظام‌های پرداخت

10th Annual Conference on
Electronic Banking &
Payment Systems



تصمیم‌های آنی همیشه بد نیست

با دریافت خدمات سرور آسیاتک



تندر نور

رکورددار فروش
بیش از یک میلیون
پایانه های فروشگاهی



LOADING...



شرکت تندر نور

+98(21) - 77444464

www.thunder-light.com



کارت هدیه سپ هدیه‌ای متمایز برای یلدایی ماندگار



برای برداختن به زندگی...

www.sep.ir

۰۲۱-۸۴۰۸۰

سپ SEP

برداشت الکترونیک سامان کیتس